

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И КАДРОВ

Учреждение образования
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

Кафедра экономической теории

С. А. Константинов, И. Т. Эйсмонт

МИКРОЭКОНОМИКА

*Методические указания по изучению дисциплины
и самостоятельной работы для студентов, обучающихся
по специальностям 1-25 01 04 Финансы и кредит,
1-25 01 07 Экономика и управление на предприятии,
1-25 01 08 Бухгалтерский учет, анализ и аудит,
1-25 01 10 Коммерческая деятельность, 1-26 02 03 Маркетинг,
1-74 01 01 Экономика и организация производства в отраслях
агропромышленного комплекса, 1-25 01 03 Мировая экономика
очной и заочной форм обучения*

Горки
БГСХА
2017

УДК 330.1(075)
ББК 65.012.2.я73
К65

*Рекомендовано методической комиссией
экономического факультета.
Протокол № 2 от 27 октября 2016 г.*

Авторы:

доктор экономических наук, профессор *С. А. Константинов*;
старший преподаватель *И. Т. Эйсмонт*

Рецензенты:

доктор экономических наук, заведующая кафедрой
экономики и организации производства
УО «Могилевский государственный университет
продовольствия» *А. Г. Ефименко*;
кандидат экономических наук, доцент *Г. В. Миренкова*

К65

Константинов, С. А.

Микроэкономика: методические указания по изучению дисциплины и самостоятельной работы / С. А. Константинов, И. Т. Эйсмонт. – Горки: БГСХА, 2017. – 77 с.

Приведены указания по изучению дисциплины и самостоятельной работы, перечень вопросов по микроэкономике, определения ключевых понятий и терминов, тесты и задачи по каждой теме программы, литература.

Для студентов, обучающихся по специальностям 1-25 01 04 Финансы и кредит, 1-25 01 07 Экономика и управление на предприятии, 1-25 01 08 Бухгалтерский учет, анализ и аудит, 1-25 01 10 Коммерческая деятельность, 1-26 02 03 Маркетинг, 1-74 01 01 Экономика и организация производства в отраслях агропромышленного комплекса, 1-25 01 03 Мировая экономика.

УДК 330.1(075)
ББК 65.012.2.я73

© УО «Белорусская государственная
сельскохозяйственная академия», 2017

ВВЕДЕНИЕ

В условиях становления в Республике Беларусь социально ориентированной рыночной экономики одной из приоритетных задач является повышение эффективности функционирования субъектов хозяйствования. Микроэкономика как наука представляет собой именно то направление исследования экономической жизни общества, задачей которого является выявление закономерностей экономического поведения субъектов рынка – потребителей и производителей, осуществления ими выбора оптимальных решений в условиях ограниченности ресурсов.

«Микроэкономика» относится к циклу общепрофессиональных и специальных дисциплин специальностей 1-25 01 04 Финансы и кредит, 1-25 01 08 Бухгалтерский учет, анализ и аудит, 1-25 01 10 Коммерческая деятельность, 1-26 02 03 Маркетинг, 1-74 01 01 Экономика и организация производства в отраслях агропромышленного комплекса, 1-25 01 03 Мировая экономика.

Освоение дисциплины базируется на компетенциях, приобретенных ранее студентами при изучении «Высшей математики», «Философии», «Экономической теории».

Целью учебной дисциплины «Микроэкономика» является развитие экономического мышления студентов, формирование у них фундаментального знания механизмов функционирования рынков, умения творчески применять теоретические знания в процессе принятия управленческих решений.

Задачи изучения учебной дисциплины:

- развитие навыков анализа конкретных микроэкономических явлений;
- формирование понимания механизмов функционирования субъектов хозяйствования, рынков товаров и производственных ресурсов;
- овладение инструментами микроэкономического регулирования;
- выработка умения творчески использовать теоретические знания для решения практических проблем.

Требования к академическим, социально-личностным и профессиональным компетенциям специалиста.

Специалист должен:

- АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач;
- АК-2. Владеть системным и сравнительным анализом;
- АК-3. Владеть исследовательскими навыками;
- АК-6. Владеть междисциплинарным подходом при решении проблем;
- АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером;
- АК-9. Уметь учиться, повышать свою квалификацию в течение всей жизни;
- СЛК-1. Обладать качествами гражданственности;
- СЛК-2. Быть способным к социальному взаимодействию;
- СЛК-3. Обладать способностью к межличностным коммуникациям;
- ПК-1. Использовать законы экономического развития в профессиональной деятельности. Согласовывать текущую работу с перспективными задачами и жизненно важными интересами развития национальной экономики, ее отраслей и сфер;
- ПК-2. Выявлять экономическую сущность проблем, возникающих в ходе профессиональной деятельности, уметь привлечь для их решения соответствующий финансово-аналитический инструментарий.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен *знать*:

- основные понятия и принципы учебной дисциплины «Микроэкономика»;
- основы поведения потребителей и производителей в рыночной экономике;
- механизмы ценообразования на товарных и ресурсных рынках;
- условия общего равновесия и экономической эффективности;
- направления, методы и экономические границы государственной микроэкономической политики;

***уметь*:**

- анализировать микроэкономические процессы, происходящие в Республике Беларусь и за рубежом;
- использовать теоретические знания для принятия оптимальных решений в условиях экономического выбора;
- аргументированно отстаивать свою точку зрения в дискуссиях по актуальным проблемам микроэкономики;

– решать задачи и тесты, закрепляющие учебный материал;

владеть:

– базовыми теоретическими знаниями для решения практических задач;

– междисциплинарным подходом при решении микроэкономических проблем;

– современными средствами телекоммуникаций;

– методами оценки конкурентоспособности и экономической эффективности разрабатываемых технологий.

Структура содержания учебной дисциплины. Содержание дисциплины представлено в виде тем, которые характеризуются относительно самостоятельными укрупненными дидактическими единицами содержания обучения. Содержание тем опирается на приобретенные ранее студентами компетенции при изучении дисциплин «Высшая математика», «Философия», «Экономическая теория».

Междисциплинарные связи. Учебная дисциплина «Микроэкономика» относится к циклу специальных дисциплин, в ней используются понятия и принципы, которые заложены в курсе «Экономическая теория».

Знание учебной дисциплины «Микроэкономика» необходимо для последующего изучения учебной дисциплины «Макроэкономика», так как невозможно понять макроэкономические процессы, не зная, как поведут себя в конкретной рыночной ситуации субъекты хозяйствования на микроуровне.

Микроэкономика является теоретической основой изучения учебных дисциплин «Экономика организаций (предприятий) агропромышленного комплекса» и «Организация производства».

«Микроэкономика» связана с учебной дисциплиной «Высшая математика», поскольку используются такие методы познания, как предельный и функциональный анализ, графический метод, экономические модели.

