

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Ульяновский государственный университет»
Институт экономики и бизнеса
Кафедра экономической теории

Н. Г. Иванов, Ю. О. Моисеева, Л. В. Решетова

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ: МИКРОЭКОНОМИКА

*Учебно-методическое пособие
по практическим и семинарским занятиям
и организации самостоятельной работы*

Ульяновск 2019

УДК 330.1
ББК 65.01
И20

*Печатается по решению Учёного совета
Института экономики и бизнеса
Ульяновского государственного университета
(протокол № 226/03 от 07 ноября 2019 г.)*

Иванов Н. Г.

И20 **Экономическая теория: микроэкономика** : учебно-методическое пособие по практическим и семинарским занятиям и организации самостоятельной работы / Н. Г. Иванов, Ю. О. Моисеева, Л. В. Решетова. – Ульяновск : УлГУ, 2019. – 100 с.

Учебно-методическое пособие направлено на формирование у обучающихся по программам высшего образования компетенций по микроэкономике в соответствии с требованиями ФГОС. В пособии по каждой теме даётся краткое её содержание, описание целей и задач, описание порядка изучения темы с краткой характеристикой категорий темы, вопросы для подготовки к семинарским занятиям, контрольные вопросы и задания, проверочные тесты.

Пособие рекомендуется для сопровождения лекций по микроэкономике, подготовки к семинарским занятиям по дисциплине и для самостоятельной работы студентов бакалавриата, специалитета и магистратуры, обучающихся по направлениям: «Экономика», «Менеджмент», «Государственное и муниципальное управление», «Бизнес-информатика», «Управление персоналом», «Экономическая безопасность», «Таможенное дело».

Материалы пособия могут быть полезны слушателям курсов повышения квалификации и профессиональной переподготовки кадров.

УДК 330.1
ББК 65.01

*Директор Издательского центра Т. В. Максимова
оформление оригинал-макета Е.Е. Гусевой*

Издается в авторской редакции

Подписано в печать 19.12.2019.

Формат 60×84/16. Усл. печ. л. 6,0. Тираж 100 экз. Заказ № 176 /

Оригинал-макет подготовлен и тираж отпечатан в Издательском центре
Ульяновского государственного университета
432017, г. Ульяновск, ул. Л. Толстого, 42

©Иванов Н. Г., Моисеева Ю. О., Решетова Л. В., 2019
©Ульяновский государственный университет, 2019

Содержание

Предисловие.....	4
Тема 1. Введение в микроэкономику	5
Тема 2. Основы теории спроса и предложения.....	10
Тема 3. Основы теории потребления	20
Тема 4. Издержки производства	28
Тема 5. Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции	35
Тема 6. Рыночная власть: монополия и монополия.....	42
Тема 7. Ценовая дискриминация	48
Тема 8. Несовершенная конкуренция: монополистическая конкуренция и олигополия	54
Тема 9. Рынки факторов производства	59
Вопросы для подготовки к экзамену.....	67
Темы для курсовой работы.....	69
Проверочные тесты	72
Список рекомендуемой литературы.....	98

Предисловие

Микроэкономика является частью общей экономической теории, курс которой является обязательной составляющей профессиональной подготовки высококвалифицированных экономистов и менеджеров.

Изучение микроэкономики даёт возможность понять экономические закономерности поведения в экономике потребителей и производителей, закономерности их взаимодействия на отдельных рынках, закономерности выбора ими экономически рациональных решений в условиях различных рыночных структур. Данный предмет закладывает в специалисте чувство ответственности за принимаемое решение, так как показывает ему последствия от принимаемых решений не только для него, но и для фирмы, для общества.

Не следует ожидать, что в результате изучения данной дисциплины обучающийся получит универсальные рецепты для решения тех или иных экономических проблем. Это фундаментальная дисциплина, она изучает экономические закономерности, является базовой для других экономических дисциплин, в ходе изучения которых более глубоко изучаются разные стороны поведения потребителей, экономической деятельности фирм, функционирования отраслевых рынков.

Пособие предназначено для сопровождения лекционных материалов по дисциплине. Его материалы можно использовать для подготовки к семинарским занятиям и при самостоятельном изучении дисциплины.

Структура учебного пособия такова, что в нём по каждой теме даётся краткое её содержание, описание целей и задач, описание порядка изучения темы с краткой характеристикой категорий темы, вопросы для подготовки к семинарским занятиям, контрольные вопросы и задания, проверочные тесты.

ТЕМА 1

Введение в микроэкономику

Содержание темы: Предмет микроэкономической теории. Метод микроэкономической теории. Математические методы. Эмпирические методы. Экономическое моделирование. Метод научной абстракции. Нормативный и позитивный анализ.

Место микроэкономики в общей экономической теории и соотношение с макроэкономикой. Уровни изучения микроэкономики.

Экономические агенты. Экономические блага и их классификации. Антиблага. Товары и услуги. Экономические ресурсы. Земля. Труд. Капитал. Предпринимательская способность. Делимые и дискретные товары. Товары – субституты. Комплементарные товары. Независимые товары. Полноценные товары. Товары повседневного спроса и предметы роскоши. Неполноценные товары.

Цели и задачи изучения темы:

- 1) Получить представление о предмете, методе микроэкономики,
- 2) ознакомиться с некоторыми базовыми категориями микроэкономики, на знании которых строится изучение основным микроэкономических тем.

Изучив тему, студент должен:

- **Знать** предмет изучения и основные категории микроэкономики, цели и задачи изучения микроэкономики.
- **Уметь** – определять экономические связи между различными экономическими агентами, определять различие между правами собственности оценивать позитивные и негативные стороны экономических систем.
- **Приобрести** навык самостоятельного использования методологии микроэкономики.

Порядок изучения темы: Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на предмете и методологии микроэкономики и на рассмотрении некоторых базовых категорий, ознакомление с которыми необходимо для того, чтобы приступить к изучению основных тем курса микроэкономики.

На первом этапе изучения темы следует объяснить термин **микроэкономика** – как комплекс знаний, направленных на изучение поведения

отдельных хозяйствующих субъектов, хозяйственных единиц, их взаимодействие на рынках, в результате которого формируются цены на производимые товары и услуги, а также на факторы производства. Необходимо изучить (вспомнить из курса философии) основные общенаучные методы, применяемые в микроэкономической теории: формально-логические методы (анализ и синтез, индукция и дедукция, сравнение, аналогия), диалектические (научная абстракция, сочетание исторического и логического), а также ознакомиться с математическими, связанными с построением экономико-математических моделей.

На следующем этапе изучения темы следует обратить внимание на базовые категории микроэкономики, такие как **потребности, блага, факторы производства.**

В целом можно сказать, что экономическая наука изучает экономические потребности и способы их удовлетворения. **Экономические потребности** – это недостаток чего-либо необходимого для поддержания жизнедеятельности и развития личности, фирмы и общества в целом. По сути – это внутренние мотивы, побуждающие к экономической деятельности.

Экономические блага – это средства, удовлетворяющие потребности и имеющиеся в ограниченном количестве. Те блага, которые общество имеет в неограниченном или почти неограниченном масштабе не считают экономическими.

Экономические блага могут быть не связанными друг с другом в потреблении или связанными. Во втором случае говорят о **товарах-субститутах** (если они заменяют друг друга в потреблении) или о **комплементарных товарах** (если они дополняют друг друга в потреблении).

Экономические блага выступают как средства связи между экономическими агентами. **Экономические агенты** – субъекты экономических отношений, участвующие в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ. Основными экономическими агентами являются индивиды (домохозяйства), фирмы и государство, которые связаны между собой посредством рынков товаров и услуг и факторов производства. В этой связи обратите внимание на модели экономического кругооборота. **Экономический кругооборот** – это круговое движение реальных экономических благ, сопровождающееся встречным потоком денежных доходов и расходов.

Частью для производства экономических благ. кругооборота являются **факторы производства** (экономические ресурсы). Это *элементы, используемые для производства экономических благ*. К ним прежде всего традиционно относят **землю, труд, капитал и предпринимательские способности**. Под землёй понимают то, что дано человеку природой (собственно земля, вода, леса, полезные ископаемые). Под трудом понимают рабочую силу как физические и умственные, духовные способности человека. Под капиталом понимают средства производства. Под предпринимательской способностью понимают особый вид человеческого ресурса, заключающийся в способности эффективно организовать взаимодействие всех других факторов производства.

В некоторых случаях наряду с названными четырьмя факторами производства могут выделять и пятый. В современных условиях многие экономисты считают, что таким пятым фактором является информация.

В теме раскрывается понятие экономической системы. **Экономическая система** – *это совокупность взаимосвязанных экономических элементов, образующих экономическую структуру общества и это одновременно система отношений, складывающихся по поводу производства, распределения, обмена и потребления экономических благ*. Различают следующие экономические системы – традиционная, рыночная, командно-административная (плановая) и смешанная.

Следует уделить особое внимание характеристике **собственности** как отношению между людьми, предполагающему обращение с объектами собственности как со своими и с чужими и представляющую комбинацию различных прав. Именно собственность лежит в основе экономической системы. Различают следующие **экономические системы** – *традиционная, рыночная, командно-административная (плановая) и смешанная*.

Особое внимание следует уделить рынку. **Рынок** – *это система отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что формируются равновесные цены*. Общественные потребности выявляются с помощью системы цен, которые передают информацию, служащую стимулом к применению наиболее эффективных методов производства и наиболее эффективному распределению и использованию ограниченных ресурсов.

По другой классификации экономических систем различают традиционную, индустриальную и постиндустриальную системы.

Вопросы для семинарского занятия:

1. Предмет микроэкономической теории.
2. Метод микроэкономической теории.
3. Место микроэкономики в общей экономической теории и соотношение с макроэкономикой.
4. Экономические блага и их классификации.
5. Экономические ресурсы и их классификация
6. Основные типы экономических благ.

Контрольные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. Абстрактная модель учитывает не все факты, существующие в действительности. Применима ли она для решения реальных экономических проблем? Зачем нужно её изучать?

2. «Для свободной конкуренции характерны наличие неограниченного числа экономических агентов, свободный вход и выход на рынок, однородность продаваемых товаров, полнота информации и неспособность отдельных фирм влиять на цену». Является ли это высказывание позитивным или нормативным?

3. Если предлагается определить равновесие национальной экономики в целом как ситуацию одновременного равновесия определенного количества товарных рынков. Будет ли теория, исследующая такое равновесие относиться к микро- или к макроэкономике?

4. Какие проблемы, стоящие перед экономической теорией лучше рассматривать на микроуровне, а какие на макроуровне?

5. Определите, относятся ли следующие высказывания к вопросам, изучаемым микро- или макроэкономикой:

- а) решение семьи о сбережении денег;
- б) влияние государственного регулирования на производство автомобилей;
- в) решение фирмы о числе нанимаемых рабочих.

6. Какая экономическая система сложилась в России? Каково сочетание элементов традиционной, рыночной и командно-административных систем?

7. В чем сущность постиндустриальной экономической системы? Какие страны в большей степени приблизились к этой системе?

8. Существенно ли отличается экономическая мотивация субъектов традиционного хозяйства от мотивации в рамках рыночной экономики.

9. В чем преимущества различных экономических систем?

10. Каковы критерии разграничения экономических систем?

11. Какой ресурс наиболее дефицитен для современной российской экономики.

12. В чем преимущества различных форм собственности?

13. Согласны ли Вы с утверждением, что фирма является фикцией и все отношения между ее участниками сводятся к контрактам между ними.

14. Какова связь экономической теории с другими экономическими науками?

15. Можно ли считать государство экономическим субъектом?

2. Выполните практические задания:

1. При имеющихся мощностях фирма может производить в день 30 стульев и 5 столов или 15 стульев и 10 столов. Оцените количественно трансформационные возможности фирмы при переходе от одной комбинации к другой. Как экономист прокомментировал следующие объёмы производства данной фирмы:

а) 45 стульев;

б) 15 столов;

в) 20 столов?

2. Определите, какие части кругооборота потоков связаны с потоками товаров и услуг и денежных средств для следующих видов деятельности:

а) покупатель платит 45 рублей за литр молока;

б) рабочий зарабатывает 50 тысяч рублей, работая на заводе;

в) фирма платит рабочему 35 тысяч рублей;

г) акции компании «Газпром» приносят семье 30 тысяч рублей в год;

д) преподаватель государственного вуза получает заработную плату 25 тысяч рублей;

е) негосударственный вуз выплачивает преподавателю заработную плату 75 тысяч рублей.

ТЕМА 2

Основы теории спроса и предложения

Содержание темы: Рынок и рыночный механизм. Классификация рынков по типу конкуренции. Критерии классификации. Совершенная конкуренция. Монополия. Несовершенная конкуренция. Монополистическая конкуренция. Олигополия.

Спрос и его графическое отображение. Величина спроса. Ценовые и неценовые факторы спроса. Закон спроса и его объяснение. Изменение спроса и его величины.

Предложение и его графическое отображение. Величина предложения. Ценовые и неценовые факторы предложения. Закон предложения и его объяснение. Изменение предложения и его величины.

Рыночное равновесие и его факторы. Изменение рыночного равновесия.

Эластичность спроса по цене. Значения, которые может принимать величина эластичности. Факторы эластичности. Эластичность спроса по доходу. Перекрёстная эластичность.

Эластичность предложения по цене.

Эластичность в краткосрочном и долгосрочном периодах. Прикладное значение теории эластичности

Цели и задачи изучения темы:

1) усвоить определение, сущность спроса и предложения на конкурентном рынке;

2) выявить и проанализировать влияние основных факторов спроса и предложения;

3) определить понятие рыночного равновесия и его установления на конкурентном рынке;

4) изучить основные типы эластичности спроса и предложения и методы её расчёта;

5) рассмотреть особенности ценовой эластичности спроса и предложения в краткосрочном и долгосрочном периодах;

6) определить основные формы государственного вмешательства в работу конкурентного рынка.

Изучив тему, студент должен:

- **Знать:** основные понятия теории рыночного равновесия, факторы спроса и предложения, виды эластичности, понятие и принципы установления рыночного равновесия, особенности государственного вмешательства в работу конкурентного рынка.

- **Уметь:** строить и применять графический аппарат кривых спроса и предложения для дискретных и делимых благ.

- **Приобрести навыки** расчёта рыночного равновесия, расчёта уравнений спроса и предложения по заданной эластичности, расчёта показателей ценовой эластичности спроса и предложения, эластичности спроса по доходу и перекрёстной эластичности спроса.

Порядок изучения темы: Предварительно до обращения к спросу и предложению следует обратить внимание на то, что их взаимодействие и рыночное равновесие как результат этого взаимодействия – это простейшая иллюстрация рыночного механизма. **Рынок представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться.** При этом степень свободы такого взаимодействия может быть разной и в зависимости от этого рынки можно классифицировать по типу конкуренции. В основу классификации обычно закладывают такие параметры как количество фирм на рынке, товар, который они производят, степень свободы входа на рынок и выхода с него, способность отдельной фирмы воздействовать на рыночную цену.

В этой связи выделяют конкурентные рынки, монополизированные, рынки с несовершенной конкуренцией (монополистическую конкуренцию и олигополии). Их важно разделять, т.к. поведение фирм и потребителей на них различаются. Особенности каждого рынка рассматриваются в соответствующей теме, но до этого следует рассмотреть основные элементы рынка – спрос и предложение.

Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях: спрос, факторы спроса, кривая спроса, предложение, факторы предложения, кривая предложения, сдвиги кривых спроса и предложения, рыночное равновесие, равновесная цена, ценовая эластичность спроса, эластичность спроса по доходу, перекрёстная эластичность спроса, эластичность предложения по цене.

Спросом называют то количество товара, которое потребители готовы приобрести по разным возможным ценам в данный момент времени (за определенный период). В этой связи спрос можно определить как платёжеспособную потребность.

Количественная сторона спроса связана с понятием его величины (или объёма). **Величина спроса** определяется тем максимальным количеством данного блага, которое покупатель может приобрести в данный момент (за определённый период времени) при данных условиях, т.е. при определённой цене.

При изучении спроса следует обратить внимание на то, что в микроэкономике принято различать индивидуальный и рыночный спрос. Обратите внимание на разные варианты отображения спроса и, прежде всего, в виде кривой спроса для дискретного и делимого блага. Рассмотрите, в чём состоит суть закона спроса и исключения из него.

Суть закона спроса: спрос на товар, представленный в количественном выражении, при прочих равных условиях находится в обратной зависимости от изменения цены товара.

Действие этого закона обычно объясняют как минимум тремя причинами:

- здравым смыслом покупателя;
- действием принципа убывающей предельной полезности;
- действием эффектов дохода и замещения.

Принцип убывающей предельной полезности проявляется в том, что каждая последующая единица продукта приносит меньшее удовлетворение чем предыдущая.

Эффект дохода указывает на то, что снижение цены на данный продукт при неизменном доходе потребителя увеличивает покупательную способность этого дохода. Потребитель, не уменьшая потребление других (альтернативных) товаров, может позволить себе купить больше данного товара. **Эффект замещения** проявляется в том, что потребители склонны заменять дорогие продукты более дешёвыми.

Рассматривая факторы (детерминанты) спроса обратите внимание на то, что они делятся на две группы: ценовые и неценовые. Под воздействием ценового фактора меняется величина спроса (движение по кривой спроса), а под воздействием неценовых факторов меняется сам спрос (сдвиг кривой спроса).

Ценовым фактором является цена данного товара.

К **неценовым факторам (детерминантам)** относят: доходы потребителя, количество потребителей, потребительские вкусы, потребительские ожидания, цены на связанные с данным товаром товары.

При изучении предложения обратите внимание на различия в индивидуальном и рыночном предложении и на разные варианты отображения предложения и, прежде всего, в виде кривой предложения для дискретного и делимого блага.

Предложением называют то количество товара, которое его производители готовы продать по каждой из возможных в данный момент времени (или за определённый период) цене.

Величина предложения определяется максимальным количеством товара, приготовленного для продажи в данный момент времени (или за данный период) при сложившейся цене.

Рассмотрите, в чём состоит закон предложения и исключения из него.

Закон предложения утверждает, что с повышением цены соответственно вырастает и величина предложения; со снижением цены сократится также и величина предложения.

Действие этого закона объясняется здоровой логикой производителя и растущими при расширении производства предельными издержками.

Рассматривая факторы (детерминанты) предложения обратите внимание на то, что они делятся на две группы: ценовые и неценовые. Под воздействием ценового фактора меняется величина предложения (движение по кривой предложения), а под воздействием неценовых факторов меняется сам спрос (сдвиг кривой предложения).

Ценовым фактором является цена на данный товар. К **неценовым детерминантам** относят, прежде всего: цены на ресурсы, количество продавцов, технологии, налоги и дотации, цены на другие товары, связанные с данным товаром, ожидания производителя, связанные с будущей конъюнктурой рынка, степень доверия к государству.

После того как рассмотрены отдельно спрос и отдельно предложение и выявлены их закономерности, следует перейти к рассмотрению рыночного равновесия. Рассмотрите равновесную цену и равновесное количество товара, равновесие спроса и предложения и тождество продаж и покупок, рыночное неравновесие. Следует обратить внимание на ситуации неравновесные и на излишек товара и дефицит товара. С учётом неценовых факто-

ров спроса и предложения рассмотрите изменения в рыночном равновесии и примеры изменения равновесия.

Рыночное равновесие – это ситуация, когда интересы производителей и потребителей совпадают и объём спроса соответствует объёму предложения, т.е. устанавливается равновесная цена и равновесный объём.