Методы (технологии) обучения. Основными методами (технологиями) обучения, отвечающими целям дисциплины, являются:

- элементы проблемного обучения (проблемное изложение, вариантное изложение, частично-поисковый метод), реализуемые на лекционных занятиях;

- элементы учебно-исследовательской деятельности, осуществление творческого подхода, реализуемые на практических занятиях и при самостоятельной работе.

Организация самостоятельной работы студентов. При изучении дисциплины используются следующие формы самостоятельной работы:

- первоначальное подробное ознакомление с программой учебной дисциплины;

- ознакомление со списком рекомендуемой литературы по учебной дисциплине в целом и ее разделам, наличие ее в библиотеке и других доступных источниках, изучение необходимой литературы по теме, подбор дополнительной литературы;

- изучение и расширение лекционного материала преподавателя за счет специальной литературы, консультаций;

- подготовка к семинарским занятиям по специально разработанным планам с изучением основной и дополнительной литературы;

- подготовка к выполнению диагностических форм контроля (контрольные работы и т. п.);

- подготовка к экзамену.

Диагностика компетенций студента. Оценка учебных достижений студента на экзамене производится по десятибалльной шкале. Для оценки учебных достижений студентов используются критерии, утвержденные Министерством образования Республики Беларусь.

Оценка промежуточных учебных достижений студентов осуществляется на семинарских занятиях по десятибалльной шкале.

Для оценки достижений студентов используется диагностический инструментарий:

- проведение текущих контрольных опросов и контрольного тестирования по отдельным темам;

- выступление студента на конференции по подготовленному реферату;

- выступление на семинарских занятиях и самостоятельная работа при выполнении индивидуальных заданий;

- сдача экзамена по дисциплине.

Тематический план учебной дисциплины. На изучение учебной дисциплины всего отведено 152 ч, из них аудиторных – 72 ч, в том числе лекций – 36 ч, семинарских занятий – 36 ч. Форма контроля знаний – экзамен.

Примерное распределение часов по темам представлено в таблице.

Тематический план по курсу «Микроэкономика», ч

| Название разделов (модулей) и тем | Всего часов | В том числе | |
|---------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|------------------------------------|
| | | лекции | семинарские (практические) занятия |
| Тема 1. Введение в микроэкономику | 4 | 2 | 2 |
| Тема 2. Теория поведения потребителя | 4 | 2 | 2 |
| Тема 3. Рыночное поведение конкурентных фирм | 8 | 4 | 4 |
| Тема 4. Чистая монополия | 4 | 2 | 2 |
| Тема 5. Монополистическая конкуренция | 4 | 2 | 2 |
| Тема 6. Олигополия | 6 | 4 | 2 |
| Тема 7. Рынки производственных ресурсов. Рынок труда | 6 | 2 | 4 |
| Тема 8. Рынок капитала. Предпринимательская способность и экономическая прибыль | 8 | 4 | 4 |
| Тема 9. Рынок земли | 4 | 2 | 2 |
| Тема 10. Общее равновесие и общественное благосостояние | 8 | 4 | 4 |
| Тема 11. Внешние эффекты | 4 | 2 | 2 |
| Тема 12. Информация, неопределенность и риск в экономике | 4 | 2 | 2 |
| Тема 13. Общественные блага | 4 | 2 | 2 |
| Тема 14. Теория общественного выбора | 4 | 2 | 2 |
| Всего | 72 | 36 | 36 |

Тема 1. ВВЕДЕНИЕ В МИКРОЭКОНОМИКУ

1. Предмет микроэкономики. Принятие решений субъектами рынка в условиях экономического выбора. Концепция экономического рационализма. Применение и границы микроэкономической теории.

2. Методы и принципы микроэкономического анализа. Предельный и функциональный анализ. Равновесный подход к исследованию экономических явлений и процессов. Моделирование микроэкономических процессов.

Ключевые понятия и термины

Абстракция (*abstraction*) – метод познания, основанный на выделении главного в объекте исследования и отвлечении (абстрагировании) от несущественного, случайного, временного, непостоянного.

Анализ (*analysis*) – метод научного исследования (познания) явлений и процессов, в основе которого лежит изучение составных частей, элементов изучаемой системы.

Аналогия (*analogy*) – метод познания, предполагающий перенос свойств с известного явления или процесса на неизвестные. При этом могут использоваться достижения в различных областях знаний.

Дедукция (*deduction*) – метод познания, предполагающий умозаключения от общего к частному.

Индукция (*induction*) – метод познания, базирующийся на умозаключениях от частного к общему.

Метод (*method, procedure*) – способ познания, исследования явлений природы и общественной жизни.

Микроэкономика (*microeconomics*) – раздел экономической науки, изучающий деятельность отдельных агентов (индивидов, домохозяйств, фирм и др.) и их поведение на отраслевых рынках.

Нормативная экономическая наука (*normative economics*) – направление экономической науки, основанное на оценочных суждениях людей относительно того, какой должна быть экономика; трактует проблемы экономических целей и экономической политики.

Предельный анализ (*marginal analysis*) – поиск оптимального значения переменной, экономического показателя, производимый путем сравнения издержек и выгод, которые могли бы быть вызваны изменением значения данной переменной.

Проблема минимизации издержек (*economizing problem*) – про-

блема, заключающаяся в том, что материальные потребности общества безграничны, а имеющиеся ресурсы для производства товаров и услуг, которые удовлетворяют эти потребности, ограничены (редки); неспособность производить неограниченный объем товаров и услуг.

Синтез (*syntheses*) – метод познания, основанный на соединении отдельных частей явления, изучаемых в процессе анализа, в единое целое.

Экономика (*economics, economic*) – народное хозяйство, включающее отрасли материального производства и непроизводственной сферы; научная дисциплина, занимающаяся изучением секторов (промышленность, сельское хозяйство, услуги и т. д.) и отраслей хозяйства страны или отдельных ее регионов, а также некоторых условий и элементов производства.

Экономическая модель (*economic model*) – упрощенная картина действительности; абстрактное обобщение.

Экономическая система (*economic system*) – исторически возникшая или установленная, действующая в стране совокупность принципов, правил, законодательно закрепленных норм, определяющих форму и содержание основных экономических отношений, возникающих в процессе производства, распределения, обмена и потребления экономического продукта.

Экономические институты (*economic institutions*) – ряд норм и правил, которые выполняют функции ограничений поведения экономических агентов и упорядочивают взаимодействие между ними, а также соответствующие механизмы контроля за соблюдением данных правил.

Экономические переменные (*economic variables*) – измеримые количества (объем готовой продукции) или суммы денег (цены), которые могут принимать различные значения.