Равновесная цена – это цена, уравнивающая спрос и предложение, т.е. такая, при которой желания покупателей приобрести товар и возможности производителей продавать товар совпадают. Установление равновесной цены происходит в результате действия рыночных сил. Это равновесие формируется через взаимодействие цены спроса и цены предложения. В этом взаимодействии объём спроса и объём предложения приспособляются друг к другу.

Любая, отличная от равновесной, цена возможна, но в этом случае на рынке будет или относительный дефицит или относительный избыток товара, что неизбежно приведёт к определённым изменениям на рынке.

Конкурентные силы предложения и спроса синхронизируются и уравнивают реальную цену без значительных её колебаний.

Рыночное равновесие может измениться под влиянием любого неценового фактора, действующего, как со стороны спроса, так и со стороны предложения. Рассмотрите разные варианты изменения рыночного равновесия.

Важное значение в изучении поведения потребителя и производителя имеет понятие эластичности. Прежде всего, рассмотрите точечную эластичность спроса по цене и её виды.

Эластичность спроса по цене показывает относительное изменение объёма спроса под влиянием изменения цены на 1%. При этом оперируют относительными величинами (проценты, например, коэффициенты). Эластичность спроса по цене можно записать следующим образом

$$E_{\text{др}} = \frac{\text{Изменение величины спроса, \%}}{\text{Изменение цены, \%}} = \frac{\Delta Q/Q}{\Delta P/P}.$$

В зависимости от того, каким будет значение эластичности (величина E_p), говорят об эластичном, неэластичном спросе и спросе с единичной эластичностью. **Спрос эластичен**, если коэффициент эластичности больше единицы. Если он меньше единицы, то говорят о **неэластичном спросе**. Если процентные изменения цены и спроса совпадают, то говорят о **единичной эластичности спроса**.

Перекрёстная ценовая эластичность определяется как относительное изменение величины спроса на один товар (X), делённое на относительное изменение цены другого товара (Y).

$$E_{п} = (\Delta Q_x / Q_x) : (\Delta P_y / P_y) = (\Delta Q_x / \Delta P_y) \times (P_y / Q_x).$$

Степень реакции потребителя на изменение цены на товар зависит от наличия товара-заменителя, удельного веса товара в бюджете потребителя, размера дохода, качества товара, степени необходимости товара, запасов товара.

Важное значение имеет также показатель **эластичность спроса по доходу**, который показывает относительное изменение объёма спроса под влиянием изменения дохода на 1%.

$$E_1 = \frac{\text{Изменение в спросе, \%}}{\text{Изменение в доходе, \%}} = \frac{\Delta Q / Q}{\Delta I / I}.$$

Если $E < 0$, то увеличение дохода приводит к падению спроса на данное благо и речь идёт о **низкокачественном товаре**. При росте дохода потребитель склонен заменять такой товар другим более качественным. Если $E > 0$, то такое благо является **нормальным**.

Если $0 < E < 1$, то спрос на данное благо растёт медленнее дохода. Это характерно для **товаров первой необходимости** (хлеб, простые продукты и т.п.). При $E > 1$ спрос на благо опережает рост доходов. Это характерно для **предметов роскоши**.

Ценовая эластичность предложения показывает, как изменится предложение при изменении цены товара на один процент. Расчёты ценовой эластичности предложения проводятся аналогично тому, как это делают в случае с эластичностью спроса по цене.

Научитесь рассчитывать эластичность спроса. Рассмотрите, какие факторы влияют на эластичность спроса по цене и как эластичность спроса по цене влияет на валовую выручку.

После этого изучите точечную эластичность предложения и её виды. Научитесь рассчитывать эластичность предложения. Рассмотрите, какие факторы влияют на эластичность предложения.

Обратите внимание на то, что эластичность спроса по цене ведёт себя по-разному в краткосрочном и долгосрочном периоде, также как и эластичность предложения по цене. Если эластичность спроса по цене в крат-

краткосрочном периоде выше, чем в долгосрочном, то такой товар является товаром длительного пользования. Если эластичность спроса по цене ниже в краткосрочном периоде, то речь идёт о товарах повседневного спроса.

В завершении следует рассмотреть использование показателей эластичности спроса и предложения в анализе рыночного равновесия. Традиционно этот аспект рассматривают на примере распределения налогового бремени между потребителем и производителем. В случае эластичной реакции потребителя на повышение цены, связанное с введением (увеличением) налога большую часть налоговой нагрузки придётся брать на себя производителю. Если эластичность спроса по цене низкая, то производитель сможет переложить большую часть налоговой нагрузки на потребителя.

В завершении темы следует рассмотреть роль государственного регулирования рынка: через контроль над ценами (цены «пола» и цены «потолка»).

Вопросы для семинарского занятия

1. Рынок и рыночный механизм. Классификация рынков по типу конкуренции.
2. Спрос и его графическое отображение.
3. Ценовые и неценовые факторы спроса. Изменение спроса и его величины.
4. Предложение и его графическое отображение.
5. Ценовые и неценовые факторы предложения. Изменение предложения и его величины.
6. Рыночное равновесие и его факторы. Изменение рыночного равновесия.
7. Эластичность спроса.
8. Эластичность предложения.
9. Эластичность в краткосрочном и долгосрочном периодах. Прикладное значение теории эластичности.

Контрольные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. Объясните закон спроса. Почему кривая спроса оказывается нисходящей?
2. Что происходит с кривой спроса при изменении факторов спроса?

3. Объясните различие между изменением в спросе и изменением величины спроса, назовите причины каждого из этих изменений.
4. Почему кривая предложения оказывается восходящей?
5. Что происходит с кривой предложения при изменении факторов предложения?
6. Объясните различие между изменением в предложении и изменением величины предложения, назовите причины каждого из этих изменений.
7. Какое значение имеют углы наклона кривых спроса и предложения?
8. Какое воздействие оказывает изменение цены товара на денежную выручку фирмы от продаж товаров при эластичном, неэластичном спросе?
9. Чем обусловлены различия в величинах коэффициента ценовой эластичности спроса на различные товары.
10. Предположим, что спрос на природный газ совершенно неэластичен. Каков будет эффект (и будет ли) введения правительственного контроля над ценами на природный газ?
11. Какое воздействие на равновесный объем и равновесную цену окажет увеличение налога на добавленную стоимость?
12. Какое воздействие на равновесный объем и равновесную цену окажет увеличение размера средней пенсии?
13. Как различаются краткосрочная и долгосрочная ценовая эластичность спроса на товары первой необходимости?
14. Как различаются краткосрочная и долгосрочная ценовая эластичность спроса на товары длительного пользования?
15. Почему эластичность спроса в долгосрочном периоде отличается от эластичности в краткосрочном периоде? Рассмотрите два товара: бумажные полотенца и телевизоры. Какой из них является товаром длительного пользования? Обоснуйте свой ответ используя теорию эластичности.

2. Выполните практические задания:

1. Проиллюстрируйте с помощью кривых предложения и спроса, как каждое из описанных ниже событий повлияло бы на цену и количество покупаемого и продаваемого масла:
 - а) рост цены маргарина;
 - б) рост цены молока;
 - в) уменьшение среднего дохода.

2. В результате повышения цены кукурузных хлопьев на 3% спрос уменьшился на 6%. Какова эластичность спроса на кукурузные хлопья по цене?

3. Предположим, что правительство регулирует цены на говядину и птицу, устанавливая их ниже равновесного уровня. Объясните, какая ситуация сложится на рынке этих товаров и какие экономические факторы будут определять эту ситуацию. Что произойдет с ценой свинины? Дайте краткое объяснение.

4. При обсуждении платы за обучение в университете его экономические службы утверждают, что спрос на образование абсолютно неэластичен. Доказательством этого, по их мнению, является тот факт, что, несмотря на увеличение за последние годы платы за обучение в полтора раза, ни число, ни качество абитуриентов не сократились.

Согласны Вы с этим аргументом или не согласны? Дайте краткое объяснение и поясните Ваш ответ с помощью графика.

5. Проиллюстрируйте влияние описанных ниже событий на рынок яблок с помощью смещения кривых спроса и предложения. Укажите, как изменятся цена и объем продаж:

а) ученые обнаружили, что тот, кто съедает хотя бы одно яблоко каждый день, никогда не болеет;

б) втрое выросла цена апельсинов;

в) вследствие засухи урожай яблок сократился до $\frac{1}{3}$ нормального уровня;

г) тысячи студентов прекратили учебу и занялись сбором яблок;

д) тысячи студентов прекратили учебу и стали выращивать яблоки.

6. Рассмотрим конкурентный рынок, для которого значения спроса и предложения (за год) при различных ценах даются следующей таблицей:

Цена (в руб.)	Спрос (в млн т)	Предложение (в млн т)
600	22	14
800	20	16
1000	18	18
1200	16	20

а) вычислите эластичность спроса по цене, если цена равна 800 и 1000 руб. за тонну;

б) вычислите эластичность предложения по цене, если цена равна 800 и 1000 руб. за тонну;

в) найдите равновесные цену и объем продаж;

г) предположим, что правительство установило «потолок» цены на уровне 800 руб. за тонну. Возникнет ли дефицит или избыток, и если да, то каков будет его размер?

7. Дана функция спроса на товар – $Q_d = 8600 - 9P$ и функция предложения товара $Q_s = -1000 + 6P$. Рассчитайте равновесную цену и равновесный объем на данном рынке.

8. В условиях задания 7 правительство вводит цену: а) 600 руб.; б) 800 рублей. Какая ситуация сложится на данном рынке в этих ситуациях? Какие есть способы решения проблем, возникших из-за государственного вмешательства в рыночный механизм? Дайте графическую иллюстрацию ответа.

9. Функция спроса задана формулой $Q_d = 3 - 2P$, где P – цена товара. При каких ценах эластичность спроса по цене будет равна -1 ?

10. Функция спроса задана формулой $Q_d = 1000 - 2,5P$ (P – цена товара). Рассчитайте суммарный излишек потребителя при равновесной цене 200.

ТЕМА 3

Основы теории потребления

Содержание темы: Потребительские предпочтения. Допущения анализа потребительских предпочтений. Кривые безразличия. Карта кривых безразличия. Порядковое и числовое ранжирование предпочтений. Предельная норма замещения и её тенденция. Абсолютно взаимозаменяемые и абсолютно взаимодополняющие товары.

Бюджетные ограничения. Бюджетная линия и её характеристики. Влияние изменений дохода и цен. Выбор потребителя. Математическая и графическая интерпретация выбора потребителя. «Угловое» решение. Понятие полезности. Предельная полезность.

Цели и задачи изучения темы:

- 1) усвоить определение, сущность понятия предпочтения потребителя;
- 2) выявить основные виды предпочтений потребителей;
- 3) определить понятие кривой безразличия и методы её построения;
- 4) изучить основные виды кривых безразличия и понятие предельной нормы замещения;
- 5) определить понятие и виды функции полезности;
- 6) рассмотреть построение, свойства и основные типы бюджетных ограничений;
- 7) построить графически и найти аналитически равновесие потребителя;
- 8) усвоить содержание теории предельной полезности.

Изучив тему, студент должен:

- **Знать** основные понятия теории поведения потребителя, понимать основы теории предпочтений, виды кривых безразличия, виды и сущность функции полезности; построение бюджетной линии, необходимые условия достижения внутреннего и углового оптимума потребителя.

- **Уметь** строить и применять аппарат кривых безразличия для товаров-субститутов, complements и независимых благ; графически строить бюджетные ограничения; графически решать задачу максимизации полезности потребителя.

- **Приобрести навыки** построения кривых безразличия, бюджетных линий, графического и аналитического решения задачи равновесия потребителя (внутреннего и углового оптимума)

Порядок изучения темы: Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на следующих понятиях: предпочтение, аксиомы предпочтений, кривая безразличия, предельная норма замещения, карта кривых безразличия, функция полезности, предельная полезность, бюджетная линия, внутренний оптимум, угловой (краевой) оптимум, рационирование товара.

Поведение потребителя в микроэкономическом анализе обобщено в рамках теории поведения потребителя. Первой проблемой, которую решает наука в рамках этой теории является проблема полезности блага.

Полезность экономического блага – это его способность удовлетворять человеческие потребности. При этом следует различать общую полезность какого-то блага и предельную полезность блага в ситуации, когда его потребляемое количество последовательно прирастает.

Под предельной полезностью понимают полезность от последней на данный момент дополнительной единицы данного блага. **Под общей полезностью** понимают совокупную полезность от всего объёма потребляемого блага. Если речь идёт об общей полезности, то увеличение объёма потребления данного блага скорее повышает её, хотя и до определённого её уровня, после чего приращение объёма потребления блага может привести к снижению общей полезности. Предельная полезность дополнительной единицы блага имеет другую тенденцию – она уменьшается.

Оценивается полезность блага субъективно и не в абсолютных единицах, а с помощью предпочтений потребителя. При этом используется относительная шкала, которая показывает предпочтения потребителя.

В принципе общая логика рассмотрения темы определяется порядком исследования оптимального выбора потребителя. Выбор анализируется в три этапа. Первый этап связан с описанием **предпочтений потребителя**. В этой связи используют понятие кривой безразличия.

Кривая безразличия показывает все возможные комбинации продуктов, которые дают потребителю одинаковый уровень удовлетворения его потребностей или полезности.

Множество кривых безразличия образуют индивидуальную карту кривых безразличия. Кривые безразличия никогда не пересекаются.

Чем дальше кривая находится от начала координат, тем большую совокупную полезность приносят её комбинации потребителю.

Особое внимание уделите свойствам кривых безразличия, выпуклости кривых безразличия, наклону кривой безразличия, **предельной норме замещения (MRS), принципу убывания предельной нормы замещения**. Рассмотрите, как с помощью карты кривых безразличия показывают индивидуальные предпочтения, а также кривые безразличия для основных типов благ (независимых в потреблении, товаров-субститутов и товаров, дополняющих друг друга в потреблении).

Важнейшей характеристикой кривой безразличия является **предельная норма замещения** – количество блага, на которое потребление его должно быть изменено (увеличено или уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю изменение (уменьшение или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную единицу.

$$\text{Предельная норма замещения (MRS)} = -\Delta B / \Delta A$$

Второй этап анализа выбора потребителя связан с бюджетным ограничением. Ознакомьтесь с принципами построения **бюджетной линии** и с её основной характеристикой – наклоном бюджетной линии. Обратите внимание, под влиянием каких факторов изменяется бюджетная линия.

Бюджетное ограничение показывает, какие потребительские наборы сможет приобрести потребитель за данную сумму денег и при данном уровне цен. Бюджетное ограничение принято показывать в виде **линии бюджетного ограничения**.

Бюджетная линия пересекает оси координат в точках, показывающих максимально возможные количества двух благ, которые можно купить на данный доход при данных ценах. Наклон линии бюджетного ограничения равен отношению цен соответствующих благ (P_A/P_B).

На третьем этапе анализа выбора потребителя на индивидуальные предпочтения потребителя, описанные с помощью карты кривых безразличия, накладывается его бюджетное ограничение. В этой связи есть графическое и аналитическое решение задачи **оптимального выбора потребителя**. Обратите внимание на принцип касания кривой безразличия и бюджетной линии, оптимум потребителя, необходимые условия оптимума и особый случай – угловой (краевой) оптимум.

Рациональный потребитель выберет ту комбинацию, которая принесёт ему наибольшее удовлетворение. Такая комбинация будет только одна, и она находится в точке касания кривой безразличия линии бюджетного ограничения.

В этой связи следует обратить внимание на необходимые **условия максимизации полезности**, принцип равенства предельных полезностей последней потраченной денежной единицы и теорию предельной полезности.

В точке равновесия потребителя наклон кривой безразличия равен наклону бюджетной линии, т.е.

$$MRS_{AB} = P_A/P_B.$$

При равновесии рациональный потребитель максимизирует полезность. Если он потребляет два блага, то каждый последний рубль, затраченный на приобретение любого из них, должен приносить одинаковую полезность.

На потребительский выбор влияет изменение дохода потребителя и изменение цен на товары.

Важную характеристику положения потребителя на рынке даёт понятие потребительского излишка. Этот термин рассматривается в разных темах микроэкономики.

Потребительский излишек – это разница между ценой, которую потребитель готов заплатить за товар (субъективная цена потребителя) и той ценой, которую он действительно платит при покупке (рыночная цена). Если мы сложим излишки всех потребителей, приобретающих данный товар, то получим размер совокупного потребительского излишка. При этом следует иметь в виду, что излишек потребителя всё же категория субъективная и его величину сложно оценивать.

Данная тема помогает понять, как строится кривая спроса потребителя. Если предположить, что доход потребителя постоянный, а цена одного из товаров меняется, то в рамках этой темы можно построить **кривую «цена-потребление»**. Она показывает, как изменяется в этих условиях оптимальный выбор потребителя. Если цена блага изменяется, то бюджетная линия разворачивается, что приводит к изменению оптимального выбора. Если новые цены и соответствующие им оптимальные объёмы перенести на график, то получим кривую спроса.

Кроме этого, эта тема позволяет выйти на классификацию экономических благ, в рамках которой выделяют товары долгосрочного использования (предметы роскоши), товары повседневного спроса и некачественные товары. Для этого используют **кривую «доход-потребление»**. Она *показывает, как изменится выбор потребителя, если при неизменных ценах на оба товара будет изменяться доход потребителя*. В зависимости от того, как соотносится изменение дохода и изменение потребления (степень изменения, направление изменения) и говорят о разных типах экономических благ.

Вопросы для семинарского занятия:

1. Допущения анализа потребительских предпочтений.
2. Кривые безразличия. Карта кривых безразличия.
3. Предельная норма замещения и её тенденция.
4. Карта кривых безразличия товаров совершенных и несовершенных субститутов, взаимодополняющих товаров.
5. Бюджетные ограничения.
6. Влияние изменений дохода и цен на бюджетные возможности потребителя.
7. Оптимальный выбор потребителя. Математическая и графическая интерпретация выбора потребителя.
8. Понятие полезности. Предельная полезность.

Контрольные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. Что выражают собой наклоны кривых безразличия и бюджетной линии?
2. Как аналитически найти оптимуму потребителя?
3. Насколько корректно утверждение, что конфигурация кривой безразличия определяется соотношением цен товаров?
4. Насколько корректно утверждение, что эффект замещения определяется ростом номинального дохода, позволяющим изменить структуру покупок в пользу дорогостоящего блага?
5. Насколько корректно утверждение, что увеличение потребления некоторого блага ведёт к росту его предельной полезности?
6. Как выражается увеличение (уменьшение) дохода потребителя графически выраженного в форме бюджетной линии?

7. Оцените корректность утверждения: при росте потребительского бюджета линия «доход-потребление» для «неполноценного» имеет вид линии с отрицательным наклоном.

8. Что общего имеют разные точки бюджетной линии?

9. Может ли уменьшение цены блага приводить к уменьшению его потребления?

10. Предположим, что угловые коэффициенты наклона кривых безразличия из некоторого семейства не отрицательны. Что вы можете сказать о желаемости этих двух товаров?

11. Объясните, почему две кривые безразличия не могут пересекаться.

12. Нарисуйте множество кривых безразличия, для которых предельная норма замещения постоянна. Нарисуйте две бюджетные линии с различными угловыми коэффициентами. Покажите, каков будет в каждом случае выбор, максимизирующий удовлетворение потребностей. Какие можно сделать выводы?