Экономический агент (*economic agent*): 1. Субъект экономических отношений, участвующий в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ; 2. Юридическое или физическое лицо, выполняющее в экономике определенную функцию от собственного имени или по поручению других лиц (групп лиц).

Экономический выбор (*economic choice*) – выбор наилучшего среди альтернативных вариантов, при котором достигается максимизация полезности в результате использования ограниченных ресурсов. Рациональность выбора предполагает анализ выгод и затрат.

Экономический закон (*economic act*) – наиболее существенные,

устойчивые, постоянно повторяющиеся объективные причинно-следственные связи и взаимозависимости явлений и процессов.

Экономический человек (*economic man*): 1. Концепция экономической теории, в соответствии с которой индивиды поступают так, чтобы максимизировать полезность при наборе ограничений, самым очевидным из которых является доход; 2. Главный творческий субъект рыночной экономики, который имеет свободу выбора и принимает рациональные и оптимальные решения с учетом всех имеющихся условий, возможностей и информации в соответствии со своими индивидуальными предпочтениями, интересами и целями.

Литература: [4, с. 7–30; 5, с. 1–43; 6, с. 6–30; 7, с. 7–26; 9, с. 5–23; 12, с. 11–26; 14, с. 9–21].

Темы рефератов и докладов

1. Функции и графики в микроэкономическом анализе.
2. Возможности и задачи микроанализа.

Тесты

1. Наиболее полным определением предмета микроэкономики является:

- а) эффективное использование ограниченных ресурсов;
- б) максимальное удовлетворение потребителей;
- в) производство благ и их распределение;
- г) изучение поведения людей и предприятий относительно производства, распределения и потребления товаров;
- д) поведение экономических субъектов рынка в условиях экономического выбора.

2. Какое из этих положений не имеет отношения к определению предмета микроэкономики?

- а) эффективное использование ресурсов;
- б) неограниченные производственные ресурсы;
- в) максимальное удовлетворение потребностей;
- г) духовные потребности.

3. Что из перечисленного изучает микроэкономика?

- а) производство в масштабе всей экономики;
- б) численность занятых в народном хозяйстве;
- в) общий уровень цен;

г) производство сахара и динамику его цены.

4. Если экономические обобщения основываются на фактах, то такой метод анализа является:

- а) описательным;
- б) гипотетическим;
- в) индуктивным;
- г) дедуктивным.

5. Позитивная микроэкономика изучает:

- а) «что есть»;
- б) «что должно быть»;
- в) предполагаемые тенденции в экономическом развитии;
- г) оценочные суждения.

6. Противоположностью метода анализа является:

- а) гипотеза;
- б) дедукция;
- в) индукция;
- г) синтез.

7. Научная абстракция – это метод, состоящий в:

- а) разложении целого на составные элементы;
- б) мысленном отвлечении от несущественных сторон;
- в) обобщении данных, добытых анализом;
- г) движении мысли от частного к общему.

8. Противоположностью метода дедукции является:

- а) синтез;
- б) гипотеза;
- в) индукция;
- г) анализ.

9. Синтез – это метод исследования, заключающийся в:

- а) соединении различных элементов, сторон объекта в единое целое (систему);
- б) мысленном отвлечении от несущественных сторон;
- в) разложении целого на составные элементы;
- г) умозаключении от общего к частному.

10. Какое утверждение является позитивным?

- а) если сокращается производство масла, то будет увеличиваться производство пушек;
- б) производство масла должно быть больше, чем производство пушек;
- в) производство масла и производство пушек должно соответствовать потребностям государства;

г) производство масла и производство пушек должно соответствовать спросу экономических субъектов.

11. Термин «предельный» в микроэкономике означает:

- а) небольшое изменение экономической величины;
- б) максимальное изменение экономической величины;
- в) дополнительное изменение экономической величины;
- г) очень большое изменение экономической величины.

12. К методам микроэкономического анализа не относятся:

- а) предельный;
- б) функциональный;
- в) научной абстракции;
- г) моделирования;
- д) агрегирования (совокупных величин).

Ответы: 1. д); 2. б); 3. г); 4. в); 5. а); 6. г); 7. б); 8. в); 9. а); 10. а); 11. в); 12. д).

Тема 2. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

1. Проблема оценки потребителем общей полезности потребляемых благ: кардинализм (количественный подход) и ординализм (порядковый подход).

2. Аксиомы ординалистского подхода. Функция полезности и кривые безразличия потребителя. Свойства кривых безразличия. Предельная норма замещения.

3. Бюджетные ограничения. Бюджетная линия потребителя, ее свойства.

4. Графическая интерпретация равновесия потребителя.

5. Изменение цены товара и сдвиги бюджетной линии. Кривая «цена – потребление». Построение кривой индивидуального спроса. Кривые «цена – потребление» и кривые спроса для различных видов благ.

6. Изменение дохода потребителя и сдвиги бюджетной линии. Кривая «доход – потребление». Сдвиги кривой индивидуального спроса. Кривые «доход – потребление» для различных видов благ. Кривые Энгеля.

7. Эффект дохода и эффект замещения. Совокупный эффект цены. Влияние эффекта дохода и эффекта замещения на величину спроса на различные виды благ при изменении цены. Практическое значение анализа кривых безразличия.

Ключевые понятия и термины

Бюджетная линия (*budget line*) – это прямая, точки которой показывают наборы благ, при покупке которых доход потребителя тратится полностью.

Закон убывающей предельной полезности (первый закон Госсена) (*law of diminishing marginal utility*) – экономический закон, гласящий, что по мере того как потребитель увеличивает потребление товара или услуги (потребление всех других товаров остается фиксированным), полезность каждой дополнительной единицы товара или услуги сокращается.

Индивидуальный спрос (*individual demand*) – спрос конкретного потребителя – это соответствующий каждой цене объем благ, который тот или иной потребитель хотел бы купить на рынке.

Карта кривых безразличия (*map of indifference curves*) – множество кривых безразличия, соответствующих всем возможным уровням полезности для данного потребителя.

Кривая «доход – потребление» (*«income – consumption» curve*) – соединяет все точки равновесия на карте кривых безразличия, соответствующие различным величинам дохода; она показывает, как потребительский набор изменяется в зависимости от дохода потребителя.

Кривая «цена – потребление» (*«price – consumption» curve*) – кривая, связывающая все точки равновесия потребителя при изменении в ценах.

Кривая безразличия (*indifference curve*) – показывает различные комбинации двух экономических благ, имеющих одинаковую общую полезность для потребителя.

Кривая Энгеля (*Engel curve*) – кривая, показывающая зависимость величины потребления товара от изменения дохода потребителя.