13. Объясните, почему при максимальном удовлетворении потребностей предельная норма замещения для двух продуктов должна равняться отношению их цен.

14. Объясните, почему возможно ухудшение положения человека при нормировании потребления какого-либо товара.

15. После объединения с Западной Германией потребители из бывшей Восточной Германии выказывали предпочтение автомобилям «Мерседес-Бенц» по сравнению с «Фольксвагеном». Однако, конвертировав свои сбережения в западногерманские марки, они дружно отправились в фирмы, продающие «Фольксвагены». Как вы можете объяснить этот на первый взгляд парадоксальный факт?

2. Выполните практические задания:

1. Нарисуйте индивидуальные кривые безразличия для двух товаров (гамбургер, пиво) для следующих индивидуумов.

а) Пётр любит пиво и терпеть не может гамбургеры. Он всегда предпочитает как можно больше пива независимо от количества имеющихся гамбургеров.

б) Кате безразлично, состоит ли потребительский набор из трех кружек пива или из двух гамбургеров. Ее предпочтения не меняются, если она уже что-нибудь съела или выпила.

в) Олег, съедая гамбургер, запивает его кружкой пива, и не будет употреблять одно без другого.

г) Ольга любит пиво, но у нее аллергия на мясо. Каждый раз, когда она съедает гамбургер, она покрывается сыпью.

2. Предположим, что Иван рассматривает масло и маргарин как совершенно заменяемые блага.

а) Нарисуйте кривые безразличия, которые описывают предпочтения Ивана.

б) Являются ли эти кривые безразличия выпуклыми? Почему?

в) Если масло стоит 120 руб. за пачку и маргарин только 60 руб. и Иван имеет бюджет в 600 руб., то какой товарный набор он предпочтёт купить? Изобразите выбор Ивана графически?

3. Пусть бюджет Ани и Вани, выделенный каждым из них на покупку освежительных напитков (алкогольных или безалкогольных) составляет 1500 руб. в месяц. Их предпочтения относительно алкогольных/безалкогольных напитков существенно различаются. Ваня предпочитает алкоголь, а Аня больше предпочитает безалкогольные напитки.

а) Нарисуйте кривые безразличия отдельно для Ани и отдельно для Вани.

б) Используя понятие предельной нормы замещения, объясните, почему так отличаются эти два набора кривых безразличия.

в) Используя карты кривых безразличия и бюджетную линию покажите принципиальное различие в их оптимальном выборе.

4. Предположим, что человек распределяет фиксированный бюджет между двумя товарами – продовольствием и одеждой. Предположим также, что продовольствие является неполноценным товаром. Можете ли вы сказать, каким – неполноценным или нормальным – товаром является одежда? Объясните.

5. Для каких из следующих товаров повышение цены, вероятнее всего, вызовет существенный эффект дохода (одновременно с эффектом замены)?

а) Соль.

б) Жилье.

в) Билеты в театр.

г) Продукты питания.

б. Наблюдая поведение некоторого индивидуума в описанной ниже ситуации по отношению к определённомu товару, определите, является ли он нормальным или неполноценным).

а) Алекс тратит весь свой бюджет на книги и кофе. Он нашел 1000 руб., просматривая в книжном магазине ящик для бывших в пользовании книг, и сразу же купил новую книгу поэзии в твердом переплете;

б) Алекс потерял 1000 руб., которые он собирался потратить на двойной кофе эспрессо. Он решает продать свою новую книгу со скидкой другу и использовать деньги для покупки кофе.

в) Последней причудой Алекса стало желание вести «богемную» жизнь. В результате затраты на кофе и книги, которые он теперь использует, выросли на 25%. Соответственно потребление обоих товаров понизилось на тот же процент.

г) Алекс бросил театральную школу и поступил на программу MBA. Он перестал читать книги и пить кофе. Теперь он читает деловые журналы и газеты и пьет минеральную воду.

ТЕМА 4

Издержки производства

Содержание темы: Измерение издержек. Классификации издержек. Экономические и бухгалтерские издержки. Постоянные и переменные издержки. Безвозвратные издержки. Издержки в краткосрочном периоде. Средние постоянные, переменные и предельные издержки. Факторы, определяющие величину издержек в краткосрочном периоде. Форма кривых издержек производства. Издержки в долгосрочном периоде. Выбор сочетания факторов, минимизирующего издержки. Изокванта и изокоста. Минимизация издержек при изменении объемов производства. Кривые издержек в долгосрочном и краткосрочном периодах. Средние издержки в долгосрочном периоде. Экономия и потери от масштаба. Связь между издержками в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Цели и задачи изучения темы:

- 1) ознакомиться с понятиями издержки и прибыль;
- 2) понять, в чём могут состоять различия в понимании этих категорий у бухгалтера и у экономиста;
- 3) изучить классификацию издержек фирмы;
- 4) понять, в чём состоят различия между краткосрочным и долгосрочным периодом в деятельности фирмы;
- 5) изучить базовую модель издержек фирмы в краткосрочном периоде;
- 6) изучить модель издержек фирмы в долгосрочном периоде;
- 7) изучить эффект масштаба, формы его проявления и причины.

Изучив тему, студент должен:

- **Знать:** 1) В чём состоят особенности оптимального выбора фирмы в условиях использования переменных ресурсов; 2) Основные типы издержек и их закономерности в краткосрочном и долгосрочном периоде; 3) В чём состоит эффект масштаба и факторы его определяющие.

- **Уметь** – рассчитывать издержки фирмы в краткосрочном и долгосрочном периоде.

- **Приобрести навык** самостоятельного анализа издержек фирмы.

Порядок изучения темы: Микроэкономика позволяет определить, каким образом издержки фирмы влияют на ее функционирование. **Эконо-**

мические издержки рассматриваются как сумма внешних и внутренних затрат. Их также можно определить как *выплаты, которые фирма обязана сделать поставщикам ресурсов для того, чтобы отвлечь эти ресурсы от использования в других, альтернативных сферах*. Следует тщательно разобраться с используемой в микроэкономике классификацией издержек. Классификации могут быть разные, поэтому нельзя смешивать друг с другом издержки, выявленные по разным критериям.

Прежде всего, следует обратить внимание на возможное различие в подходе бухгалтера и экономиста к пониманию издержек и прибыли. **Бухгалтерская прибыль** получается, если из выручки фирмы вычесть явные издержки. **Явные или денежные издержки** представляют собой форму денежных платежей в пользу внешних поставщиков фирмы.

Для экономиста полученный после такого вычета результат будет не окончательным для оценки прибыли. **Чистую экономическую прибыль** он получит, когда из бухгалтерской прибыли вычтет неявные издержки. **Неявные издержки** определяют альтернативные издержки использования ресурсов, которые принадлежат фирме и принимают форму упущенных возможностей.

В упрощённом виде явные издержки можно назвать **внешними издержками** отнеся к ним *те расходы, которые фирма несёт в пользу внешних поставщиков ресурсов* (оплачивается труд, сырьё, энергия, заёмный капитал, аренда и т.д.). В этой связи неявные издержки можно считать **внутренними издержками** фирмы отнеся к ним *издержки на ресурсы, принадлежащие предпринимателю (амортизация) и так называемую нормальную прибыль*.

Нормальная прибыль – *сумма денежных средств, поступающих в личное распоряжение собственника, и которую он считает достаточной для того, чтобы оставаться в данном бизнесе в качестве собственника*. Эту прибыль экономист отнесёт к внутренним издержкам, т.к. эти средства идут на восстановление затрат, понесённых самим собственником (оборудование, ему принадлежащее изнашивается, он также тратит свои силы, знания, умения, если участвует в управлении, принимает какие-то решения и т.п.).

Таким образом, **бухгалтерская прибыль** – *это общая выручка за вычетом внешних издержек, а экономическая прибыль* – *это общая вы-*

ручка за вычетом всех издержек (и внешних и внутренних). Фактически это сверхприбыль.

На следующем этапе изучения темы следует разобраться с постоянными, переменными, общими издержками. **Постоянные издержки (FC)** – это такие издержки, величина которых не меняется при изменении объёмов производства. К таким издержкам относят отчисления на амортизацию, жалование тем служащим, которых фирма сохраняет, даже, если сокращает производство или даже приостанавливает его (высший управленческий персонал или те, кто поддерживает в рабочем состоянии оборудование, например), страховые взносы, рентные платежи, оплата обязательств по облигационным займам, выплаты будущим специалистам фирмы (студентам, обучающимся на средства фирмы) и т.п.

Переменные издержки (VC) – это такие издержки, величина которых меняется при изменении объёма производства. К ним относят затраты на сырьё, топливо, энергию, транспортные услуги, фонд оплаты труда основных работников. Сумма таких издержек напрямую зависит от объёмов производства. Чем больше объёмы производства, тем больше переменные издержки.

Общие издержки (TC) представляют собой сумму постоянных и переменных издержек при каждом объёме производства. При нулевом объёме производства общие издержки равны постоянным, а с производством каждой последующей единицы продукции они увеличиваются на величину переменных издержек.

Средние постоянные издержки (AFC) определяются путём деления суммарных постоянных издержек на соответствующее количество произведённой продукции.

Средние переменные издержки (AVC) определяются путём деления суммарных переменных издержек на соответствующее количество произведённой продукции.

Средние общие издержки (ATC) рассчитываются путём деления суммы общих издержек на количество произведённой продукции или путём суммирования средних постоянных и средних переменных издержек при каждом объёме производства.

В анализе экономики фирмы важное значение имеют предельные издержки. **Предельные издержки (MC)** представляют собой прирост об-

щих издержек в связи с производством дополнительной единицы продукции. По сути своей они являются переменными.

Ознакомившись с классификацией издержек, следует перейти к вопросу о том, как ведут себя издержки в краткосрочном и долгосрочном периодах функционирования фирмы. В экономике фирмы эти периоды следует различать. **Краткосрочный период** – это такой отрезок времени, в течение которого фирма не может изменить производственные мощности (размеры производственных площадей, количество используемого оборудования и т.д.), но она может увеличить (или уменьшить) объём производства на имеющихся мощностях, маневрируя объёмом живого труда, сырьём или более эффективно их используя.

Долгосрочный период – это такой отрезок времени, в течение которого фирма для того, чтобы увеличить объём производства, должна будет изменить производственные мощности.

Иначе говоря, если у фирмы есть и постоянные и переменные издержки, то она находится в краткосрочном периоде. В долгосрочном временном интервале все издержки выступают как переменные.

В коротком периоде средние постоянные издержки имеют тенденцию к снижению при наращивании объёма производства. Средние переменные, средние общие и предельные издержки имеют V-образную форму. В краткосрочном периоде она объясняется законом убывающей отдачи от переменного ресурса.

Закон убывающей отдачи утверждает, что, начиная с определённого момента, последовательное присоединение единиц переменного ресурса (например, труда) к фиксированному ресурсу (например, земле) приносит уменьшающийся добавочный продукт в расчёте на каждую последующую единицу переменного ресурса

В долгосрочном периоде такая форма средних издержек объясняется **эффектом масштаба**. **Положительный эффект масштабов производства** состоит в том, что по мере роста размеров предприятия действуют факторы, снижающие средние издержки. **Отрицательный эффект масштабов производства** состоит в том, что средние издержки, начиная с какого-то объёма возрастают.

Положительный эффект масштаба объясняется следующими факторами:

- специализация труда, позволяющая использовать узких специалистов в данном производстве, из-за чего производительность единицы труда растёт;

- специализация управленческого персонала. На маленьких предприятиях специалисты по управлению не могут быть эффективно использованы. Они вынуждены будут совмещать свои основные обязанности с какими-то другими. Укрупнение производства позволит им профессионально заниматься более узкими направлениями в управлении и соответственно более эффективно работать;

- эффективное использование капитала. Обычно высокопроизводительное оборудование стоит дорого и поэтому недоступно для мелкого производителя. При расширении производства возможности фирм в этом плане расширяются, что может обеспечить рост эффективности. Это равнозначно снижению средних издержек;

- производство побочных продуктов. Крупное производство имеет больше возможностей для доработки отходов основного производства, что обеспечит большую отдачу от ресурсов.

Отрицательный эффект масштаба обычно связывают с бюрократизацией управления на крупных предприятиях. По мере роста размеров фирмы разделение административного аппарата достигает таких размеров, что усложняется управление, процесс принятия решений, в результате чего эффективность производства снижается, а средние общие издержки начинают расти.

Вопросы для семинарского занятия:

1. Основные подходы к пониманию издержек фирмы и прибыли.
2. Классификации издержек.
3. Издержки фирмы. Форма кривых издержек производства и её объяснение.
4. Издержки в долгосрочном периоде. Минимизация издержек при изменении объемов производства.
5. Эффект масштаба и его объяснение.
6. Связь между издержками в краткосрочном и долгосрочном периодах.

Контрольные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. В чём суть различия экономических и бухгалтерских издержек?
2. К какой категории издержек и почему относятся: заработная плата высшего руководства фирмы, заработная плата администрации, заработная плата работников, налог с продаж, затраты на рекламу, арендная плата, плата за кредит, затраты на покупку комплектующих?
3. Можно ли утверждать, что крупные фирмы всегда имеют преимущества перед небольшими фирмами по издержкам?
4. Можно ли говорить об эффекте масштаба производства, когда кривая средних долгосрочных издержек направлена вверх?
5. Насколько корректно утверждение, что предельные издержки фирмы в краткосрочном периоде – это величина, зависящая от постоянных издержек?
6. Фирма платит своему бухгалтеру годовую заработную плату в размере 10000 долл. Является ли эта сумма альтернативными или денежными издержками?
7. Владелец небольшого магазинчика сам ведет бухгалтерию. Как вы измерите альтернативные издержки его работы?
8. Если предельные издержки производства увеличиваются, можете ли вы сказать, увеличиваются или уменьшаются средние переменные издержки? Объясните.
9. Если предельные издержки производства больше средних переменных издержек, можете ли вы сказать, увеличиваются или уменьшаются средние переменные издержки? Объясните.
10. Если кривые средних издержек фирмы имеют U-образную форму, почему кривые средних переменных издержек имеют минимум при более низком объеме выпуска, чем кривая средних совокупных издержек?
11. Как изменение в цене одного товара фирмы сказывается на ее траектории расширения?
12. Есть ли принципиальная разница в отношении издержек университета когда занятия со студентами ведутся на собственных площадях и на арендованных?

2. Выполните практические задания:

1. Предположим, что предельные издержки фирмы по производству компьютеров постоянны и равны 500 долл. на один компьютер. При этом постоянные издержки производства равны 10 000 долл.

2. Постройте кривые средних переменных издержек и средних совокупных издержек фирмы.

б. Если бы фирма хотела минимизировать средние совокупные издержки производства, предпочла бы она быть очень большой или очень маленькой? Объясните.

3. Предположим, вы отвечаете в большом районе города за оплату проезда в общественном транспорте. Ваш консультант подает следующее заявление: «Наше исследование показало, что издержки поездки автобуса по одному маршруту составляют 1800 руб. вне зависимости от количества пассажиров. Каждый автобус рассчитан на 50 человек. В час пик, когда автобусы заполнены до предела, средние издержки на пассажира составляют 36 руб. Однако в остальное время среднее заполнение автобуса – только 18 человек, и средние издержки на пассажира поднимаются до 100 руб. Рекомендация: пускать больше автобусов в часы пик и меньше – в остальное время».

Последуете ли вы этим рекомендациям? Обсудите.

ТЕМА 5

Поведение фирмы в условиях совершенной конкуренции

Содержание темы: Максимизация прибыли как цель фирмы. Предельный доход, предельные издержки и максимизация прибыли. Спрос и предельный доход конкурентной фирмы. Максимизация прибыли конкурентной фирмой. Выбор объема производства в краткосрочном периоде. Максимизация прибыли конкурентной фирмой в краткосрочном периоде. Минимизация убытков в краткосрочном периоде. Нулевая экономическая прибыль фирмы в долгосрочном периоде. Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Кривая рыночного предложения в краткосрочном периоде.

Излишек производителя в краткосрочном периоде. Выбор объема производства в долгосрочном периоде. Нулевая прибыль. Конкурентное равновесие в долгосрочном периоде. Экономическая рента. Излишек производителя в долгосрочном периоде.

Кривая совокупного предложения отрасли в долгосрочном периоде.

Цели и задачи изучения темы:

- 1) изучить особенности совершенной конкуренции;
- 2) ознакомиться с основным условием выбора фирмой оптимального объема производства и его трактовкой в условиях прибыльного производства и в условиях, когда все объёмы производства для фирмы убыточны;
- 3) изучить особенности рынка фирмы – совершенного конкурента и его связи с отраслевым рынком;
- 4) изучить особенности ценообразования на рынке совершенной конкуренции;
- 5) изучить модель, иллюстрирующую как фирма – совершенный конкурент выбирает оптимальный объём своего производства в краткосрочном периоде при решении ею задачи максимизации прибыли или минимизации убытков;
- 6) изучить как формируется кривая предложения конкурентной фирмы.

Изучив тему, студент должен:

- ***Знать:*** в чём состоят особенности рынка совершенной конкуренции, в чём состоят особенности выбора оптимального объёма произ-

водства фирмой – совершенным конкурентом, как трактуется основное правило выбора оптимального объёма в условиях максимизации прибыли и минимизации убытков.

- **Уметь** – рассчитывать оптимальный объём производства для фирмы – совершенного конкурента.
- **Приобрести навык** самостоятельного использования приёмов экономического анализа для определения оптимального объёма производства и оценки результатов этого выбора.

Порядок изучения темы: Совершенно конкурентные рынки не типичны для современной конкуренции, и поэтому их изучение прежде всего интересно с точки зрения того, что эта модель позволяет понять универсальное правило выбора оптимального объёма производства в условиях разных рыночных структур и показать общие закономерности этого выбора.

Для совершенной конкуренции характерно действие на рынке очень большого количества мелких фирм, производящих однородную продукцию. При этом на входе на такой рынок нет ни административных, ни экономических барьеров и отдельная фирма не способна повлиять на рыночную цену. Рыночная цена устанавливается в результате конкуренции.

При изучении темы следует особое внимание уделить проблеме выбора фирмой оптимального объёма производства. Следует тщательно разобраться с моделью, иллюстрирующей этот выбор. В модели используется аппарат кривых средних и предельных издержек фирмы в краткосрочном периоде. При этом предварительно следует ознакомиться с такими категориями как валовой доход, средний доход, предельный доход, кривая спроса на продукцию отдельной фирмы.

Валовой доход (TR) – это общая выручка фирмы от продажи всей произведённой продукции по рыночной цене.

Средний доход (AR) – это доход, получаемый фирмой от продажи каждой проданной единицы товара в среднем.

Предельный доход (MR) представляет собой приращение общего дохода фирмы при выпуске и продаже дополнительной единицы продукции.

Прежде всего следует обратиться к особенностям рынка фирмы – совершенного конкурента. **Спрос на продукцию фирмы** со стороны рынка отображается в модели в виде горизонтальной линии, совпадающей с ли-

нией рыночной цены. Это означает, что любое количество товара, которое может произвести конкурентная фирма в краткосрочном периоде не может повлиять на рыночную цену. С этой же линией совпадают кривые среднего и предельного дохода, т.к. все единицы товара будут проданы по одной и той же цене. **Кривая предложения фирмы** совпадает с той частью кривой предельных издержек, которая располагается выше точки пересечения MC и AVC . Это объясняется необходимостью восстановить как минимум переменные издержки фирмы.