Полезность (*utility*) – категория, характеризующая меру удовольствия, пользы или удовлетворенности, которые получают люди от потребления товаров или услуг.

Правило максимизации полезности (второй закон Госсена) (*rule of utility maximization*) – потребитель максимизирует свою полезность, распределяя доход таким образом, что каждая последняя денежная единица, затраченная на приобретение любого блага, приносит одинаковую предельную полезность.

Предельная норма замещения (*marginal rate of substitution*) – количество, на которое потребление одного из двух благ должно быть

увеличено (или уменьшено), чтобы полностью компенсировать потребителю уменьшение (или увеличение) потребления другого блага на одну дополнительную (предельную) единицу.

Рыночный спрос (*market demand*) – характеризует общий объем спроса всех потребителей при каждой данной цене блага.

Эффект дохода (*income effect*) – это изменение спроса на товар только как результата колебания покупательной способности денежно-го дохода, вызванного, в свою очередь, изменением цен.

Эффект замещения (*substitution effect*) – изменение величины спроса на товар как результат изменения его цены по отношению к ценам других товаров.

Литература: [4, с. 26–58; 5, с. 41–66; 6, с. 120–157; 7, с. 52–72; 9, с. 24 – 63; 10, с. 456–476; 12, с. 21–51; 14, с. 53–90].

Темы рефератов и докладов

1. Свобода выбора, суверенитет и рациональность потребителя.
2. Практическое применение теории потребительского выбора.

Тесты

1. Способность экономического блага удовлетворять одну или несколько человеческих потребностей:

- а) необходимость;
- б) желание;
- в) польза;
- г) полезность;
- д) спрос.

2. Общая полезность – это:

- а) суммарное удовлетворение, которое человек получает от потребления данного количества блага или набора благ;
- б) удовлетворение, которое человек получает от потребления последней единицы блага;
- в) удовлетворение, которое человек получает в среднем от потребленного количества благ;
- г) удовлетворение, которое человек получает от каждой последующей единицы блага;
- д) нет верного ответа.

3. Максимум общей полезности достигается, когда:

- а) предельная полезность равна нулю;
- б) предельная полезность имеет максимальное значение;
- в) предельная полезность имеет отрицательное значение;
- г) предельная полезность равна единице;
- д) предельная полезность равна предельным издержкам.

4. Полезность каждой дополнительной единицы потребленного блага называется:

- а) предельная полезность;
- б) общая полезность;
- в) предельные издержки;
- г) предельный доход;
- д) предельная производительность.

5. Кривая, которая показывает различные комбинации двух экономических благ, имеющих одинаковую полезность для потребителя:

- а) линия бюджетного ограничения;
- б) кривая безразличия;
- в) изокоста;
- г) кривая спроса;
- д) кривая средних издержек.

6. Кривая, показывающая, какие потребительские наборы можно приобрести при данном бюджете потребителя:

- а) кривая безразличия;
- б) линия бюджетного ограничения;
- в) кривая «цена – потребление»;
- г) изокванта;
- д) кривая спроса.

7. Кривая безразличия показывает различные комбинации двух благ, имеющих:

- а) одинаковую полезность;
- б) разную полезность;
- в) одинаковую цену;
- г) одинаковый уровень денежного дохода;
- д) различные предпочтения.

8. Положение и наклон кривой безразличия для отдельного потребителя обусловлены:

- а) размерами дохода;
- б) ценами покупаемых благ;

- в) предельной нормой замещения;
- г) вкусами потребителей;
- д) законом спроса.

9. Предельная норма замещения блага Y благом X означает:

- а) от какого количества единиц блага Y потребитель готов отказаться, чтобы приобрести дополнительную единицу блага X ;
- б) сколько единиц блага X потребитель приобретет, когда цена блага Y уменьшится на единицу;
- в) в какой степени увеличится предельная полезность, если потребление благ X и Y увеличится на единицу;
- г) сколько единиц блага X потребитель приобретет, когда его доход возрастет;
- д) все ответы верны.

10. Бюджетная линия показывает:

- а) различные комбинации двух благ, которые потребитель может приобрести за равный доход;
- б) различные комбинации двух благ, одно из которых потребитель может приобрести, полностью истратив свой доход;
- в) различные комбинации двух благ, которые потребитель может приобрести за разный доход;
- г) равные комбинации двух благ, которые потребитель может приобрести за равный доход;
- д) различные комбинации двух благ, имеющих одинаковую полезность.

11. Если доход увеличивается при неизменных ценах, то бюджетная линия:

- а) сдвигается параллельно вправо;
- б) сдвигается параллельно влево;
- в) сдвигается только по одной из осей;
- г) меняет угол наклона;
- д) остается в том же положении.

12. Графическое равновесие потребителя – это:

- а) любое пересечение кривой безразличия и бюджетной линии;
- б) любая точка на бюджетной линии;
- в) точка касания бюджетной линии и кривой безразличия;
- г) любая точка на самой высокой из кривых безразличия;
- д) все ответы верны.

Ответы: 1. г); 2. а); 3. а); 4. а); 5. б); 6. в); 7. а); 8. в); 9. а); 10. б); 11. а); 12. в).

Задача. Потребитель тратит 20 руб. в день на яблоки и апельсины. Предельная полезность яблок для него составляет $20 - 3x$, где x – количество яблок (в штуках). Предельная полезность апельсинов равна $40 - 5y$, где y – количество апельсинов (в штуках). Цена яблока составляет 1 руб., цена апельсина – 5 руб. Какое количество яблок и апельсинов купит рациональный потребитель?

Решение. Точка касания кривой безразличия с бюджетным ограничением означает положение равновесие потребителя.

Бюджетное ограничение показывает, какие потребительские наборы можно приобрести на данную сумму денег: $20 = 1 \cdot x + 5 \cdot y$

В состоянии равновесия отношение предельных полезностей равно отношению цен товаров:

$$\frac{MU_x}{MU_y} = \frac{P_x}{P_y},$$

$$\frac{20 - 3x}{40 - 5y} = \frac{1}{5}.$$

$$\frac{20 - 3x}{40 - 5y} = \frac{1}{5}.$$

Решаем систему уравнений:

$$1) \quad x + 5y = 20,$$

$$2) \quad \frac{20 - 3x}{40 - 5y} = \frac{1}{5}.$$

Из уравнения (1) определяем $x = 20 - 5y$ и подставляем в уравнение (2) и определяем y :

$$100 - 15(20 - 5y) = 40 - 5y,$$

$$100 - 300 + 75y + 5y = 40,$$

$$80y = 240,$$

$$y = 3.$$

Значение $y = 3$ подставляем в уравнение 1 и определяем значение x :

$$x + 5 \cdot 3 = 20,$$

$$x = 5.$$

Ответ: рациональный потребитель купит 5 яблок и 3 апельсина.