В рамках данной темы обосновывается главное **условие оптимального объёма производства фирмы**, в каких бы условиях она не работала. **Оптимальным является такой объём, при котором предельный доход равен предельным издержкам ($MR = MC$)**. Следует обратить внимание на то, что это условие в любом случае указывает на оптимальный объём, но в одних случаях при таком объёме максимизируется прибыль фирмы, а в других минимизируются убытки фирмы (для случая, когда все объёмы фирмы убыточны). **Фирма – совершенный конкурент в краткосрочном периоде может быть прибыльной, безубыточной или убыточной**. Такое положение конкурентной фирмы связано с изменением рыночной цены, которое может происходить из-за изменения рыночного предложения. При его росте цена будет снижаться, а при снижении расти. Поэтому фирма, остающаяся на рынке, может оказаться в разных ситуациях в краткосрочном периоде. В этой связи следует обратить внимание на то, как отражаются эти ситуации в модели, иллюстрирующей оптимальный выбор.

В долгосрочном периоде такие фирмы имеют нулевую экономическую прибыль, и нет стимулов для вступления на рынок или выхода из него. При этом возникает вопрос о том, почему зная о таком долгосрочном результате, фирмы всё же заходят на такой рынок? Ответ в том, что можно выбрать время, когда прибыль всё же можно уловить (растущий рынок) и в том, что не имея экономической прибыли в долгосрочном периоде фирмы имеют нормальную прибыль, что вполне может устраивать собственников фирмы.

В этой связи обратите внимание на соотношение прибыли и излишка фирмы. **Излишек производителя – это разница между выручкой фирмы и переменными издержками**. Если из выручки вычесть все издержки, то получим экономическую прибыль. Таким образом, прибыль и излишек отличаются на величину постоянных издержек.

Вопросы для семинарского занятия:

1. Общие условия выбора оптимального объема. Интерпретации правила $MR = MC$.
2. Особенности конкурентного рынка.
3. Выбор объема производства конкурентной фирмой в краткосрочном периоде.
4. Максимизация прибыли и минимизация убытков конкурентной фирмой в краткосрочном периоде.
5. Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде. Кривая рыночного предложения в краткосрочном периоде.
6. Излишек производителя в краткосрочном периоде.
7. Выбор объема производства в долгосрочном периоде.
8. Излишек производителя и его соотношение с прибылью.
9. Кривая совокупного предложения отрасли в долгосрочном периоде.

Контрольные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. Почему фирма, терпящая убытки, может решить продолжить, а не прекратить производство?
2. В краткосрочном периоде кривая предложения фирмы совпадает с кривой предельных издержек на участке выше минимальных средних переменных издержек. Почему же в долгосрочном периоде кривая предложения не совпадает с кривой предельных издержек на участке выше минимальных средних совокупных издержек?
3. В состоянии равновесия в долгосрочном периоде все фирмы в отрасли получают нулевую экономическую прибыль. Почему?
4. Каково различие между экономической прибылью и излишком производителя?
5. Почему фирмы входят в отрасль, если они знают, что в долгосрочном периоде экономическая прибыль будет равна нулю?
6. В начале XX столетия в Америке действовало много небольших предприятий по производству автомобилей. К концу века осталось только три крупных предприятия. Предположим, что эта ситуация сложилась в результате невыполнения федерального антимонопольного закона. Как вы объясните уменьшение числа производителей? (Указание: какова структура издержек производства в автомобилестроении?)

7. Отрасль X характеризуется совершенной конкуренцией, так что каждая фирма в отрасли получает нулевую экономическую прибыль. Если цена изделия упадет, ни одна фирма не сможет выжить. Вы согласны или не согласны с этим утверждением? Объясните.

8. Рост спроса на видеофильмы обуславливает также увеличение жалования актеров. Является ли кривая предложения фильмов в долгосрочном периоде горизонтальной или она возрастает? Объясните.

9. Верно или нет следующее утверждение: фирма должна всегда производить продукцию в объеме, минимизирующем средние издержки производства в долгосрочном периоде. Объясните.

10. Может ли быть постоянной отдача от масштаба в отрасли с возрастающей кривой предложения? Объясните.

11. Какие условия должны выполняться для того, чтобы рынок был рынком совершенной конкуренции? С точки зрения того, что вы узнали из этой темы, почему каждое из этих условий важно?

12. Предположим, что спрос на продукцию конкурентной отрасли увеличился (т.е. кривая спроса переместилась вверх). Какие меры обеспечивают увеличение выпуска продукции на конкурентном рынке? Изменится ли ваш ответ, если правительство введет «потолок» цен?

2. Выполните практические задания:

1. На основе данных, представленных в таблице, покажите, как изменятся выбор объема производства фирмы и ее прибыль, если цена изделия упадет с 40 долл. до 35.

ТАБЛИЦА. Доходы и издержки фирмы в краткосрочном периоде

Выпуск (единиц)	Цена (в долл. за единицу)	Доход (в долл.)	Суммарные издержки (в долл.)	Прибыль (в долл.)	Предельные издержки (в долл.)	Предельный доход (в долл.)
0	40	0	50	-50	–	–
1	40	40	100	-60	50	40
2	40	80	128	-48	28	40
3	40	120	148	-28	20	40
4	40	160	162	-2	14	40
5	40	200	180	20	18	40
6	40	240	200	40	20	40
7	40	280	222	58	22	40
8	40	320	260	60	38	40
9	40	360	305	55	45	40
10	40	400	360	40	55	40
11	40	440	425	15	65	40

2. Снова используя данные таблицы, покажите, как изменятся объем производства фирмы и ее прибыль, если постоянные издержки производства увеличатся с 50 долл. до 100 и затем до 150 долл. Какой общий вывод можно сделать относительно влияния постоянных издержек производства на объем выпуска фирмы?

3. Предположим, что вы руководите фирмой по производству часов, работающей в условиях конкурентного рынка. Ваши издержки производства задаются соотношением

$$C = 100 + Q^2,$$

где Q – объем выпуска;

C – совокупные издержки.

(Предельные издержки производства равны $2Q$, постоянные издержки производства – 100 долл.)

а) Если цена часов равна 60 долл., какое количество часов необходимо производить, чтобы максимизировать прибыль?

б) Какова будет прибыль?

в) При какой минимальной цене выпуск фирмы будет положительным?

4. Налог на продажи в 1 долл. на единицу выпуска взимается с одной фирмы, изделия которой продаются по 5 долл. за единицу на конкурентном рынке.

а) Как этот налог влияет на кривую издержек фирмы?

б) Как изменится цена, выпуск и прибыль фирмы в краткосрочном периоде?

в) Как они изменятся в долгосрочном периоде?

5. Конкурентная отрасль находится в долгосрочном периоде в состоянии равновесия. Налог на продажи берется со всех фирм отрасли. Как, по вашим прогнозам, могут измениться цена изделия, число фирм в отрасли и объем выпуска каждой фирмы в долгосрочном периоде?

6. Кривая спроса на продукцию фирмы (среднего дохода фирмы) представлена в виде:

$$P = 100 - 0,01Q,$$

где Q – недельный выпуск;

P – цена (в центах за единицу).

Функция издержек фирмы имеет вид:

$$C = 50Q + 30\,000.$$

Предположим, что фирма максимизирует прибыль.

- а) Каковы объем производства продукции, цена и совокупная прибыль в неделю?
- б) Правительство принимает решение ввести налог в размере 10 центов на единицу продукции. Каковы теперь объем производства продукции, цена и совокупная прибыль?

ТЕМА 6

Рыночная власть: монополия и монополия

Содержание темы: Монополия. Модель ценообразования монополии. Средний доход и предельный доход монополии. Решение монополиста относительно объема производства. Правило "большого пальца" в ценообразовании. Смещения кривой спроса на монополизированном рынке и её влияние на равновесный объём и цену. Последствия введения налога.

Монопольная власть. Измерение монопольной власти. Индекс Лернера и Херфиндаля-Хиршмана. Источники монопольной власти. Эластичность рыночного спроса. Число фирм на рынке. Взаимодействие фирм.

Общественные издержки монопольной власти. Регулирование цен. Регулирование цен на практике.

Монополия. Модель ценообразования монополии. Монополическая власть и её источники. Общие издержки монополической власти.

Двусторонняя монополия.

Цели и задачи изучения темы:

- 1) показать особенности ценообразования на монополизированном рынке;
- 2) рассмотреть факторы, создающие монопольную власть, показатели степени монопольной власти и воздействие монопольной власти на ценообразование;
- 3) изучить особенности естественной монополии;
- 4) изучить социально-экономические последствия монополизации рынка;
- 5) изучить модель ценообразования монополии.

Изучив тему, студент должен:

- **Знать:** 1) в чём состоят особенности монополизированного рынка, какие факторы определяют монопольную власть и как она измеряется; 2) в чём состоят безвозвратные издержки общества, связанные с монополизацией рынка и механизм их появления.

- **Уметь** – определять эффекты монополизации рынка для монополии, потребителя, производителя и общества в целом.

- **Приобрести навык** самостоятельного использования приёмов экономического анализа для оценки эффектов монополизации рынка для общества.

Порядок изучения темы: Изучая тему, необходимо акцентировать внимание на том, какое воздействие на общественное благосостояние оказывает ситуация, когда свободная конкуренция на рынке замещается тенденцией монополизации вплоть до формирования абсолютной монополии.

На первом этапе изучения темы следует обратить внимание на основные **признаки монополизированного рынка**. Далее, понять в чём состоят особенности модели монополии для чего обратить внимание на особенности среднего и предельного дохода в этой модели и принципиальное их отличие от конкурентного рынка.

Принципиальное значение для изучения темы является понимание того, как монополист управляет ценой. Следует особое внимание обратить на то, как монополист принимает решение относительно объёмов своего производства. При правильном понимании этой проблемы Вы придёте к выводу, что для монополиста также актуальна задача определения такого объёма, при котором доход будет максимальным. При этом **правило максимизации прибыли** то же самое, что и для совершенного конкурента, т.е. *равенство $MR = MC$* .

Исходя из особенностей модели монополии и условия равенства предельных издержек и предельного дохода, следует сделать вывод, что по сравнению с совершенной конкуренцией монополист будет производить меньший объём и продавать его по более высокой цене. Обратите внимание на то, что при производстве большего или меньшего, чем оптимальный объёма монополист не будет максимизировать прибыль.

Следует обратить внимание на то, что с помощью уравнения, отражающего **правило большого пальца**, можно выразить цену как надбавку к предельным издержкам.

Монопольная власть измеряется разными методами. Следует обратить внимание на **индекс Лернера и индекс Херфиндаля-Хиршмана**. *Первый показывает степень рыночной власти отдельной фирмы, т.е. степень превышения ценой предельных издержек, а второй – степень монополизации всего рынка.*

Источники монопольной власти: *эластичность рыночного спроса, число фирм на рынке, взаимодействие фирм.*

Для того, чтобы выявить и оценить последствия монополизации какого-то рынка следует сравнить две равновесные ситуации на нём. Первая ситуация – рынок монополизирован. Вторая ситуация – это то равновесие, которое могло бы быть, если бы он был конкурентным. **Общественные издержки монопольной власти** анализируются с использованием излишков потребителя и производителя. Суммирование изменений излишков потребителя и производителя позволяет сделать вывод об отрицательном эффекте экономики в целом от монополизации рынка. Общество будет иметь завышенную цену, заниженный объём, неэффективное использование монополистом прибыли и безвозвратные потери.

Исходя из отрицательных эффектов экономики, государство должно стремиться уменьшать общественные издержки монополизации. В целом ему доступны два механизма. Первый связан с налогообложением. В этом случае государство вводит налог, с помощью которого изымается какая-то часть монопольной сверхприбыли, которая затем через бюджетный механизм перераспределяется. Вторым механизмом является **регулирование цены**. Государство устанавливает максимально возможную цену, стремясь приблизить её к рыночной, рассчитывая, что монополия при этом будет наращивать объёмы производства. Обратите внимание на границы такого регулирования в отношении естественных монополий. Особенности ценового регулирования в отношении естественных монополий связаны с их основной особенностью. Обратите в этой связи внимание прежде всего на то, что у *естественной монополии средние издержки имеют устойчивую тенденцию к снижению по мере роста объёма производства*, в отличие от обычной монополии, у которой они U-образны.

Монополистом может быть не только производитель, но и потребитель. В этом случае говорят о **монопсонии**. Следует обратить внимание на отличия модели рынка с совершенным конкурентом и модели рынка с монопсонистом.

При оценке **последствий монопсонизации рынка** следует применять аппарат излишков потребителя и производителя. Это позволит сделать вывод об общем отрицательном эффекте для экономики от формирования такого рынка. В этом случае общество не дополучит определённый объём продукта, а цена его будет занижена.

Возможен редкий вариант, когда на рынке монополист сталкивается с монопсонистом. В этом случае говорят о **двусторонней монополии**. При

таком состоянии рынка и при условии равенства сил монополиста и монополиста возможно, что своими действиями они в какой-то степени нейтрализуют друг друга.

Вопросы для семинарского занятия:

1. Особенности рынка монополии.
2. Модель ценообразования монополии.
3. Решение монополиста относительно объема производства.
4. Правило «большого пальца» в ценообразовании.
5. Монопольная власть. Измерение монопольной власти. Индекс Лернера и Херфиндаля-Хиршмана.
6. Источники монопольной власти.
7. Общественные издержки монопольной власти.
8. Монополия. Модель ценообразования монополии.
9. Монополистическая власть и её источники.
10. Двусторонняя монополия.

Контрольные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. Какой из факторов следует рассматривать как наиболее существенный для возникновения монополии в рамках долгосрочного периода? Почему?
2. Насколько корректно утверждение, что чем выше монопольная власть, тем больше прибыль?
3. Объясните, в чём состоят особенности модели ценообразования монополии?
4. Почему не существует кривая предложения монополии?
5. Почему фирма может обладать рыночной властью, даже если она не является единственным продавцом на рынке?
6. Каковы источники монопольной власти? Приведите примеры для каждого случая.
7. Какие факторы определяют степень монопольной власти фирмы? Дайте краткое пояснение каждому фактору.
8. Каковы общественные издержки монопольной власти? Если бы монопольная прибыль производителя могла быть перераспределена в пользу потребителей, исчезли бы общественные издержки монопольной власти или нет? Кратко поясните свой ответ.

9. Насколько корректно утверждение, что абсолютная монополия в сравнении с конкурентной отраслью всегда оборачивается более высокими ценами и меньшими объемами выпуска?

10. Почему выпуск монополиста увеличится, если правительство вынудит его снизить цену? Если правительство, устанавливая «потолок» цен для монополиста, стремится максимизировать объем продукции, какой уровень цены следует выбрать?

11. Правильно ли поступает правительство, ограничивая прибыльность естественных монополий? Может ли общество от такого регулирования что-то потерять?

12. Как монополист выбирает количество товара, которое следует приобрести? Будет ли объем покупки монополиста больше или меньше, чем объем покупки конкурентного потребителя? Кратко поясните ответ.

13. Что такое монополистическая власть? Почему фирма может обладать монополистической властью, даже если она не является единственным покупателем на рынке?

14. Каковы источники монополистической власти? Какие факторы определяют степень монополистической власти фирмы?

15. Каковы общественные издержки монополистической власти? Если бы монополистическая прибыль покупателей могла быть перераспределена в пользу продавцов, исчезли бы общественные издержки монополистической власти или нет? Кратко поясните ответ.

2. Выполните практические задания:

1. Предположим, что монополист производит количество товара, соответствующее точке, в которой предельные издержки превышают предельный доход. Как ему следует изменить объем выпуска, чтобы увеличить прибыль? Поясните свой ответ с помощью графика.

2. Надбавка к предельным издержкам (в %) равна $(P - MC)/P$. Как зависит эта надбавка от эластичности спроса для монополиста, максимизирующего прибыль? Почему ее можно рассматривать как меру монополистической власти?

3. Всегда ли увеличение спроса на товар, производимый монополистом, ведет к увеличению цены? Поясните свой ответ. Всегда ли увеличение предложения товара, закупаемого монополистом, ведет к уменьшению цены? Поясните свой ответ с помощью графиков.

4. Оцените следующее утверждение: Во многих городах право на уборку мусора является монополией, гарантируемой городскими властями. При этом условии и предполагая, что другие формы регулирования со стороны городских властей отсутствуют, это означает, что в конечном итоге меньшее количество клиентов будет обслужено и цены будут выше, чем в случае, когда рынок уборки мусора функционировал бы на условиях свободной конкуренции?

5. Оцените, насколько экономически обоснованно поведёт себя фирма-монополист, когда в ответ на введение правительством налога на прибыль, позволяющее ему изъять часть монопольной прибыли, она уменьшает объём производства и увеличивает цену на свой товар. Для ответа на вопрос используйте соответствующие графики.

6. Покажите с помощью графиков экономический результат, который будет иметь фирма, имеющая монополию на перевозку пассажиров на остров, богатый историческими и архитектурными памятниками, если она в ответ на введение законодательным собранием района решение о введении налога равного всей монопольной экономической прибыли: это:

- а) увеличит количество рейсов на остров;
- б) уменьшит количество рейсов на остров;
- в) повысит цены на перевозку;
- г) понизит цены на перевозку;
- д) оставит цены и количество рейсов без изменения.

6. Рынок труда ассистентов преподавателей (ТА) в основных университетах можно охарактеризовать как монополию. Пусть спрос на труд ТА равен

$$W = 30\,000 - 125n,$$

где W – заработная плата (годовая);

n – число принятых на работу ТА.

Предложение труда ТА равно: $W = 1000 + 75n$.

а) Если университет воспользуется своим положением монополиста, то какое число ТА получают работу? Какова при этом будет их заработная плата?

ТЕМА 7

Ценовая дискриминация

Содержание темы: Присвоение излишка потребителя. Ценовая дискриминация. Ценовая дискриминация первого рода. Ценовая дискриминация второго рода. Ценовая дискриминация третьего рода. Многопериодная ценовая дискриминация и ценообразование с учетом пиковой загрузки. Двухэтапная оплата. Комплектование. Смешанное комплектование. Продажа с нагрузкой.

Цели и задачи изучения темы:

- 1) показать, каким образом руководители фирм, обладающих некоторой рыночной властью, могут использовать её для увеличения своей прибыли изымая излишек потребителя или часть его в свою пользу;
- 2) ознакомиться с моделями разных видов ценовой дискриминации.

Изучив тему, студент должен:

- **Знать:** основные приёмы сложных стратегий ценообразования при назначении различных цен на один и тот же товар для разных покупателей.
- **Уметь** определять эффекты от применения приёмов ценовой дискриминации и понимать, как действует механизм ценовой дискриминации.
- **Приобрести навык** самостоятельного использования приёмов экономического анализа для оценки эффектов ценовой дискриминации различного вида.

Порядок изучения темы: Тема очень актуальная, т.к. каждый потребитель с данной практикой регулярно сталкивается, а для производителя – это один из способов увеличения своей прибыли.

Все стратегии ценообразования, связанные с ценовой дискриминацией, имеют одну общую черту – они являются различными способами присвоения излишка потребителя и его перераспределения в пользу производителя.

Способы присвоения излишка могут принимать разные формы, в зависимости от которых и разделяют разные виды ценовой дискриминации. и, прежде всего, **ценовую дискриминацию первого, второго и третьего**

рода. В принципе **ценовая дискриминация** – это продажа одного и того же товара разным потребителям по разным ценам.