Тема 3. РЫНОЧНОЕ ПОВЕДЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ФИРМ

1. Типы конкуренции и основные рыночные структуры в современной экономике.

2. Совершенная конкуренция и ее основные черты. Спрос на продукт и предельный доход совершенного конкурента.

3. Два подхода к определению оптимального объема выпуска фирмы: принцип сопоставления общего дохода с общими издержками, принцип сопоставления предельного дохода с предельными издержками. Равновесие фирмы – совершенного конкурента в краткосрочном периоде (максимизация прибыли, минимизация убытков).

4. Предельные издержки и кривая предложения фирмы в краткосрочном периоде. Отраслевое предложение в краткосрочном периоде.

5. Равновесие фирмы – совершенного конкурента в долгосрочном периоде. Долгосрочное предложение в конкурентной отрасли. Предложение отрасли с постоянными, возрастающими и убывающими издержками в долгосрочном периоде.

6. Совершенная конкуренция и эффективность.

Ключевые понятия и термины

Барьеры для вступления в отрасль (*barriers for a branch*) – легальное или естественное препятствие проникновению в отрасль новых фирм.

Безубыточность фирм (*breakeven point*) – состояние долгосрочного равновесия, при котором точка равновесия находится на кривой АТС, экономическая прибыль равна нулю, доход равен издержкам.

Долгосрочная кривая отраслевого предложения (*long-run supply curve of industry*) – кривая, которая показывает зависимость между ценой и количеством предлагаемого продукта в точках, где отрасль находится в равновесии.

Конкуренция (*competition*) – это состязательная борьба, соперничество между экономическими агентами за наиболее выгодные условия купли-продажи.

Конкурентная фирма (*contestable market*) – фирма, продающая товары на рынке совершенной конкуренции.

Краткосрочная кривая предложения (*short-run supply curve*) – часть кривой предельных издержек фирмы выше точки ее пересечения с кривой средних переменных издержек.

Максимизация прибыли (*profit maximization*) – выбор фирмой такого объема выпуска товара, при котором валовой доход превосходит общие издержки на наибольшую величину.

Монополистическая конкуренция (*monopolistic competition*) –

рыночная структура, при которой существует много продавцов, предлагающих товары, являющиеся близкими, однако несовершенными заменителями. На таком рынке каждое предприятие может оказывать определенное влияние на цену своей продукции.

Монополия (*monopoly*) – тип рыночной структуры или фирма; безусловное доминирование на рынке одного продавца, обладающего рыночной властью и, следовательно, способностью устанавливать монополю высокие цены и получать монополю прибыль.

Несовершенная конкуренция (*competition imperfect*) – возникает на рынке в том случае, когда совершенная конкуренция не может существовать из-за того, что, хотя бы один продавец (или покупатель) достаточно силен, чтобы оказывать давление на рыночную цену.

Олигополия (*oligopoly*) – рынок, на котором несколько фирм продают стандартизированные или дифференцированные товары; рынок, доступ на который для других фирм затруднен и на котором действует сильная неценовая конкуренция.

Оптимальный выпуск (*optimal positive output*) – объем выпуска, позволяющий фирме максимизировать прибыль или минимизировать убытки и соответствующий точке, где предельный доход равен предельным издержкам.

Отрасль с возрастающими издержками (*increasing-cost industry*) – отрасль, расширение производства в которой обусловлено вступлением в нее новых фирм и повышением в связи с этим цен на потребляемые ресурсы, а также с ростом издержек производства.

Отрасль с постоянными издержками (*constant-cost industry*) – отрасль, в которой расширение производства вследствие появления в ней новых фирм не оказывает влияния на цены потребляемых ресурсов, а также кривую издержек производства.

Отрасль с убывающими издержками (*decreasing-cost industry*) – отрасль, в рамках которой цены некоторых факторов производства снижаются при расширении выпуска.

Парадокс прибыли (*paradox of profit*) – ситуация, при которой в долгосрочном периоде при конкурентном равновесии экономическая прибыль фирмы стремится к нулю.

Принцип сопоставления валового дохода с валовыми издержками (*total revenue-total cost approach*) – метод установления объема производства, при котором достигается максимум экономической прибыли или минимум убытков, основанный на сравнении валового дохода (выручки) и валовых издержек фирмы при разных объемах производства.

Принцип сопоставления предельного дохода с предельными издержками (*marginal revenue-marginal cost approach*) – метод определения объема продукции, при котором экономическая прибыль максимальна (убытки минимальны), путем сравнения предельного дохода с предельными издержками.

Совершенная конкуренция (*perfect competition*) – такое состояние рынка, когда большое количество фирм продают стандартизированный продукт, и ни одна из них не обладает достаточной долей продаж для влияния на цену.

Структура рынка (*market structure*) – совокупность показателей состояния рынка, указывающих на число покупателей и продавцов, их доли в общем объеме покупок и продаж, степень стандартизации продукта, свободу входа на рынок и выхода из него; взаиморасположение и взаимосвязь составляющих рынок частей, устройство рынка.

Точка самоокупаемости (*break-even point*) – уровень производства, при котором величина издержек равна доходу (выручке), экономическая прибыль равна нулю.

Точка прекращения деятельности (*shut-down point*) – уровень цены, при котором покрываются только минимально возможные для фирмы при данном объеме производства средние переменные издержки.

Эффективность производства (*productive efficiency*) – производство товара с наименьшими издержками; использование минимального количества ресурсов для производства данного объема продукции; производство данного объема продукции при минимальных средних издержках, которые равны цене.

Эффективность распределения ресурсов (*allocative efficiency*) – распределение среди фирм и отраслей ресурсов, необходимых для обеспечения производства тех изделий, в которых больше всего нуждается общество (потребители); производство каждого изделия в условиях, когда предельные издержки равны цене.

Литература: [4, с. 59–87; 5, с. 86–107; 6, с. 184–224; 7, с. 159–177; 9, с. 118–155; 10, с. 501–530; 12, с. 52–77; 15, с. 90–119].

Темы рефератов и докладов

1. Применение модели совершенной конкуренции в экономике.

2. Выход из бизнеса в краткосрочном и долгосрочном периоде в конкурентной отрасли.

Тесты

1. Признак, который не относится к совершенной конкуренции:

- а) множество продавцов и покупателей продукта;
- б) самостоятельное установление фирмой цен;
- в) однородность продукции;
- г) свободный вход и выход других фирм на рынок данного продукта.

2. На рынке совершенной конкуренции количество продавцов:

- а) один;
- б) несколько;
- в) большое;
- г) все ответы верны.

3. Доля продаж каждой конкурентной фирмы в отраслевом объеме продаж составляет:

- а) более 1 %;
- б) менее 1 %;
- в) 100 %;
- г) колеблется в значительных пределах.