В случае **совершенной ценовой дискриминации первого рода** каждому покупателю была бы назначена цена за товар, которая бы соответствовала его индивидуальной субъективной цене, т.е. той, которую он готов заплатить за товар. Такая ценовая дискриминация не возможна. Поэтому имеет смысл говорить только о **несовершенной ценовой дискриминации первого рода**, когда разные цены могут назначаться группам потребителей, а не каждому отдельно. Примером такой дискриминации является, например, практика взимания разной платы за одну и ту же услугу врачей, адвокатов, бухгалтеров, консультантов, репетиторов и т.п.

Вторая ценовая дискриминация строится на особенностях поведения потребителя на некоторых рынках, когда, потребитель покупает (часто просто вынужден покупать) определённое количества товара по одной цене, а товар сверх этого объёма такой потребитель будет покупать при условии, что цена на дополнительные объёмы будет снижена. *Производитель в этом случае одну цену назначает на какой-то определённый объём, а сверх этого объёма продаёт товар по более низкой цене.* Такую практику установления цен применяют компании по электроснабжению, теплоснабжению, водоснабжению и т.п.

При этом следует обратить внимание на то, что, снижая цену, производитель стимулирует потребление, удовлетворяя который он увеличивает производство получая положительный эффект масштаба. Если средние издержки уменьшаются быстрее, чем уменьшается цена, то прибыль будет расти, а не снижаться.

Ценовая дискриминация третьего рода строится на том, что производитель разделяет потребителей на две или большее число групп. Этим она похожа на дискриминацию первого рода, но принцип деления в этом случае другой – для каждой группы характерна своя кривая спроса. У разных группы потребителей разная эластичность спроса по цене. Реально производитель назначает для них разные цены путём скидок, талонов, частичного возврата уплаченных средств, разных транспортных тарифов для разных условий покупок билетов и других приёмов. Следует иметь в виду, что условием максимизации прибыли производителя в этом случае является то, что цены и объём производителя должны быть установлены так, чтобы $MR_1 = MR_2 = \dots = MR_n = MC$.

Кроме трёх основных видов ценовой дискриминации возможно осуществление **многопериодной ценовой дискриминации (т.е. с учётом жизненного цикла продукта), двухэтапной оплаты, ценообразования с учётом пиковой загрузки, комплектования.** Обратите внимание на первую из них, хотя бы потому, что она похожа на третью ценовую дискриминацию. При её реализации производитель также делит покупателей на группы, имеющие разную ценовую эластичность, но акцент делается на том, что одни из них готовы покупать сразу же и по высокой цене новый или обновлённый товар, а другим он интересен, но они не готовы платить сразу высокую цену за него.

Вопросы для семинарского занятия:

1. Присвоение излишка потребителя и ценовая дискриминация.
2. Ценовая дискриминация первого рода.
3. Ценовая дискриминация второго рода.
4. Ценовая дискриминация третьего рода.
5. Многопериодная ценовая дискриминация и ценообразование с учетом пиковой загрузки. Двухэтапная оплата. Комплектование. Смешанное комплектование. Продажа с нагрузкой.

Контрольные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. Предположим, что фирма осуществляет совершенную ценовую дискриминацию первого рода. Какова минимальная цена, которая будет установлена на продукцию фирмы и чему равен ее совокупный объем выпуска?
2. Как бизнесмен, занимающийся продажей автомобилей, осуществляет ценовую дискриминацию? Как его способность верно распределить потребителей по группам влияет на его доходы?
3. Компании, занимающиеся энергоснабжением населения, часто используют ценовую дискриминацию второго рода. Приведите примеры. Каким образом это может привести к росту благосостояния потребителей?
4. Приведите примеры ценовой дискриминации третьего рода. Будет ли эффективна ценовая дискриминация третьего рода в том случае, если разные группы потребителей отличаются по уровню предъявляемого спроса, но имеют одинаковую эластичность спроса по цене?

5. Покажите, почему условие оптимальности в случае ценовой дискриминации третьего рода требует, чтобы предельный доход от продажи товара каждой группе потребителей равнялся предельным издержкам. С помощью этого условия объясните, как фирме следует изменить цены и совокупный объем выпуска, если кривая спроса одной из групп потребителей сдвинулась вправо и вверх, благодаря чему предельный доход от продажи товара этой группе увеличился.

6. Почему ценообразование с учетом пиковой загрузки является формой ценовой дискриминации? Может ли при этом повыситься благосостояние потребителей? Приведите примеры.

7. Как фирма выбирает оптимальные размеры двухэтапной оплаты в том случае, если ее товар покупают две группы потребителей с разными кривыми спроса? (Предположим, что фирме известны кривые спроса.)

8. Почему ценообразование на безопасную бритву «Жилетт» является формой двухэтапной оплаты? Необходимо ли при этом, чтобы фирма «Жилетт» имела монополию на производство не только бритвенного прибора, но и лезвий к нему? Что бы Вы как консультант посоветовали фирме по поводу того, как ей лучше выбрать уровни двухэтапной оплаты?

9. Почему киностудия «Луис» продавала фильмы «Унесенные ветром» и «Получить подвязку Герти» в комплекте? Каковы должны быть особенности спроса на продукцию фирмы со стороны разных групп потребителей, чтобы комплектование было выгодным?

10. Чем продажа с нагрузкой отличается от комплектования? Почему фирмы используют продажу с нагрузкой?

11. Можно ли сказать, что в условиях ценовой дискриминации те, кому продавец назначает более высокую цену, подвергаются эксплуатации?

12. Можно ли говорить, что в условиях ценовой дискриминации те покупатели, которые платят за товар меньше, эксплуатируют покупателей с относительно неэластичным спросом?

13. Как бы Вы объяснили разную цену на входные билеты в российский музей для граждан России и иностранцев? В каких случаях это может быть связано с ценовой дискриминацией, а в каких этому может быть другое объяснение?

14. Может ли иметь отношение к ценовой дискриминации более низкая цена на авиаперелёт туда и обратно в случае, когда билет покупается

туда и обратно в сравнении с тем, когда он покупается отдельно туда и отдельно обратно?

15. Оцените с позиции ценовой дискриминации практику продаж автомобилей, когда они чаще продаются с каким-то дополнительным оборудованием, а не в базовой комплектации.

16. Любая ли рыночная структура может реализовывать ценовую дискриминацию?

2. Выполните практические задания:

1. Для ценовой дискриминации необходимы возможность распределять потребителей по группам и возможность не допускать арбитража. Объясните, почему следующие обстоятельства могут использоваться в качестве схем ценовой дискриминации, и обсудите как распределение по группам, так и вероятность арбитража.

а) Требование к авиапутешественникам провести, по крайней мере, одну субботнюю ночь в месте назначения, чтобы получить возможность приобретения билета по более низкой цене.

б) Входящая в цену цемента стоимость доставки его покупателям, зависящая от их местонахождения.

в) Продажа бытовых приборов для обработки пищи с купонами, которые могут быть посланы производителю, чтобы получить компенсацию в размере 10 долл.

г) Временное снижение цен на туалетную бумагу.

д) Более высокая плата за пластическую хирургию, установленная для пациентов с высокими доводами.

2. Если спрос пар на посещение кинотеатров более эластичен, чем спрос одиноких людей, то для кинотеатров будет оптимальным установить, определенный тариф для посетителя плюс скидка для второго, третьего и т.д. члена семьи. Верно ли это утверждение? Объясните.

3. При определении оптовых цен на автомобили для своих дилеров автопроизводители обычно устанавливают гораздо более высокую надбавку к издержкам на предметы роскоши, входящие в комплект (такие как крыша с люком, ковровые покрытия, декоративные украшения и т.д.), чем на саму машину или основные элементы – такие, как, например автоматическая коробка передач. Объясните, почему.

4. Объясните с точки зрения ценовой дискриминации следующие практики фитнес-клубов в оплате своих услуг:

а) Двухэтапная оплата: вы вносите годовой членский взнос и затем платите небольшую сумму за каждое посещение.

б) Прямая плата за посещение: вы не платите членских взносов, но платите более высокую цену за посещение.

Каков смысл двухэтапной оплаты в данном случае? Зачем предлагать клиенту выбор из двух схем, а не просто двухэтапную оплату?

5. Во многих университетах плата за обучение для иностранных студентов выше, чем для граждан страны. Чем это можно объяснить?

6. В некоторых странах плата за обучение для студентов из других регионов страны выше, чем для студентов их своего региона. Чем это можно объяснить?

7. Объясните, в чём экономический смысл практики некоторых заведений общественного питания, когда они предлагают комплексный обед наряду с тем, что блюда, входящие в него можно заказать не в комплексе, а каждое по отдельности? Обоснуйте свой ответ и проиллюстрируйте примерами.

ТЕМА 8

Несовершенная конкуренция: монополистическая конкуренция и олигополия

Содержание темы: Монополистическая конкуренция. Составляющие монополистической конкуренции. Равновесие монополистического конкурента в долгосрочном и краткосрочном периодах. Монополистическая конкуренция и экономическая эффективность

Олигополия. Равновесие на олигополистическом рынке. Модель Курно. Преимущество первого хода – модель Штакелберга.

Конкуренция против сговора: дилемма заключенных. Применение дилеммы заключенных к процессу олигополистического ценообразования.

Цели и задачи изучения темы:

1) изучить особенности механизма ценообразования рыночных структур, отличных как от совершенной конкуренции, так и от монополии в чистом виде, но имеющих рыночную власть – монополистических конкурентов и олигополий и как то, как они используют её для увеличения своей прибыли;

2) изучить приёмы, с помощью которых монополистические конкуренты и олигополии используют свою рыночную власть для увеличения своей прибыли.

Изучив тему, студент должен:

- **Знать:** особенности монополистической конкуренции и олигополии как рыночных структур, относящихся к несовершенной конкуренции. Механизм ценообразования монополистического конкурента и механизм согласования цен в случае олигополии.

- **Уметь:** 1) определять эффекты потребителя, производителя и общества от монополистической конкуренции на отраслевом рынке; 2) оценивать эффекты от принятия олигополистами решений об объёме производства и ценообразовании;

- **Приобрести навык** самостоятельного использования приёмов экономического анализа для оценки последствий формирования монополистической конкуренции и олигополии.

Порядок изучения темы: Для некоторых рынков характерно, что фирмы производят **дифференцированный продукт**, т.е. по сути один и тот же, но отличающийся какими-то не принципиальными характеристиками (упаковка, марка и т.п.). На таких рынках много производителей, вход и выход со своими фирменными марками на них относительно свободный и отдельные фирмы могут в слабой форме управлять ценой на свой продукт, а значит, и получать некоторую экономическую прибыль в долгосрочном периоде. Всё это и составляет **особенности монополистической конкуренции**.

Модель ценообразования монополистического конкурента внешне похожа на модель монополии. Отличие состоит в том, что спрос на продукцию отдельного производителя не совпадает с рыночным спросом и поэтому он более эластичен.

Следует обратить внимание на то, что в отличие от монополии последствия формирования такого рынка как монополистическая конкуренция, менее негативны. Более того, отдельный производитель на таком рынке, учитывая, что на нём очевидна конкуренция, не должен бы иметь экономическую прибыль в долгосрочном периоде как и конкурентная фирма. Теоретически монополистический конкурент, как и конкурентная фирма, может оказаться в трёх ситуациях, а именно он может быть прибыльным, безубыточным и убыточным. В реальной действительности он, скорее всего, будет иметь прибыль из-за того, что производит дифференцированный продукт, но она будет значительно меньше, чем в случае монополии. Какие-то элементы дифференциации конкретного продукта (например марка) могут быть особо интересны отдельным покупателям, которые и будут оплачивать несколько завышенную цену, и тем самым обеспечивать экономическую прибыль конкретному производителю.

Олигополия – это такой рынок, на котором могут находиться несколько производителей. Они могут производить или одно и то же, или дифференцированный продукт. Вход на такой рынок затруднён из-за наличия искусственных и экономических барьеров.

Управление фирмой на олигополистическом рынке можно назвать наиболее сложным по сравнению с другими рыночными структурами. Это объясняется спецификой стратегических решений о ценообразовании. Отдельная фирма на таком рынке должна тщательно взвешивать свои дейст-

вия и их влияние на рыночное равновесие, а также возможную реакцию конкурентов.

Равновесие на олигополистическом рынке будет при условии, когда каждая фирма ведёт себя наилучшим образом при таком же поведении своих конкурентов. Это означает, что ни одна фирма, представленная на таком рынке не заинтересована в нарушении сложившегося равновесия. У отдельной фирмы при этом будет выполняться **условие максимизации прибыли** $MC = MR$.

Поведение фирм на олигополистическом рынке описывается разными моделями. В наиболее простой **модели Курно**, когда рассматривается дуополия (на рынке две фирмы), выстраиваются кривые реакции каждой фирмы на объёмы соперников. На основании этого делается вывод о том объёме рыночного предложения, при котором каждая из фирм будет максимизировать свою прибыль. В такой ситуации ни одной из фирм нет смысла отклоняться от этого равновесия. Если это произойдёт, то будет весьма вероятной ценовая война, в результате которой в конечном итоге проиграют обе фирмы. Они потеряют какую-то часть прибыли.

Такая модель верна для случая, когда речь идёт о примерно равных по размеру фирмах. Если одна из фирм доминирует, то для описания поведения отдельных фирм на таком рынке больше подходит модель Штакелберга. В этом случае рыночное равновесие будет формироваться с учётом преимущества первого хода крупной фирмы. Её конкурент для максимизации своей прибыли должен принять этот высокий объём выпуска и установить для себя более низкий объём производства.

Некоторые особенности олигополистического ценообразования наглядно иллюстрируются **дилеммой заключённого**. Она показывает варианты агрессивной ценовой конкуренции и низких прибылей с одной стороны, и неагрессивной политики высоких цен и высоких прибылей с другой стороны.

Вопросы для семинарского занятия:

1. Особенности рынка монополистической конкуренции.
2. Выбор объёма производства монополистическим конкурентом.
3. Равновесие монополистического конкурента в долгосрочном и краткосрочном периодах.

4. Особенности рынка олигополии.
5. Равновесие на олигополистическом рынке. Модель Курно. Модель Штакелберга.
6. Применение дилеммы заключенных к процессу олигополистического ценообразования.

Контрольные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. Каковы свойства рынка монополистической конкуренции?
2. Что происходит на таких рынках с равновесной ценой и объемом в случае, если одна из фирм представляет на рынок новый, улучшенный товар?
3. Почему в случае монополистической конкуренции кривая спроса для фирмы более пологая, чем кривая рыночного спроса?
4. Имеет ли монополистический конкурент экономическую прибыль в долгосрочном периоде?
5. Предположим, что монополистически конкурентная фирма получает прибыль в краткосрочном периоде. Что произойдет с ее кривой спроса в долгосрочном периоде?
6. В чём состоят основные признаки олигополистического рынка?
7. В модели Штакелберга та фирма, которая устанавливает объем выпуска первой, имеет преимущество. Объясните, почему.
8. Почему на олигополистических рынках иногда возникает ценовое лидерство? Объясните, как лидер определяет цену, максимизирующую прибыль.
9. Как можно охарактеризовать рынок, если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок?
10. Насколько характерна свобода входа и выхода с рынка для несовершенной конкуренции?

2. Выполните практические задания:

1. Некоторые эксперты утверждают, что на рынке слишком много различных видов хлопьев для завтрака. Приведите аргумент, поддерживающий эту точку зрения. Приведите аргумент против нее.
2. Объясните, почему равновесие Курно является устойчивым (т.е. почему у фирм нет стимула менять объемы своего выпуска, если они находятся в точке равновесия)?

3. Объясните, чем будут по последствиям отличаться две ситуации: прямой сговор фирм об объёмах и выбор объёмов, когда у них нет возможности договориться.

4. Предположим, что все фирмы в монополистически конкурентной отрасли объединились в одну большую фирму. Производила ли бы эта фирма то же количество различных видов товаров? Производила ли бы она только один вид товара? Объясните.

5. Как Вы с позиций монопольной власти объясните следующие явления:

а) относительно высокие цены «Кадиллаков» по сравнению с «Тойо-тами»;

б) высокие цены мороженого на чемпионате мира по фигурному катанию;

в) относительно высокие цены на авиабилеты, если трасса обслуживается одной авиакомпанией;

6. Каждый раз, когда Вы отправлялись поужинать в Ваш любимый ресторан, Вам приходилось ждать своей очереди около часа. На этой неделе владелец ресторана увеличил плату за ужин, так что Вам пришлось ждать только пять минут. Каким образом изменилось Ваше благосостояние и благосостояние владельца ресторана в результате такой меры?

ТЕМА 9

Рынки факторов производства

Содержание темы: Конкурентные рынки факторов производства. Спрос на фактор производства при одном переменном факторе. Спрос на фактор производства при нескольких переменных факторах. Кривая рыночного спроса. Предложение факторов производства, с которым имеет дело фирма. Рыночное предложение факторов производства.

Равновесие на конкурентном рынке факторов производства. Экономическая рента. Рынки факторов производства с монопсонической властью. Предельные и средние расходы. Решение о приобретении фирмой факторов производства. Монопольная власть на рынках факторов производства. Монополия на установление ставки заработной платы. Двусторонняя монополия на рынке труда.

Рынок земли. Особенности спроса и предложения на рынке земли. Земельная рента. Абсолютная и дифференциальная рента.

Рынок капитала.

Цели и задачи изучения темы:

1) изучить механизм ценообразования на рынках факторов производства;

2) изучить особенности функционирования этих рынков в сравнении с рынками готовой продукции в условиях совершенной конкуренции и в условиях монополии (монопсонии).

Изучив тему, студент должен:

- **Знать:** особенности механизмов рынков факторов производства при совершенной конкуренции и при условии, когда у участника рынка есть монопольная власть

- **Уметь:** оценивать решения о приобретении фирмой факторов производства.

- **Приобрести навык** самостоятельного использования приёмов экономического анализа для оценки состояния рынков факторов производства и последствий формирования на них несовершенной конкуренции и монополий (монопсоний).

Порядок изучения темы: Прежде всего следует разобраться в вопросе о том, в чём состоят особенности рынка экономических ресурсов в сравнении с рынками товаров и услуг. Обратите внимание на то, что **спрос на факторы производства** в отличие от спроса на готовые товары *вторичен и зависит от:*

- от спроса на продукцию, производимую фирмой;
- от цен на факторы производства.

Особенностью **предложения ресурса для отдельной фирмы** со стороны рынка ресурсов является то, что оно *абсолютно эластично*.

После ознакомления с особенностями рынка ресурсов следует приступить к изучению вопроса о том, как фирма решает проблему выбора объёма приобретаемых ресурсов. *Фирма должна изменять объём используемых ресурсов до тех пор, пока предельный доход продукта ресурса, например труда, не станет равен цене ресурса*. При достижении этого равенства прибыль фирмы будет максимальной. В иной интерпретации задача максимизации прибыли требует, чтобы предельный доход продукта ресурса был равен предельным расходам.

Обратите внимание на **особенности кривой индивидуального предложения труда**. Она может иметь отрицательный участок. Это означает, что при определённом (высоком) уровне ставки заработной платы человек предпочитает меньше работать и больше отдыхать. В этой связи следует обратить внимание на **проблему выбора между работой (трудом) и отдыхом**, иллюстрируемую эффектами замещения и дохода.

Принципиальной особенностью ценообразования на рынке ресурсов является возможность появления **экономической ренты**, которая *представляет собой плату за использование в производстве ресурса, который имеется в ограниченном количестве*. Примером этому может быть, например, рабочая сила с уникальными или особыми характеристиками.

В случае монополистического или монополистического рынка факторов производства действуют те же закономерности, что и на рынках готовой продукции. Следует обратить внимание на то, что предельные расходы в модели, когда покупатель ресурса имеет монополистическую власть, превышает средние расходы. В случае монополии продавцов ресурса предельный доход меньше среднего дохода. Наконец, возможна ситуация двусторонней монополии.

Примером монополиста на рынке труда является деятельность профсоюзов, которые добиваются своих целей уменьшением предложения труда.

Рынок земли имеет свои особенности. Прежде всего, в каждый определённый период времени **предложение земельного ресурса ограничено**, т.е. оно абсолютно неэластично по цене. Следует отметить, что **спрос на землю** фактически *дифференцированный*. На землю разного качества можно строить отдельные кривые спроса и, соответственно, равновесие на каждом отдельном секторе рынка земли (лучшие, средние и наихудшие земли) будет своё при общей кривой предложения земли.

Лучшими, средними и худшими земли могут быть по плодородию и местонахождению. Равновесной ценой на рынке земли является рента. **Земельная рента** – это частный случай экономической ренты. Различают **дифференциальную ренту по плодородию и по местоположению** и абсолютную ренту. **Абсолютная рента** – это минимальная плата за землю, при получении которой собственник земли согласен сдать её в аренду. Абсолютную ренту получают арендодатели земли не зависимо от её качества и местоположения.

Дифференциальную ренту получают собственники только средних и лучших по качеству и местоположению земель. Источник дифференциальной ренты следует искать в особенностях самой земли как ресурса. Именно она порождает ренту. По этой причине рента изымается собственником земли через арендную плату, которая различается по величине с учётом качества и местоположения земли.

Возможен вариант, когда дифференциальная рента присваивается тем, кто её извлёк, т.е. арендатором. Это происходит тогда, когда в течении срока аренды арендатор экономическими приёмами улучшает качество земли, и результаты более эффективного её использования нельзя учесть в арендной плате. После окончания срока аренды арендодатель учтёт улучшение качества земли, и повысит арендную плату, изымая тем самым всю земельную ренту. Из этого следует, что интересы собственника земли и арендодателя по срокам аренды прямо противоположны. Собственник заинтересован в коротких сроках, а арендатор в длинных.

От ренты следует отличать **арендную плату**, в которой основу составляет рента, но учитываются также какие-то затраты собственника в землю, которые он должен восстановить (здания, сооружения, коммуникации и т.п.).

Наконец, ренту не следует путать с **ценой земли**.

Рынок капитала в свою очередь имеет свои отличия от рынков других ресурсов. Обратите внимание на то, что существуют разные определения капитала. Самым общим и простым является следующее: **капитал** – это любой ресурс, создаваемый с целью производства большего количества экономических благ. При этом как бы не определяли капитал, он имеет принципиальное отличие от земли, и оно состоит в том, что капитал воспроизводимый ресурс. Поэтому под капиталом понимают обычно физические, материальные факторы.

Капитал разделяют на основной и оборотный. К **основному капиталу** относят здания, сооружения, машины, оборудование, средства связи и т.п., т.е. всё то, что служит в течение нескольких лет или точнее нескольких производственных циклов. К **оборотному капиталу** относят средства на покупку сырья, материалов, труда, т.е. того, что потребляется в течение одного производственного цикла.

В связи с такими особенностями основного и оборотного капитала, следует отметить, что стоимость основного по частям переносится на новый продукт. Предприниматель по частям списывает стоимость основного капитала в течение всего срока его амортизации. **Амортизация** – это процесс перенесения стоимости основного капитала на создаваемый продукт.

Важно также и то, что в экономическом анализе обычно говорят о денежном (или финансовом капитале), но при этом подразумевают, что на деньги покупается реальный капитал.

В этой связи следует обратить на особое внимание места домохозяйств в экономическом кругообороте. Домохозяйства предоставляют через покупку ценных бумаг (акций или облигаций) или через финансовые институты – банки, например, в долг ту часть своих доходов, которая остаётся у них сверх текущего потребления. Если речь идёт о временной передаче капитала для его производственного использования, то он возвращается обратно к его собственнику с приращением, которое является платой за пользование капиталом. Это приращение называют ссудным процентом. **Ссудный процент** – это цена, уплачиваемая собственнику капитала, за использование его средств в течение определённого периода времени.

Ссудный процент следует отличать от ставки ссудного процента. Ссудный процент – это собственно сумма денег, которую выплачивает за-

ёмщик собственнику капитала. **Ставка ссудного процента** показывает, в какой степени сумма, которую возвращает заёмщик кредитору превышает величину полученного кредита. Он выражается в виде процента.

Принципиальное значение имеет различие между номинальной и реальной процентной ставкой. Номинальная показывает, насколько сумма, возвращаемая кредитору возросла. Реальная – это номинальная ставка, скорректированная на величину инфляции.

$$\begin{aligned} & \text{Реальная ставка ссудного процента} = \\ & = \text{номинальная ставка} - \text{уровень инфляции.} \end{aligned}$$

Реальная ставка процента играет решающее значение для принятия решения о том, насколько целесообразны инвестиции. Предпринимателю может быть выгодным, если реальная ставка будет величиной отрицательной. В этом случае расплачиваться за кредит он будет обесценившимися деньгами.

Таким образом, возможности фирм в использовании реального капитала определяющим образом зависят от того, как принимаются домохозяйствами решения о потреблении и сбережениях.

Принимая решение о сбережениях, индивид фактически принимает решение о возможном потреблении в будущем. Он как бы сохраняет часть своих доходов для потребления в будущем и при этом сможет увеличить потребление за счёт процентов, получаемых от передачи сберегаемых средств в долг. Таким образом, потребитель маневрирует настоящим и будущим потреблением. Он может увеличить текущее потребление в обмен на уменьшение будущего потребления и, наоборот, может увеличить будущее потребление в обмен на уменьшение текущего потребления.

Сберегаемые деньги используются для создания и увеличения капитала. *Процесс создания и пополнения капитала называют **инвестированием**. Инвестиции – это вложения денежных средств.* Различают валовые инвестиции и чистые. **Валовые инвестиции** – это общее увеличение запаса капитала. Но часть такого увеличения идёт на возмещение того капитала, который износился в процессе его использования в производстве. *Если вычесть из валовых инвестиций средства, идущие на возмещение, то получим **чистые инвестиции**.* Спрос на капитал зависит, прежде всего, от ожидаемой нормы чистой прибыли, которую рассчитывает получить предприниматель от расходов на инвестиции и ставки процента.

Вопросы для семинарского занятия:

1. Конкурентные рынки факторов производства.
2. Особенности спроса на факторы производства.
3. Особенности предложения факторов производства.
4. Равновесие на конкурентном рынке факторов производства.
5. Экономическая рента.
6. Рынки факторов производства с монопсонической властью.
7. Решение о приобретении фирмой факторов производства.
8. Особенности функционирования рынка труда.
9. Особенности рынка земли.
10. Абсолютная и дифференциальная рента.
11. Рынок капитала.

Проблемные вопросы и задания

1. Ответьте на проблемные вопросы:

1. Почему ценообразование на рынке ресурсов выделяют в отдельную проблему микроэкономического анализа?
2. В чём состоят особенности спроса на ресурсы?
3. Как решает фирма – покупатель ресурсов задачу максимизации прибыли?
4. В каком случае можно будет говорить об экономически эффективном приобретении ресурсов фирмой?
5. Как цена земли зависит от ставки процента, складывающейся на рынке ссудных капиталов.
6. Что может при прочих равных условиях повысить цену участка земли?
7. Что будет, если рента, установленная за пользование землей, превысит равновесный уровень?
8. Как цена земли зависит от местоположения участка?
9. Как цена земли зависит от плодородия участка?
10. Почему предложение земли абсолютно неэластично?
11. В каком случае собственник невозобновимого естественного ресурса получит дифференциальную ренту?
13. Что может привести к сокращению спроса на землю?

2. Выполните практические задания:

1. Если арендная плата составляет 2000 долларов, а ставка процента – 8% годовых, при какой цене участка земли его покупка будет выгодна для фермера?

2. Если арендная плата составляет 1000 долларов, а ставка процента – 5% годовых, при какой цене участка земли его покупка будет выгодна для фермера?

3. Объясните, как изменится спрос фермера на землю при увеличении эластичности спроса на пшеницу?

4. Если спрос на факторы производства возрос, то какие выводы вы можете сделать относительно изменения спроса на соответствующие потребительские товары?

5. Предположим, что есть две группы рабочих: состоящие в профсоюзе и не состоящие в нем. Конгресс принял закон, обязывающий всех рабочих вступить в профсоюз. Как, по вашему мнению, изменится заработная плата тех, кто ранее не состоял в профсоюзе, и тех, кто и ранее был членом профсоюза? Какое предположение о поведении профсоюза вы используете?

6. Ночному клубу требуются охранники. Спрос на труд со стороны клуба описывается уравнением

$$L = 10 - 0,1W,$$

где L – число нанятых, а W – часовая заработная плата. На объявление о найме откликнулись 7 человек. Двое из них готовы работать при оплате труда не менее 80 руб./час; двое – не менее 50 руб./час; двое за 40 руб./час, а один согласен на 30 руб./час.

Определите сколько охранников наймет ночной клуб и какова будет оплата их труда.

7. Единственным органом, имеющим законное право нанимать солдат в Соединенных Штатах, является федеральное правительство. Если правительство использует свою власть монополиста, то каким критерием оно руководствуется, решая, сколько солдат взять на военную службу? Что случится, если будет введен обязательный призыв в армию?

8. Отраслевой спрос на труд представлен кривой

$$L = 1200 - 10w,$$

где L – дневной спрос на труд, w – заработная плата.

Кривая предложения описывается формулой

$$L = 20w.$$

Каковы равновесная ставка заработной платы и занятость? Какую экономическую ренту получают рабочие?

9. Задача является продолжением задачи 8. Предположим, что все трудовые ресурсы контролируются профсоюзом-монополистом, который максимизирует экономическую ренту, получаемую рабочими. Найдите равновесную занятость и ставку заработной платы. Сравните ответ с ответом, полученным в задаче 7. Обсудите результат. (Указание: кривая предельного дохода труда профсоюза $L = 600 - 5w$.)

10. Потребитель имеет 20 000 руб. и решает: сберечь их или потратить. Если он положит деньги в банк, то через год получит обратно 24 000 руб. При этом инфляция в течение этого года по прогнозам независимых экспертов составит 25%, а по прогнозам правительства 18%. Ответьте на следующие вопросы:

- а) Какова номинальная процентная ставка?
- б) Какой ожидается реальная процентная ставка?
- в) Какое решение потребителя в данной ситуации будет рациональным?

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Предмет и метод микроэкономической теории.
2. Рынок и его основные типы.
3. Спрос и его факторы.
4. Предложение и его факторы.
5. Изменение спроса и его величины.
6. Изменение предложения и его величины.
7. Эластичность спроса и предложения.
8. Коэффициенты эластичности в краткосрочном и долгосрочном периодах.
9. Потребительские предпочтения.
10. Бюджетные ограничения.
11. Равновесие потребителя.
12. Эффект дохода и эффект замещения.
13. Излишек потребителя.
14. Групповые экстерналии.
15. Отдача от масштаба.
16. Измерение издержек.
17. Издержки в краткосрочном периоде.
18. Издержки в долгосрочном периоде.
19. Основные правила поведения фирмы – совершенного конкурента.
20. Выбор объёма производства фирмой – совершенным конкурентом в краткосрочном периоде.
21. Кривая предложения фирмы и отрасли в краткосрочном периоде.
22. Выбор объёма производства фирмой – совершенным конкурентом в долгосрочном периоде.
23. Монополия и её основные характеристики.
24. Ценообразование в условиях монополии.
25. Монопольная власть и её измерение.
26. Факторы монопольной власти.
27. Общественные издержки монопольной власти.
28. Монопсония.
29. Ценовая дискриминация.

30. Монополистическая конкуренция и её основные характеристики.
31. Модель монополистической конкуренции.
32. Олигополия и её основные характеристики.
33. Олигополия (модель Курно).
34. Спрос на факторы производства и их предложение.
35. Особенности спроса и предложения на рынке труда.
36. Равновесие на рынке труда.
37. Выбор между трудом и отдыхом.
38. Монопсония на рынке труда.
39. Роль профсоюзов на рынке труда.
40. Модель двусторонней монополии.
41. Дифференциация заработной платы и распределение доходов.
42. Особенности рынка земли.
43. Земельная рента и цена земли.
44. Рынок капитала.

Темы для курсовой работы

1. Микроэкономика в системе экономических знаний.
2. Собственность: экономический и правовой аспект.
3. Рыночная система: особенности функционирования и развития.
4. Рыночный механизм: основные элементы и особенности действия.
5. Социально ориентированная рыночная экономика.
6. Рыночное равновесие: понятие, виды и модели.
7. Место и роль конкуренции в рыночной экономике.
8. Понятие, виды и показатели эластичности спроса и предложения.
9. Эластичность: понятие, виды, методы измерения и практическое применение.
10. Место и роль государства в рыночной экономике.
11. Экономические теории поведения потребителя.
12. Стратегии рыночного поведения рационально действующего потребителя.
13. Теория потребительского выбора. Потребитель в рыночной экономике.
14. Проблема потребительского выбора и способы максимизации полезности.
15. Проблемы потребительских рынков в России.
16. Предпринимательство: понятие, экономическая и социальная функции.
17. Основные виды и организационно-правовые формы предпринимательства.
18. Малое предпринимательство: место и роль в российской экономике.
19. Издержки фирмы: экономическая природа, основные типы и виды.
20. Трансакционные издержки в современной рыночной экономике.
21. Ценовая и неценовая конкуренция в условиях современного рынка: положительные и отрицательные аспекты.
22. Монополия, её характерные черты и виды (на примере России).
23. Крупные монополии в экономике России.
24. Теория монополии и проблема рыночной власти.

35. Типы рыночных структур: сравнительный анализ.
26. Рыночные структуры и проблема рыночной власти в российской экономике.
27. Способы оценки политического влияния фирмы на микроэкономические процессы: лоббизм, логроллинг и кикбэк.
28. Конкурентные и неконкурентные рынки в микроэкономике.
29. Монопольная(рыночная) власть и способы ее реализации.
30. Сравнительный анализ монополистической конкуренции и олигополии.
31. Современное состояние рынка монополистической конкуренции в России.
32. Монополистическая конкуренция: особенности ценообразования.
33. Олигополия как явление современного рынка (отечественный и мировой опыт).
34. Особенности ценообразования в различных рыночных структурах.
35. Основные модели олигополий на современных рынках.
36. Роль олигополии в современной рыночной экономике.
37. Место олигополии в современной отечественной экономике.
38. Естественные монополии в России: особенности функционирования и развития.
39. Модели некооперированной олигополии.
40. Модели кооперированной олигополии.
41. Ценовая дискриминация: экономическая природа, виды и место в рыночной экономике.
42. Заработная плата: экономическая природа, виды и формы.
43. Особенности рынка труда в России
44. Состав, состояние и перспективы развития рынков факторов производства в российской экономике.
45. Рынок производственных ресурсов: степень развитости в условиях России.
46. Рынок капитала; физический и денежный капитал. Роль и значение.
47. Сущность, виды и эффективность инвестиций в человеческий капитал.

48. Состав, состояние и перспективы развития рынков факторов производства в российской экономике.

49. Сущность ренты, ее виды и проблема земельного налога.

50. Экономическая политика государства и ее влияние на микроэкономические процессы.

51. Экономическая эффективность рыночных структур.

52. Проблемы налогообложения на микроуровне.

Проверочные тесты

Тема 1

1. Предметом исследования микроэкономики не является:

- а) уровень безработицы в стране;
- б) установление относительных цен на рынке факторов производства;
- в) определение оптимального объема производства в условиях совершенной конкуренции.

2. Объективно существующие устойчивые причинно-следственные связи между явлениями экономической жизни – это:

- а) экономические категории;
- б) экономические законы;
- в) экономические модели.

3. Основными субъектами в микроэкономике являются:

- а) центральный банк;
- б) домохозяйства;
- в) отрасль;
- г) рынок товаров и услуг.

4. Макроэкономическая модель создается для:

- а) отражения идеального функционирования экономики;
- б) точного отражения процессов, протекающих в экономике;
- в) выявления принципиальных экономических связей;
- г) анализа влияния эндогенных переменных на экзогенные;

5. При нормативном анализе осуществляется:

- а) теоретическое обоснование модели поведения экономического субъекта;
- б) изучение результатов воздействия поведения экономических субъектов на изменение макроэкономических показателей;
- в) разработка рекомендаций по использованию инструментов макроэкономической политики;
- г) эмпирическая проверка правильности теоретических гипотез.

6. Использование метода научной абстракции при разработке макроэкономической модели:

- а) делает модель более соответствующей действительности;

- б) облегчает решение проблемы;
- в) приводит к учету всех экзогенных параметров.

7. Мысленное разложение явлений на составные части и выделение отдельных его сторон с целью выявить то специфическое в них, что отличает их друг от друга, есть:

- а) экономический эксперимент;
- б) синтез;
- в) анализ;
- г) дедукция.

8. Если исследуется экономика, как целостная система, то это анализ:

- а) микроэкономический;
- б) макроэкономический;
- в) позитивный;
- г) нормативный.

9. Общий уровень цен и безработица изучаются в курсе:

- а) микроэкономики;
- б) макроэкономики;
- в) позитивной экономической теории;
- г) нормативной экономической теории.

10. использование допущение в экономическом анализе:

- а) делает модель более реалистичной;
- б) увеличивает число вопросов, которые должны быть включены в анализ;
- в) изменяет внутреннюю логику теории или модели;
- г) облегчает решение проблемы.

11. В модели кругооборота доходов и расходов в национальном хозяйстве:

- а) фигурирует производительный класс, бесплодный класс и класс собственников;
- б) все общественное производство делится на два подразделения: производство средств производства и производство предметов потребления;
- в) основным звеном является государство;
- г) движение доходов и расходов опосредуется рынком ресурсов и рынком благ.

12. Простое воспроизводство – это:

- а) возобновление производства в суженном размере;
- б) возобновление производства в расширенных размерах;
- в) возобновление воспроизводства в неизменных размерах;

13. Экстенсивный тип воспроизводства характеризуется:

- а) увеличением производственных мощностей в результате увеличения количества используемых факторов производства;
- б) увеличением производственного потенциала в результате совершенствования техники и технологии;
- в) увеличением производственных мощностей в результате увеличения количества используемых факторов производства и совершенствования техники и технологии.

14. К интенсивным факторам экономического роста относятся:

- а) расширение производственных мощностей;
- б) использование достижений НТП в производстве;
- в) увеличение количества занятых.

15. Микроэкономика изучает:

- а) рациональное поведение экономических субъектов;
- б) рыночное ценообразование;
- в) проблемы распределения ресурсов;
- г) всё перечисленное.

16. Модель круговых потоков включает:

- а) ценообразование;
- б) товарно-денежные потоки;
- в) рынки товаров, услуг и факторов производства;
- г) верно б) и в).

17. Что из перечисленного не изучает микроэкономика?

- а) производство нефти;
- б) происхождение, сущность и функции денег;
- в) цена, спрос и предложение на рынке образовательных услуг;
- г) механизм функционирования монополии.