4. Фирма в условиях совершенной конкуренции:

- а) самостоятельно устанавливает цены;
- б) принимает цену, заданную рынком;
- в) цены устанавливают государственные органы;
- г) ориентируется на цены фирмы-лидера.

5. При равновесии наиболее эффективное распределение ресурсов обеспечивает:

- а) монополия;
- б) олигополия;
- в) совершенная конкуренция;
- г) монополистическая конкуренция;
- д) монополия.

6. Кривая спроса на продукцию фирмы – совершенного конкурента:

- а) имеет отрицательный наклон;
- б) имеет положительный наклон;
- в) вертикальная линия при данном объеме предложения;
- г) горизонтальная линия при заданном уровне цены.

7. Для фирмы – совершенного конкурента:

- а) цена продукта равна предельному доходу;
- б) цена продукта больше предельного дохода;
- в) цена продукта меньше предельного дохода;
- г) нет устойчивой зависимости.

8. Кривая предельного дохода конкурентной фирмы:

- а) имеет отрицательный наклон;
- б) совпадает с кривой спроса фирмы;
- в) имеет положительный наклон;
- г) зависит от финансового состояния фирмы.

9. Конкурентная фирма в краткосрочном периоде получает максимальную прибыль при:

- а) максимальном валовом доходе;
- б) равенстве предельного дохода и предельных издержек;
- в) при минимальных средних издержках;
- г) минимальных валовых издержках.

10. Если конкурентная фирма работает с убытком в коротком периоде, то величина убытков должна быть:

- а) меньше величины постоянных издержек;
- б) больше величины постоянных издержек;
- в) равна величине переменных издержек;
- г) верного ответа нет.

11. Конкурентная фирма должна остановить производство, если:

- а) общий доход меньше совокупных издержек;
- б) цена продукта ниже средних общих издержек;
- в) цена продукта ниже средних переменных издержек;
- г) верного ответа нет.

12. Кривая предложения конкурентной фирмы в краткосрочном периоде:

- а) совпадает с кривой предельного дохода;
- б) совпадает с восходящим отрезком кривой предельных издержек, лежащим выше кривой средних переменных издержек;
- в) совпадает с восходящим отрезком кривой средних издержек;
- г) соответствует линии цены товара.

13. Конкурентная фирма в долгосрочном равновесии получает:

- а) положительную экономическую прибыль;
- б) убытки;
- в) нулевую экономическую прибыль;
- г) предельную прибыль.

14. В долгосрочном периоде конкурентная фирма выбирает объем выпуска продукции, при котором цена равна:

- а) только предельным издержкам;
- б) только минимальным средним издержкам;
- в) только предельному доходу;
- г) предельным издержкам, минимальным средним издержкам и предельному доходу.

Ответы: 1. б); 2. в); 3. б); 4. б); 5. в); 6. г); 7. а); 8. б); 9. б); 10. а); 11. в); 12. б); 13. в); 14. г).

Задача. Имеются следующие данные о фирме, действующей в условиях совершенной конкуренции при достижении минимального уровня средних переменных издержек:

| P | q | TR | TC | FC | VC | AVC_{min} | AC | MC | При- быль |
|-----|-----|------|------|------|------|-------------|------|------|--------------|
| 3,0 | | | | 6000 | 8000 | | 3,50 | | |

Необходимо рассчитать недостающие показатели и сделать выводы об изменении объема выпуска в перспективе.

Решение:

- 1) $TC = FC + VC = 6\ 000 + 8\ 000 = 14\ 000$;
- 2) $q = TC : AC = 14\ 000 : 3,50 = 4\ 000$;
- 3) $TR = P \times q = 3,0 \times 4\ 000 = 12\ 000$;
- 4) $AVC_{min} = VC : q = 8\ 000 : 4\ 000 = 2,0$;
- 5) убытки фирмы равны $TC - TR = 14\ 000 - 12\ 000 = 2\ 000$;
- 6) фирма производит данный объем при AVC_{min} , следовательно, $MC = AVC_{min} = 2,0$;
- 7) фирма работает с убытками, которые меньше величины постоянных издержек. Она должна расширить объем производства, учитывая равенство $MC = MR(P)$, что позволит минимизировать убытки.

Тема 4. ЧИСТАЯ МОНОПОЛИЯ

1. Чистая монополия и ее основные черты. Факторы монополизации. Виды монополии.

2. Спрос на продукт и предельный доход монополиста. Равновесие фирмы – чистой монополии в краткосрочном периоде (максимизация прибыли, минимизация убытков).

3. Равновесие чистой монополии в долгосрочном периоде.

4. Ценовая дискриминация: условия, формы, последствия.

5. Чистая монополия и эффективность. Экономические последствия монополии. Регулирование естественной монополии.

Ключевые понятия и термины

Барьеры для конкуренции (*barriers to competition*) – факторы, приводящие к ослаблению уровня соперничества по сравнению с его естественным уровнем и не связанные с состоянием издержек.

Естественная монополия (*natural monopoly*) – монополия, действия которой минимизируют долгосрочные отраслевые средние издержки.

Закрытая монополия (*closed monopoly*) – монополия, защищенная от конкуренции законодательными ограничениями, такими как патенты или лицензии.

Монополия (*monopoly*) – фирма либо ситуация на рынке, на которой действует такая фирма, в условиях отсутствия значимых конкурентов, т. е. выпускающая товар и (или) оказывающая услуги, не имеющие близких заменителей.

Монопольная власть фирмы (*monopoly power*) – наступает тогда, когда она имеет возможность воздействовать на цену своего товара, изменяя количество, которое она готова продать. Степень, до которой монополист может использовать свою монопольную власть, зависит от наличия близких заменителей на его товар и его доли на данном рынке.

Открытая монополия (*open monopoly*) – монополия, являющаяся единственным продавцом на рынке какого-либо продукта, но не имеющая какой-либо специальной защиты от конкуренции в виде патента или других ограничений вхождения в отрасль.

Чистая монополия (*absolute monopoly*) – положение на рынке товаров и услуг, характеризующееся наличием только одного продавца данного вида товара или услуги.

Фирма-монополист (*the company has a monopoly*) – обладает значительным контролем над ценой на продаваемый продукт.

Ценовая дискриминация (*price discrimination*) – монополистическая конкуренция, при которой в один и тот же момент один и тот же

продукт продается разным покупателям по разным ценам, причем разница в ценах не оправдана различиями в издержках производства этого продукта. Обязательным условием ценовой дискриминации является отсутствие у покупателей возможности перепродажи продукта.

X-неэффективность (*X-inefficiency*) – неспособность фирмы произвести любой заданный объем продукции при самых низких средних издержках производства.