18. Что из перечисленного не изучает макроэкономика?

- а) цикличность развития рыночной экономики;
- б) роль государства в рыночной экономике;
- в) максимизацию прибыли и ценовую дискриминацию;
- г) валовой национальный продукт.

19. Что из перечисленного является источником развития?

- а) применение более современной техники;
- б) повышение квалификации работников;
- в) новые технологии;
- г) увеличение численности трудоспособного населения.

20. Что из перечисленного относится к источникам интенсивного пути развития?

- а) рост численности рабочей силы;
- б) новые месторождения;
- в) новые технологии;
- г) освоение новых земель.

Тема 2

1. Закон спроса утверждает, что:

- а) когда цена товара падает, объём планируемых покупок растёт;
- б) если доходы покупателей падают, то они обычно покупают меньше товаров;
- в) связь между ценой товара и объёмом планируемых покупок прямая;
- г) превышение спроса над предложением вызовет рост цен.

2. Чем из перечисленного можно объяснить сдвиг кривой спроса на товар?

- а) цена товара упала, и потребители ответили на это ростом покупок;
- б) предложение товара увеличилось;
- в) выросли доходы потребителей;
- г) резко упали цены на материалы, из которых производится данный товар.

3. Снижение цен на материалы, необходимые для производства товара, вызовет:

- а) сдвиг кривой предложения влево;
- б) сдвиг кривой предложения вправо;
- в) сдвиг кривой спроса и кривой предложения вниз;
- г) сдвиг кривой спроса и кривой предложения вверх.

4. Рыночное предложение не испытывает прямого влияния:

- а) доходов потребителей;
- б) количества производителей;

- в) цен на ресурсы;
- г) цен на другие товары.

5. Если рыночная цена выше равновесной, то:

- а) возникает дефицит;
- б) появляется избыток товара;
- в) понизится безработица;
- г) вырастут цены на ресурсы.

6. При неизменном спросе рост предложения приведет:

- а) к росту равновесной цены и равновесного количества продукта;
- б) к росту равновесной цены и снижению равновесного количества продукта;
- в) к снижению равновесной цены и росту равновесного количества продукта;
- г) к снижению равновесной цены и снижению равновесного количества продукта.

7. Что может вызвать рост спроса на товар X?

- а) рост предложения товара X;
- б) снижение цен на товары-субституты товара X;
- в) снижение цен на ресурсы используемые при производстве товара X;
- г) ожидание роста цен на товар X.

8. Если два товара взаимозаменяемы, то падение цены на первый вызовет:

- а) рост спроса на второй товар;
- б) падение спроса на второй товар;
- в) падение величины спроса на второй товар;
- г) рост величины спроса на второй товар.

9. Если однопроцентный рост цены на товар приводит к двухпроцентному сокращению величины спроса на него, то этот спрос:

- а) эластичный;
- б) неэластичный;
- в) абсолютно неэластичный;
- г) абсолютно эластичный.

10. Предложение товара X абсолютно неэластично по цене. Если спрос на данный товар вырастет, то равновесная цена:

- а) вырастет, а равновесное количество товара останется неизменным;
- б) вырастет, а равновесное количество товара также вырастет;

- в) уменьшится, а равновесное количество товара вырастет;
- г) не изменится, а равновесное количество товара останется прежним.

11. Чем можно объяснить сдвиг кривой спроса на товар X:

- а) предложение товара X по некоторой причине уменьшилось;
- б) цена товара X возросла, и потому потребители решили меньше покупать этого товара;
- в) вкусы потребителей вызвали интерес к товару X и поэтому они хотят покупать его при любой данной цене больше, чем раньше;
- г) цена товара X упала, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше.

12. Рост цен на материалы, необходимые для производства товара X, вызовет:

- а) сдвиг кривой спроса вправо;
- б) сдвиг кривой предложения влево;
- в) сдвиг кривой спроса и кривой предложения влево;
- г) сдвиг кривой предложения вправо.

13. Если 2 товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый вызовет:

- а) падение спроса на 2-й товар;
- б) рост спроса на 2-й товар;
- в) увеличение объема спроса на 2-й товар;
- г) падение величины спроса на 2-й товар.

14. Совершенствование технологии сдвигает:

- а) кривую спроса вверх и вправо;
- б) кривую спроса вниз и вправо;
- в) кривую предложения вниз и вправо;
- г) кривую предложения вверх и влево.

15. Если предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца:

- а) растет;
- б) сокращается;
- в) сокращается в том случае, если спрос является эластичным;
- г) сокращается в том случае, если спрос является неэластичным;
- д) остается неизменной.

16. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является:

- а) абсолютно неэластичным;
- б) абсолютно эластичным;
- в) эластичным;
- г) неэластичным;
- д) спросом единичной эластичности.

17. Если бы эластичность спроса на утюги была нулевой, это означало бы, что:

- а) по имеющимся ценам можно продать любое количество утюгов;
- б) данное количество утюгов будет куплено по сколь угодно высоким ценам;
- в) потребность в товаре полностью насыщена;
- г) потребители не согласятся ни на какие изменения в объемах и ценах утюгов.

18. Если большинство жителей некоторой местности вдруг решат, что мясо вредно для здоровья, то при прочих равных условиях в данной местности:

- а) повысится спрос на рыбу и повысится спрос на мясной соус;
- б) понизится спрос на рыбу и понизится спрос на мясной соус;
- в) повысится спрос на рыбу и понизится спрос на мясной соус;
- г) понизится спрос на рыбу и повысится спрос на мясной соус.

19. Если спрос на жевательную резинку эластичен по цене, то уменьшение цены на нее приведет к:

- а) росту расходов населения на жевательную резинку;
- б) снижению расходов населения на жевательную резинку;
- в) повышению спроса на жевательную резинку;
- г) снижению спроса на продукты питания.

20. Закон предложения выражает:

- а) обратную связь между ценой и количеством продаваемого товара;
- б) прямую связь между ценой и количеством продаваемого товара;
- в) связь между эластичными и неэластичными товарами;
- г) меру эластичности каждого товара.

Тема 3

1. Общая полезность растёт тогда, когда предельная полезность:

- а) увеличивается;
- б) уменьшается;
- в) является величиной положительной;
- г) увеличивается или уменьшается, но является величиной положительной.

2. Какой из следующих значений предельной полезности иллюстрирует закон убывающей предельной полезности?

- а) 20, 15, 10, 5;
- б) 20, 10, 10, 10, 10;
- в) 20, 30, 40, 50;
- г) 20, 21, 22, 23.

3. Какой из следующих перечней значений общей полезности иллюстрирует закон убывающей предельной полезности?

- а) 20, 35, 45, 60;
- б) 20, 25, 27, 28;
- в) 20, 45, 75, 110;
- г) 20, 30, 40, 50.

4. Положение и наклон кривой безразличия отдельного индивида объясняется:

- а) ценами покупаемых товаров и размерами его доходов;
- б) только ценами покупаемых товаров;
- в) только доходами индивида;
- г) только его предпочтениями.

5. Если индивид выбирает комбинацию на плоскости внутри линии бюджетного ограничения, но не на ней, то он:

- а) находится в положении потребительского равновесия;
- б) максимизирует полезность;
- в) желает купить больше товара, чем ему позволяет бюджет;
- г) не полностью использует свой бюджет.

6. При бюджете потребителя, выделенным на товары А и В в 600 руб. цена товара А равна 100 руб., а товара В равна 50 рублям. Какая из комбинаций товаров будет находиться на бюджетной линии?

- а) 5А и 3В;
- б) 6А и 6В;

в) 4А и 4В;

г) 3А и 5В.

7. Потребительское равновесие на карте кривых безразличия – это:

а) любая точка, находящаяся на самой высокой кривой безразличия;

б) любая точка, находящаяся на бюджетной линии;

в) любая точка на пересечении кривой безразличия и бюджетной линии;

г) точка касания бюджетной линии кривой безразличия.

8. Отметьте неверное утверждение:

а) все точки на кривой безразличия показывают одинаковый уровень денежного дохода;

б) все точки на бюджетной линии показывают одинаковый уровень денежного дохода;

в) каждая точка на бюджетной линии показывает какую-то комбинацию двух товаров;

г) все точки на кривой безразличия показывают объёмы потребления, приносящие одинаковую степень удовлетворения.

9. Уменьшение дохода потребителя графически выражается (при постоянных ценах):

а) в параллельном сдвиге бюджетной линии влево;

б) в параллельном сдвиге бюджетной линии вправо;

в) в изменении наклона бюджетной линии;

г) все ответы неверны.

10. Закон убывающей предельной полезности утверждает, что:

а) предельная полезность товаров первой необходимости имеет тенденцию к понижению;

б) предельная полезность предметов роскоши имеет тенденцию к понижению;

в) предельная полезность приобретаемых товаров убывает по мере увеличения дохода потребителя;

г) полезность, приносимая потребителю каждой последующей единицей товара, уменьшается.

11. Бюджетное ограничение для потребителя представляет собой:

а) линию общей полезности товара;

- б) линию предельной полезности товара;
- в) ограничение, налагаемое на выбор потребителя;
- г) линию максимального удовлетворения потребителя.

12. Если MU_x – предельная полезность хлеба, а MU_v – предельная полезность вина и P_x – цена батона хлеба, P_v – цена бутылки вина, то для рационального потребителя в состоянии равновесия будет верным следующее утверждение:

- а) $MU_x = MU_v$;
- б) $MU_x : MU_v = P_x : P_v$;
- в) $P_x = P_v$;
- г) $MU_x : MU_v = P_v : P_x$.

13. Увеличение цены обычного товара приводит к смещению равновесия потребителя на карте кривых безразличия (при прочих равных условиях):

- а) вправо, вверх;
- б) вправо, вниз;
- в) влево, вверх или вниз;
- г) движение вдоль той же самой кривой безразличия.

14. Оптимальное правило покупки состоит в следующем:

- а) цена товара соответствует его общей полезности;
- б) предельная полезность товара соответствует его цене;
- в) наивысшая цена должна быть меньше предельной полезности товара;
- г) такого не существует, каждый руководствуется собственными представлениями.

15. на основе какой кривой можно построить линию индивидуального спроса на товар?

- а) бюджетной линии;
- б) кривой Энгеля;
- в) кривой «цена – потребление»;
- г) линии «доход – потребление».

16. Графическим отображением совокупности потребительских наборов, приносящих одинаковый уровень удовлетворения, является:

- а) бюджетная линия;
- б) кривая безразличия;
- в) линия, проходящая из начала координат;

г) все ответы верны.

17. Чем определяется эффект замещения:

а) ростом номинального дохода, позволяющим покупать больше дорогого товара;

б) изменением вкусов потребителя;

в) изменением относительной цены блага;

г) изменением моды.

18. Какой из указанных ниже вариантов не может послужить объяснением перемещения бюджетной линии из прежнего состояние в новое положение?

а) изменилась цена одного товара из потребительского набора;

б) изменилась цена одного из товаров потребительского набора;

в) изменились предпочтения потребителя;

г) цены товаров и предпочтения не изменились, а доход возрос;

д) любая точка, расположенная на бюджетной линии.

19. Излишек потребителя – это сумма денег:

а) которая не нужна потребителю;

б) которую государство забирает у потребителя при помощи налогов;

в) которую выигрывает потребитель из-за разницы между ценой, которую он готов уплатить, и рыночной ценой;

г) которую потребитель желает отдать тем фирмам-производителям, у которых наиболее высококачественная продукция.

20. Если для товара А величина спроса растет вместе с ростом цены, то товар А является:

а) товаром Гиффена;

б) малоценным товаром;

в) обычным товаром;

г) верно а) и б).

Тема 4

1. Экономические издержки:

а) включают в себя все явные и неявные издержки;

б) включают в себя только явные издержки;

в) включают в себя только неявные издержки;

г) включают в себя все явные и неявные издержки за исключением нормальной прибыли.

2. Переменные издержки фирмы – это:

- а) издержки, которые несёт фирма даже в том случае, когда продукция не производится;
- б) затраты фирмы на оплату труда всех работников, включая и тех, кто обеспечивает работоспособность оборудования, когда производство остановлено;
- в) минимальные издержки производства, обеспечивающие максимальную прибыль;
- г) все ответы неверны.

3. В краткосрочном периоде фирма производит 500 единиц продукции. Средние переменные издержки составляют при этом 150 руб., средние постоянные – 50 руб. Общие издержки составят:

- а) 25 000 руб.;
- б) 100 000 руб.;
- в) 75 000 руб.;
- г) 50 000 руб.

4. Предельные издержки – это:

- а) максимально возможные издержки;
- б) минимальные издержки;
- в) издержки на производство той единицы продукции, после которой производство становится убыточным;
- г) издержки на производство добавочной единицы продукции.

5. Предельные и средние постоянные издержки:

- а) никак не связаны друг с другом;
- б) с каждой единицей продукции средние постоянные увеличиваются на величину предельных издержек;
- в) предельные издержки уменьшают средние постоянные издержки;
- г) величина предельных издержек показывает границу возможных средних постоянных издержек.

6. Краткосрочный период в микроэкономическом анализе – это такой отрезок времени, в течение которого:

- а) все ресурсы изменяемы.
- б) все ресурсы постоянны.
- в) фирма не может нарастить объём производства.
- г) фирма может нарастить объём производства за счёт более интенсивного использования имеющихся машин и оборудования.

7. Постоянными факторами производства для фирмы являются факторы:

- а) не влияющие на спрос на данный товар;
- б) фиксированные при различном выпуске продукции;
- в) с постоянной ценой;
- г) определяемые размерами фирмы.

8. Изменение цены одного из факторов производства повлияет на издержки фирмы следующим образом:

- а) обязательно изменятся средние издержки;
- б) обязательно изменятся предельные издержки;
- в) изменятся средние и предельные издержки;
- г) ничего не изменится.

9. Кривая предложения фирмы совпадает с кривой:

- а) средних издержек справа от кривой предельных издержек;
- б) средних издержек слева от кривой предельных издержек;
- в) предельных издержек выше кривой средних переменных издержек;
- г) предельных издержек выше кривой средних общих издержек.

10. Какая формула из перечисленных верна:

- а) бухгалтерская прибыль + внутренние издержки = экономическая прибыль;
- б) экономическая прибыль – бухгалтерская прибыль = внешние издержки;
- в) экономическая прибыль + внутренние издержки = бухгалтерская прибыль;
- г) внешние издержки + внутренние издержки = выручка?

11. Короткий период в микроэкономической теории – это отрезок времени, в течение которого:

- а) все факторы переменны;
- б) все факторы постоянны;
- в) фирма не может изменить размеры своих сооружений, но может изменить количество используемых машин и оборудования;
- г) фирма не может изменить ни размеры своих сооружений, ни количество используемых машин и оборудования.

12. Переменные факторы производства – это факторы:

- а) которые могут быть изменены достаточно быстро при изменении выпуска продукции;
- б) которые не могут быть изменены достаточно быстро при изменении выпуска продукции;
- в) цена которых нестабильна;
- г) цена на которые не может контролироваться.

13. Постоянными издержками являются издержки, которые фиксированы относительно:

- а) уровня выпускаемой продукции;
- б) времени;
- в) технологии;
- г) минимальной зарплаты.

14. Постоянные издержки фирм – это:

- а) затраты на ресурсы по ценам, действующим в момент их приобретения;
- б) минимальные издержки производства любого объема продукции при наиболее благоприятных условиях производства;
- в) издержки, которые несет фирма даже в том случае, если продукт не производится;
- г) бухгалтерские издержки.

15. Когда эффект масштаба постоянный кривая долгосрочных средних издержек:

- а) является убывающей линией;
- б) является горизонтальной прямой;
- в) является возрастающей линией;
- г) может быть как возрастающей, так и убывающей линией.

16. Если предельные издержки меньше, чем средние валовые издержки:

- а) средние валовые издержки уменьшаются;
- б) средние валовые издержки увеличиваются;
- в) средние переменные издержки увеличиваются;
- г) средние валовые издержки могут, как уменьшаться, так и увеличиваться.

Тема 5

1. Линия спроса на продукцию фирмы, работающей в условиях совершенной конкуренции, представляет собой:

- а) прямую с отрицательным наклоном;
- б) горизонтальную прямую;
- в) вертикальную прямую;
- г) кривую, совпадающую с кривой МС.

2. Конкурентная фирма максимизирует прибыль при таком объёме производства, когда:

- а) предельные издержки равны средним переменным издержкам;
- б) предельные издержки равны средним общим издержкам;
- в) предельные издержки равны предельному доходу;
- г) обеспечивается максимально возможная цена единицы продукта.

3. Если конкурентная фирма в краткосрочном периоде максимизирует прибыли, то она не будет продолжать производства, если:

- а) цена продукта ниже минимума средних переменных издержек;
- б) цена продукта ниже минимума средних общих издержек;
- в) цена продукта ниже предельных издержек;
- г) цена продукта ниже средних постоянных издержек.

4. Фирмы заинтересованы в минимизации издержек. Они могут добиться этого при соблюдении следующего условия:

- а) покупать факторы производства на конкурентных рынках;
- б) соблюдать равенство между предельной нормой технического замещения факторов и соотношением цен этих факторов;
- в) поддерживать равенство между переменными и постоянными издержками;
- г) поддерживать максимальный уровень производства.

5. Кривая предложения совершенно конкурентной фирмы в краткосрочном периоде представляет собой:

- а) часть кривой средних переменных издержек, лежащую над кривой предельных издержек;
- б) кривую предельных издержек лежащую выше кривой средних переменных издержек;
- в) часть кривой предельных издержек лежащую выше кривой средних издержек;
- г) кривую предельных издержек.

6. Понятие «совершенно конкурентная фирма» подразумевает, что:

- а) это фирма, которая использует только методы легальной конкуренции в борьбе со своими конкурентами;
- б) это фирма, которая не оказывает влияния на формирование рыночной цены;
- в) это фирма, использующая любые формы конкуренции для захвата рынка;
- г) это фирма, которая добивается установление желаемой цены в конкурентной борьбе.

7. Если фирма, действующая на совершенно конкурентном рынке, сократит предложение своей продукции, то это:

- а) приведет к снижению рыночной цены продукта;
- б) не окажет никакого влияния на рынок;
- в) приведет к росту рыночной цены продукта;
- г) сократит предложение и повысит рыночную цену продукта.

8. Если на рынке выполняются условия совершенной конкуренции, то в точке краткосрочного равновесия:

- а) цена товара (P) равна предельным издержкам (MC) его производства;
- б) цена товара (P) равна средним издержкам (AC) его производства;
- в) цена блага равна его предельной полезности;
- г) верно а) и б).

9. Что из нижеперечисленного является признаком только совершенной конкуренции:

- а) фирма не обладает рыночной властью;
- б) фирма максимизирует прибыль;
- в) фирма получает экономическую прибыль в долгосрочной перспективе;
- г) линия спроса представляет собой линию средней выручки фирмы.

10. Краткосрочная кривая предложения совершенно-конкурентной фирмы:

- а) совпадает с кривой ее предельных издержек в той ее части, которая расположена выше минимально возможных средних валовых издержек;

б) совпадает с кривой ее предельных издержек в той ее части, которая расположена выше минимально возможных средних переменных издержек;

в) совпадает с кривой ее средних издержек, в той ее части, которая расположена ниже предельных издержек;

г) совпадает с кривой ее предельных издержек в той ее части, которая расположена выше минимально возможных средних постоянных издержек.

11. Главным условием максимизации прибыли является:

а) $MR(q) > MC(q)$,

б) $MR(q) < MC(q)$,

в) $MR(q) = MC(q)$.

г) $P > MC(q)$.

12. Цена на продукцию совершенно-конкурентной фирмы:

а) повышается при увеличении объема продукции, продаваемой фирмой;

б) понижается при увеличении объема продукции, продаваемой фирмой;

в) остается неизменной при увеличении объема продукции, продаваемой фирмой;

г) повышается при уменьшении количества продукции, продаваемой фирмой.

13. Что из перечисленного не характерно для совершенной конкуренции?

а) кривая спроса фирмы горизонтальна;

б) кривая спроса фирмы является также и кривой её предельного дохода;

в) кривая спроса фирмы является также и кривой её среднего дохода;

г) кривая спроса фирмы имеет отрицательный наклон.

Тема 6

1. При каком условии фирма-монополист получает максимальную прибыль?

а) средние затраты равны средней выручки;

б) цена равна средней выручке;

в) предельные затраты равны предельной выручки;

г) средние затраты равны цене.

2. Реализации рыночной власти в условиях монополии означает, что:

а) монополист назначает максимально высокие цены;

б) монополисту гарантирована высокая прибыль;

в) цена превышает предельную выручку;

г) монополист не учитывает особенности спроса.

3. В качестве экономического барьера для проникновения новых производителей в отрасль можно считать:

а) патенты и лицензии;

б) законодательно оформленные исключительные права;

в) более низкие издержки крупного производства;

г) возможности крупного производителя назначать более низкую, чем у новых производителей цену.

4. Если индекс Херфиндаля-Хиршмана для отрасли высок, то это при прочих условиях означает, что индекс Лернера для фирм этой отрасли:

а) тоже высок;

б) стремится к нулю;

в) стремится к единице;

г) все предыдущее ошибочно.

5. Монополист может получить экономическую прибыль:

а) только в краткосрочном периоде;

б) только в долгосрочном периоде;

в) никогда;

г) и в долгосрочном, и в краткосрочном периоде.

6. Фирма обладает монопольной властью, если она:

а) устанавливает цену на уровне предельных издержек;

б) следует за ценой, которую устанавливает лидер на рынке;

в) устанавливает цену на уровне средних переменных издержек;

г) устанавливает цену, исходя из кривой спроса.

7. Какой рынок, скорее всего, будет монополией:

а) бензоколонка в сельской местности;

б) рынок гвоздик;

в) рынок пшеницы;

г) продавец «Сникерса».

8. Что из перечисленного можно объяснить наличием монопольной власти:

- а) относительно высокие цены «Кадиллаков» по сравнению с «Тойотами»;
- б) высокие цены мороженого на чемпионате мира по фигурному катанию;
- в) относительно высокие цены на авиабилеты, если трасса обслуживается одной авиакомпанией;
- г) верны ответы б) и в).

9. С точки зрения общественного благосостояния, монополист, максимизирующий прибыль, достигает:

- а) производственной эффективности, в противоположность эффективности распределения ресурсов;
- б) эффективности распределения ресурсов, в противоположность производственной эффективности;
- в) как производственной эффективности, так и эффективности распределения ресурсов;
- г) не достигает ни производственной эффективности, ни эффективности распределения ресурсов.

10. Если преступная организация типа мафии эффективно монополизировала преступную деятельность, что произойдет с доходом от отдельного преступления:

- а) доход возрастет;
- б) доход снизится;
- в) доход не изменится;
- г) ничего определенного сказать нельзя.

11. Если предельные издержки в отрасли постоянны в долгосрочной перспективе, а функция спроса линейна, то объем производства монополиста будет:

- а) больше, чем объем производства, который существовал бы в отрасли в условиях свободной конкуренции;
- б) равен объему производства, который существовал бы в отрасли в условиях свободной конкуренции;
- в) равен ровно половине того объема производства, который существовал бы в условиях свободной конкуренции;

г) составляет ровно одну треть объема производства, который существовал бы в условиях свободной конкуренции.

12. Фирма имеет монополию на перевозку пассажиров на остров богатый историческими и архитектурными памятниками. Обычно она гребёт деньги лопатой. К несчастью для неё законодательное собрание района принимает решение о введении налога равного всей монопольной экономической прибыли. В ответ на это:

- а) фирма увеличит количество рейсов на остров;
- б) фирма уменьшит количество рейсов на остров;
- в) фирма повысит цены на перевозку;
- г) фирма понизит цены на перевозку;
- д) фирма оставит цены и количество рейсов без изменения.

Тема 7

1. Часто работники, занимающиеся ремонтом жилья требуют за работу плату, равную стоимости материалов, закупленных хозяином для ремонта. Такое поведение прежде всего связано с:

- а) различиями в затратах на ремонт при работе с материалами разной стоимости;
- б) ценовой дискриминацией;
- в) высокими темпами инфляции;
- г) высоким спросом на ремонт;
- д) верно всё перечисленное.

2. Что означает ценовая дискриминация третьего рода?

- а) группировка в разные партии товаров с разными ценами на них;
- б) установление на каждую продаваемую единицу продукции цены, соответствующей спросу;
- в) это ценовая политика, позволяющая монополии присваивать себе всю ренту покупателя;
- г) предполагает сегментацию рынка в соответствии с эластичностью спроса покупателей.

3. К ценовой дискриминации при которой продавец сегментирует покупателей на группы относится ценовая дискриминация:

- а) первого рода;
- б) второго рода;
- в) третьего рода;
- г) двухэтапная оплата;

д) верно а) и б);

е) верно а) и в).

4. К ценовой дискриминации при которой продавец сегментирует покупателей на группы с учётом их ценовой эластичности относится ценовая дискриминация:

а) первого и второго рода;

б) второго и третьего рода;

в) первого и третьего рода;

г) третьего рода и дискриминация с учётом жизненного цикла продукта;

д) третьего рода и двухэтапная оплата.

5. К ценовой дискриминации в университете, в котором только платное обучение относится:

а) разная стоимость обучения на разных специальностях;

б) университетские гранты на оплату части стоимости обучения по итогам сессии;

в) рассрочка оплаты за обучение;

г) все ответы верны.

6. Разница в стоимости авиаперелёта бизнес-классом и эконом-классом объясняется:

а) ценовой дискриминацией;

б) более высокими затратами на обслуживание;

в) дополнительными удобствами для пассажиров;

г) верно б) и в).

Тема 8

1. Монополистическая конкуренция характеризуется тем, что:

а) фирмы не могут свободно входить и выходить из него;

б) на рынке действует небольшое число фирм;

в) фирмы, действующие на рынке, выпускают дифференцированную продукцию;

г) фирмы, действующие на рынке, не обладают полной информацией о рыночных условиях.

2. Если монополия в отрасли сменяется монополистической конкуренцией, то от этого:

а) выигрывают продавцы;

- б) выигрывают покупатели;
- в) выигрывают и продавцы, и покупатели;
- г) никто не выигрывает.

3. Рынок красных гвоздик, скорее всего, будет являться:

- а) монополией;
- б) свободно конкурентным рынком;
- в) монополистической конкуренцией;
- г) картелем.

4. Рынки совершенной конкуренции и монополистической конкуренции схожи тем, что:

- а) выпускаются однородные товары;
- б) цена превышает предельные издержки;
- в) нет барьеров для вступления конкурентов в отрасль;
- г) эластичность спроса ниже, чем на рынке чистой монополии.

5. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется:

- а) совершенной конкуренцией;
- б) монополистической конкуренцией;
- в) олигополией;
- г) монополией.

6. Свобода входа и выхода с рынка характерна только для:

- а) монополии;
- б) совершенной конкуренции;
- в) монополистической конкуренции;
- г) верны ответы б) и в).

7. Известна матрица результатов (прибылей) двух фирм, действующих в условиях дуополии:

		Фирма А	
		Возможная цена 12	10
Фирма В	Возможная цена 12	700 / 700	1000 / 1000
	10	1000 / 100	300 / 300

Доминирующей стратегией фирмы Б будет:

- а) назначить цену 12;
- б) назначить цену 10;
- в) следовать поведению фирмы а;
- г) назначить цену, отличную от цены фирмы А.

8. «Дилемма заключенного» – это игра, в которую играют:

- а) два заключенных друг с другом;
- б) заключенные одной камеры с тюремным надзирателем;
- в) заключенный со следователем;
- г) все люди на работе.

9. На рынке монополистической конкуренции источником рыночной власти фирм являются:

- а) отсутствие конкуренции;
- б) наличие избыточных производственных мощностей;
- в) дифференциация продукции;
- д) высокие барьеры проникновения в отрасль.

10. Олигополистический рынок схож с рынком монополистической конкуренции в том, что:

- а) отсутствуют любые барьеры для проникновения в отрасль;
- б) действует незначительное количество продавцов;
- в) они могут производить дифференцированный продукт;
- г) для них характерно негласное согласование цен.

11. Если преступная организация эффективно монополизует преступную деятельность, что произойдёт с доходом от отдельного преступления?

- а) доход возрастёт;
- б) доход снизится;
- в) доход не изменится;
- г) ничего определённого сказать нельзя.

Тема 9

1. В противоположность строениям, предложение земли:

- а) абсолютно эластично;
- б) абсолютно неэластично;
- в) относительно эластично;
- г) относительно неэластично.

2. Если арендная плата составляет 1000 долларов, а ставка процента – 5% годовых, при какой цене участка земли его покупка будет выгодна для фермера?

- а) не более 20 000 долл.;
- б) не более 50 000 долл.;
- в) не более 10 000 долл.;
- г) не более 100 000 долл.

3. Собственники невозобновляемого естественного ресурса получают дифференциальную ренту, если:

- а) ресурс неисчерпаем;
- б) качество ресурса различно на разных участках;
- в) качество ресурса одинаково на всех участках;
- г) предложение ресурса абсолютно эластично.

4. Что может при прочих равных условиях повысить цену участка земли?

- а) понижение ставки процента;
- б) повышение ежегодной ренты;
- в) верно а) и б);
- г) не верен ни один из ответов;

5. Если рента, установленная за пользование землей, превысит равновесный уровень:

- а) спрос на землю превысит предложение;
- б) оптимальный объем использования земли возрастет;
- в) не вся земля будет использована;
- г) не верен ни один из ответов.

6. Если арендная плата составляет 2000 долларов, а ставка процента – 8% годовых, при какой цене участка земли его покупка будет выгодна для фермера?

- а) не более 25 000 долл.;
- б) не более 20 000 долл.;
- в) не более 50 000 долл.;
- г) не более 100 000 долл.

7. Реальная ставка процента равна 5%, темп инфляции – 20%. Номинальная ставка процента составляет:

- а) 26%;
- б) 25%;

- в) 24%;
- г) данных недостаточно.

8. Предельный продукт фактора производства в денежном выражении представляет собой:

- а) стоимость наибольшего объема продукта, который в данных условиях можно произвести;
- б) продажную цену последней единицы продукта;
- в) изменение объема производства при использовании дополнительной единицы производственного фактора;
- г) изменение общего размера выручки при использовании дополнительной единицы фактора производства.

9. Конкурентная фирма, максимизирующая прибыль, будет нанимать дополнительных работников в том случае, если:

- а) предельный продукт труда меньше, чем ставка заработной платы;
- б) предельный продукт труда больше, чем ставка заработной платы;
- в) предельный продукт имеет тенденцию роста;
- г) предельный продукт имеет тенденцию к снижению.

10. Что из перечисленного не является экономическим ресурсом?

- а) Средства производства.
- б) Прибыль.
- в) Земля.
- г) Полезные ископаемые.

11. Предложение земли характеризуется:

- а) абсолютной эластичностью;
- б) абсолютной неэластичностью;
- в) единичной эластичностью;
- г) неэластичностью.

12. Выберите верное утверждение.

а) Стоимость основного и оборотного капитала переносится на новый продукт по частям в течение нескольких производственных циклов.

б) Стоимость основного капитала переносится на новый продукт по частям в течение нескольких производственных циклов, а оборотного полностью за один цикл.

в) Стоимость оборотного капитала переносится на новый продукт по частям за несколько производственных циклов, а основного полностью за один цикл.

г) Стоимость основного и оборотного капитала переносится на новый продукт полностью за один производственный цикл.

13. Если кривая предложения земли находится справа от кривой спроса на землю, то:

а) собственник земли не получит абсолютную ренту;

б) собственник земли не получит дифференциальную ренту по местоположению;

в) собственник земли не получит дифференциальную ренту по плодородию;

г) собственник земли не получит земельную ренту вообще.

14. Земельная рента будет уменьшаться при прочих равных условиях, если:

а) растёт предложение земли;

б) растёт спрос на землю;

в) снижается цена земли;

г) сокращается спрос на землю.

15. Кривая предложения труда для отдельной фирмы:

а) имеет положительный наклон;

б) имеет отрицательный наклон;

в) выражает абсолютно неэластичное предложение;

г) ни один из ответов не является верным.

16. При принятии решения об инвестициях фирмы принимают во внимание:

а) номинальную ставку процента;

б) реальную ставку процента за вычетом номинальной;

в) номинальную ставку процента за вычетом реальной ставки;

г) ни один из ответов не является верным.

17. При данном спросе на инвестиции их величина:

а) будет расти при росте процентной ставки;

б) будет сокращаться при снижении процентной ставки;

в) будет сокращаться при росте процентной ставки;

г) не зависит от процентной ставки.

Список рекомендуемой литературы

Основная:

1. Гальперин В. М. Микроэкономика : учебник для вузов : в 3 т. Т. 1 / Гальперин Вадим Максович, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов. – Санкт-Петербург : Экон. школа, 2010. – 348 с.

2. Гальперин В. М. Микроэкономика : учебник для вузов : в 3 т. Т. 2 / Гальперин Вадим Максович, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов. – Санкт-Петербург : Экон. школа, 2010. – 503 с. : ил. – (Библиотека «Экономической школы»).

3. Гальперин В. М. Микроэкономика : учебник для вузов : в 3 т. Т. 3 / Гальперин Вадим Максович, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов. – Санкт-Петербург : Экон. школа, 2010. – (Библиотека «Экономической школы»).

4. Экономическая теория : учебник для вузов / Е. Н. Лобачева [и др.] ; под редакцией Е. Н. Лобачевой. – 4-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 501 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-99952-5. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/446614> (дата обращения: 11.09.2019).

5. Экономическая теория : учебник и практикум для академического бакалавриата / С. А. Толкачев [и др.] ; под ред. С. А. Толкачева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 410 с. – (Бакалавр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-07435-2. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/432076> (дата обращения: 11.09.2019).

Дополнительная:

1. Дерен В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика : в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 432 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11078-4. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/444492> (дата обращения: 11.09.2019).

2. Дерен В. И. Экономика: экономическая теория и экономическая политика : в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для вузов / В. И. Дерен. – 6-е изд., испр. и доп. – Москва : Юрайт, 2019. – 415 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11110-1. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/444493> (дата обращения: 11.09.2019).

3. Маховикова Г.А. Микроэкономика : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов по экон. напр. и спец. / Маховикова Галина Афонасьевна ; СПб гос. ун-т экономики и финансов. – Москва : Юрайт, 2013. – 268 с. : ил. – (Бакалавр. Базовый курс). – ISBN 978-5-9916-2235-6 (в пер.).

4. Микроэкономика : учебник для бакалавров : учебник для студентов вузов по экон. спец. / под ред. Г. А. Родиной, С. В. Тарасовой ; Всерос. заоч. фин.-экон. ун-т. – Москва : Юрайт, 2013. – 263 с. : ил. – (Бакалавр. Базовый курс). – ISBN 978-5-9916-2320-9 (в пер.).

5. Микроэкономика : теория и рос. практика : учебник для студентов вузов по экон. спец. «Финансы и кредит», «Бух. учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова ; Фин. акад. при Правительстве РФ. – 9-е изд., стер. – Москва : КноРус, 2011. – 619 с. : ил. – ISBN 978-5-406-01180-5 (в пер.).

6. Моисеева Ю. О. Подготовка курсовых работ по экономической теории (для студентов 1-2 курсов) : учеб.-метод. пособие / Ю. О. Моисеева, С. Л. Сазанова ; Ульяновск. гос. ун-т, ИЭиБ, каф. экон. теории. – Ульяновск : УлГУ, 2010. – 45 с

7. Розанова Н. М. Экономика для менеджеров : в 2 ч. Часть 1 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. – Москва : Юрайт, 2018. – 234 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00173-0. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/420926>.

8. Розанова Н. М. Экономика для менеджеров : в 2 ч. Часть 2 : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / Н. М. Розанова. – Москва : Юрайт, 2018. – 192 с. – (Бакалавр и магистр. Академический курс). – ISBN 978-5-534-00174-7. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/421020> (дата обращения: 11.09.2019).

9. Симкина Л. Г. Микроэкономика : учеб. пособие для студентов вузов по спец. «Экономика и управление на предприятии (по отраслям)» и бакалавров направ. «Менеджмент (производственный)» / Симкина Людмила Георгиевна. – 2-е изд., стер. – Москва : КноРус, 2013. – 357 с.

10. Сухарев О. С. Экономическая теория. Современные проблемы : учебник для вузов / О. С. Сухарев. – Москва : Юрайт, 2019. – 215 с. – (Авторский учебник). – ISBN 978-5-534-10422-6. – Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. – URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/430004>.

11. Экономическая теория : учебник и практикум для академ. бакалавриата : учебник для студентов вузов по экон. направл. и спец. / под ред.

С. А. Толкачева ; Фин. ун-т при Правительстве РФ. – Москва : Юрайт, 2016. – 444 с. : ил. – (Бакалавр. Академический курс). – Библиогр.: с. 442-444 (48 назв.). – ISBN 978-5-9916-6005-1 (в пер.).

12. Экономическая теория : учебник для бакалавров : учебник для студентов по напр. «Экономика» и экон. спец. / под ред. Е. Н. Лобачевой; МГТУ. – 3-е изд., перераб. и доп. – Москва : Юрайт, 2014. – 516 с. : ил. – (Бакалавр. Базовый курс). – Библиогр. в конце гл. – ISBN 978-5-9916-2910-2 (в пер.).

Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы

1. Электронный каталог библиотеки УлГУ;
2. ЭБС biblio-online.ru;
3. Система ГАРАНТ [Электронный ресурс] : электронный периодический справочник / НПП «ГАРАНТ-СЕРВИС». – Электрон. дан. – М., [201-];
4. КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : справочная правовая система / Компания «Консультант Плюс» – Электрон. дан. – М. : КонсультантПлюс, [201-];
5. <http://www.economicus.ru>;
6. <http://rusref.nm.ru/>;
7. Проект Института «Экономическая школа» – <http://www.economicus.ru/>;
8. Экономическая экспертная группа – <http://www.eeg.ru>;
9. Центр экономических и финансовых разработок – <http://www.cefir.ru>;
10. Институт экономики переходного периода – <http://www.iet.ru>;
11. Фонд Либеральная миссия – <http://www.liberal.ru>;
12. Высшая школа экономики – <http://www.hse.ru>;
13. Экономический факультет МГУ им. М.В. Ломоносова – <http://www.econ.msu.ru/>;
14. Центр макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования – <http://www.forecast.ru>;
15. Институт финансовых исследований – <http://www.ifs.ru>;
16. Центр стратегических разработок – <http://www.esr.ru>;
17. Центр развития – <http://www.dcenter.ru>;
18. Федеральная служба государственной статистики – <http://www.gks.ru>.