Литература: [4, с. 103–114; 5, с. 108–123; 6, с. 225–232; 7, с. 198–216; 9, с. 156 – 176; 10, с. 531–548; 12, с. 78–110; 15, с. 120–131].

Темы рефератов и докладов

1. Монополия и монополическая власть.
2. Ценовая дискриминация.

Тесты

1. Монополия – это:

- а) господство ряда конкурентов на рынке;
- б) единственный в отрасли производитель (продавец) товара, не имеющего заменителей;
- в) несколько продавцов стандартизированного товара;
- г) единственный в отрасли покупатель товара;
- д) рыночная структура, в которой отсутствуют барьеры.

2. Монополия – это рыночная структура, в которой:

- а) действует только один покупатель;
- б) существует небольшое число конкурирующих между собой производителей;
- в) имеется только одна крупная фирма-производитель;
- г) отсутствует контроль над ценами продукции.

3. Монополия связана с лицензированием деятельности, поскольку производится:

- а) уникальный продукт;
- б) качественный продукт;
- в) широкий ассортимент;
- г) модный продукт.

4. Индекс Херфиндала – Хиримана непосредственно показывает:

- а) степень концентрации фирм на рынке;
- б) рыночную власть фирмы;

- в) тип рыночной структуры;
- г) степень рыночной конкуренции.

5. Монополист, максимизирующий прибыль, будет снижать цену на свою продукцию, если:

- а) средние издержки снижаются;
- б) затраты на рекламу возрастают;
- в) предельный доход выше предельных издержек;
- г) предельный доход равен переменным издержкам.

6. У монополиста предельные издержки обычно меньше цены продукции, потому что:

- а) цена меньше предельного дохода;
- б) цена больше предельного дохода;
- в) предельные издержки меньше средних издержек;
- г) предельные издержки больше средних издержек.

7. Монополия характеризуется тем, что фирмы:

- а) не могут свободно входить в рынок;
- б) действуют на рынке в большом количестве;
- в) обладают полной информацией о рыночных условиях;
- г) выпускают дифференцированную продукцию.

8. Монополист, максимизирующий прибыль, будет снижать цену на свой продукт, если:

- а) средние издержки снижаются;
- б) затраты на рекламу возрастают;
- в) предельный доход выше предельных издержек;
- г) предельный доход равен переменным издержкам;
- д) все предыдущие ответы неверны.

9. Ценовая дискриминация – это:

- а) продажа по разным ценам одной и той же продукции различным покупателям;
- б) различия в оплате труда по национальности или по полу;
- в) эксплуатация трудящихся путем установления высоких цен на потребительские товары;
- г) повышение цены на товар более высокого качества;
- д) все предыдущие ответы неверны.

10. Конкуренция, при которой не соблюдается хотя бы одно условие свободной конкуренции, – это:

- а) совершенная конкуренция;
- б) позитивная конкуренция;
- в) формальная конкуренция;

- г) несовершенная конкуренция;
- д) все ответы верны.

Ответы: 1. б); 2. а); 3. а); 4. а); 5. в); 6. б); 7. а); 8. в); 9. а); 10. г).

Тема 5. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

1. Монополистическая конкуренция и ее основные черты.
2. Равновесие фирмы – монополистического конкурента в краткосрочном периоде (максимизация прибыли, минимизация убытков).
3. Равновесие фирмы – монополистического конкурента в долгосрочном периоде. Безубыточность фирм.
4. Монополистическая конкуренция и эффективность. Избыточные производственные мощности.
5. Неценовая конкуренция. Дифференциация и усовершенствование продукта. Реклама. Издержки неценовой конкуренции.

Ключевые понятия и термины

Монополистическая конкуренция (*monopolistic competition*) – рынок, на котором многие фирмы продают дифференцированный продукт; рынок, доступ на который относительно свободен; рынок, на котором фирма обладает известным контролем над продажной ценой производимого товара и на котором действует значительная неценовая конкуренция.

Неценовая конкуренция (*nonprice competition*) – применяемые фирмами способы (кроме снижения цен на свою продукцию), с помощью которых они стараются увеличить объем продаж этой продукции; к этим способам относятся конкуренция в области дифференциации продуктов, реклама и меры по стимулированию сбыта.

Дифференцированный продукт (*product differentiation*) – продукт, который по каким-либо параметрам отличается от аналогичных, производимых другими фирмами; продукт, который подобен, но не идентичен другим, а, следовательно, не является их полным заменителем; продукт, который покупатели предпочитают покупать у одного продавца, несмотря на то, что цены у всех продавцов одинаковы.

Литература: [4, с. 115–142; 5, с. 124–137; 6, с. 232–248; 7, с. 218 – 225; 9, с. 195 – 211; 10, с. 555–568; 12, с. 111–128; 15, с. 145–148].

Темы рефератов и докладов

1. Реклама и ее роль в экономике.
2. Нормативный анализ монополистической конкуренции.

Тесты

1. Один из следующих признаков не относится к монополистической конкуренции:

- а) много небольших фирм;
- б) стандартизированная продукция;
- в) сравнительно легкие условия входа и выхода;
- г) некоторые ограничения в доступности информации.

2. Кривая спроса для монополистического конкурента является:

- а) абсолютно эластичной;
- б) абсолютно неэластичной;
- в) более эластичной, чем у монополиста, но менее эластичной, чем у совершенного конкурента;

г) ломаной.

3. В условиях монополистической конкуренции фирма получает:

- а) всегда экономическую прибыль;
- б) прибыль только в коротком периоде;
- в) прибыль только в длинном периоде;
- г) нулевую экономическую прибыль в длительном периоде.

4. В условиях монополистической конкуренции для максимизации прибыли фирма должна соблюдать равенства:

- а) средних издержек и цен;
- б) предельных издержек и цен;
- в) предельных издержек и предельного дохода;
- г) предельного дохода и цен.

5. Монополистическая конкуренция эффективна и выгодна потребителям, потому что:

- а) достигается эффективное использование ресурсов;
- б) фирмы производят эффективный (с точки зрения рынка) объем продукции;
- в) дифференциация продукта наиболее полно удовлетворяет потребности потребителей;
- г) отсутствует ценовая конкуренция.

6. В условиях монополистической конкуренции широко используется:

- а) ценовая конкуренция;
- б) неценовая конкуренция;
- в) недобросовестная конкуренция;
- г) межотраслевая конкуренция.

7. Неценовая конкуренция не предполагает использование фирмами следующих способов:

- а) рекламы;
- б) совершенствования сервиса;
- в) улучшения качества продукции;
- г) недобросовестной конкуренции.

8. Ценовая конкуренция – это:

- а) установление более низких цен, чем у конкурентов;
- б) установление более высоких цен, чем у конкурентов;
- в) установление цен, не покрывающих бухгалтерские издержки;
- г) установление цен – как у фирм-лидеров.

9. Избыточные производственные мощности в условиях монополистической конкуренции – это:

- а) мощности, занятые в производстве;
- б) разница между объемом выпуска, соответствующим минимуму долгосрочных средних издержек, и объемом, выпускаемым фирмой;
- в) мощности, сдающиеся в аренду;
- г) мощности, находящиеся на капитальном ремонте.

Ответы: 1. б); 2. в); 3. г); 4. в); 5. в); 6. б); 7. г); 8. а); 9. б).

Задача. Фирма «А» производит бижутерию (тыс. штук в год) и действует на рынке монополистической конкуренции. Предельный доход этой фирмы описывается формулой $MR = 20 - 2Q$, ее предельные издержки в долгосрочном периоде (на возрастающем участке) – формулой $MC = 3Q - 10$. Если минимальное значение долгосрочных средних издержек (AC_{min}) составляет 11, то каков будет избыток производственных мощностей у этой фирмы?

Решение. Объем производства фирмы в условиях монополистической конкуренции задается условием $MR = MC$.

Следовательно, $20 - 2Q_m = 3Q_m - 10$, $Q_m = 6$ – таков объем производства при монополистической конкуренции.

Если бы фирма действовала в условиях совершенной конкуренции, то объем производства задавался бы условием $MC = AC_{min}$.

Тогда $3Q_c - 10 = 11$, $Q_c = 7$ – таким было бы производство при совершенной конкуренции.

Таким образом, недогрузка производственных мощностей составляет $Q_c - Q_m = 1$ тыс. штук годового выпуска.

Ответ: 1 тыс. штук.

Тема 6. ОЛИГОПОЛИЯ

1. Олигополия и ее основные черты. Стратегическое взаимодействие фирм в условиях олигополии.

2. Типология моделей олигополии. Модели, основанные на кооперативной стратегии. Модели, основанные на некооперативной стратегии.

3. Проблема устойчивости цен в условиях олигополии. Модель ломаной кривой спроса.

4. Использование теории игр при моделировании стратегического взаимодействия фирм в условиях олигополии.

5. Олигополия и эффективность.

6. Рыночная власть, ее источники. Монополизм. Показатели монопольной власти. Проблема монополизма в Республике Беларусь.

7. Антимонопольная политика государства: зарубежный опыт и ее особенности в Республике Беларусь.

Ключевые понятия и термины

Антимонопольная политика (*antitrust policy*) – совокупность мер и направлений, к которым относятся: ограничение монополизации рынка; контроль слияний и поглощений, ценовой дискриминации и других методов нечестной конкуренции; защита прав потребителя; защита и поддержка малого и среднего бизнеса.

Антимонопольный комитет (*antitrust committee*) – орган проведения государственной политики по развитию товарных рынков и конкуренции, ограничению монополистической деятельности и пресечению недобросовестной конкуренции.

Антитрестовское (антимонопольное) законодательство (*antitrust laws*) – пакет законов, направленных на ограничение деятельности монополий и развитие рыночной конкуренции.

Антимонопольное регулирование (*antitrust policy*) – политика, направленная на ограничение рыночной власти или предотвращение ее приобретения экономическими субъектами.

Барьеры на вхождение в отрасль (*barriers to entry, entry restriction*) – затруднения, встающие перед фирмами при попытке организации производства и сбыта в определенной отрасли. Могут быть связаны с государственными действиями (патенты, лицензии).

Ведомый, последователь (*follower*) – игрок (фирма), отвечающий на предшествующий ход лидера.

«Дилемма заключенного» (*prisoner's dilemma*) – игра, в которой неэффективный исход стратегически доминирует над Парето-эффективным исходом. Существует возможность Парето-эффективного исхода, если игра повторяется неограниченное число раз.

Дифференциация продукта (*product differentiation*) – качественная разнородность однотипных продуктов, т. е. каждый товар в какой-то степени уникален и вместе с тем имеет массу более или менее похожих на него товаров-аналогов.

Дуополия, дуопсония (*duopoly, duopsoniya*) – частный случай олигополии или олигопсонии, когда в отрасли взаимодействуют две фирмы.

Жесткость цен (*price discipline*) – негибкость цен, присущая олигополии, не основанной на тайном сговоре. Повышение цены одной фирмой таит опасность захвата рынка ее конкурентами, сохранившими низкие цены. Понижение цен также может не привести к желательному росту объема продаж, так как конкуренты, точно так же понизив цены, сохраняют свои квоты на рынке. Фирма-лидер не сможет увеличить число покупателей за счет других фирм. Кроме того, понижение цены может привести к ценовой войне.

Изопродитная кривая (*isoprofit curve*) – линия, показывающая для обеих фирм всевозможные комбинации объемов продаж, обеспечивающих одинаковый уровень прибыли одной из фирм.

Индекс Херфиндаля, или Индекс Херфиндаля–Хиршмана (*herfindahl–hirschman index*), – используется для оценки степени монополизации отрасли, вычисляется как сумма квадратов долей продаж каждой фирмы в отрасли:

$$HHI = S_1^2 + S_2^2 + \dots + S_n^2,$$

где S_1, S_2 – определяемые как отношение объема продаж фирмы к объему всех продаж отрасли, выраженные в процентах доли продаж фирм в отрасли.

Индекс Лернера (*Lerner's index*) – коэффициент превышения мо-

нополюной цены над предельными издержками. Рассчитывается по формуле $L = (P - MC) : P$.

Картель (*cartel*) – письменное соглашение между фирмами о разделе рынка и поддержании согласованной цены на выпускаемую продукцию.

Коэффициент концентрации (*concentration coefficient*) – это выраженное в процентах отношение объема продаж определенного количества крупнейших фирм (например, трех, четырех, шести или восьми) к общему отраслевому объему продаж.

Кооперативная стратегия (*cooperative strategy*) – координация фирмами- олигополистами своих действий путем вступления в сговор. Стремление олигополистов к кооперативному поведению способствует образованию картелей.

Лидер (*leader*) – игрок (фирма), делающий первый ход в игре.

Ломаная кривая спроса Р. Холла, С. Хитча и П. Суизи (*kinked demand curve*) – кривая спроса, высокоэластичная выше уровня текущей цены и малоэластичная ниже нее. Существует, когда при снижении цены на продукцию фирмы все соперники сделают то же, тогда как если бы она подняла цену, никто не последовал бы ее примеру.

Модель асимметричной дуополии Штекельберга (модель лидерства по объему выпуска) (*stackelberg leadership model*) – описывает некооперативную количественную последовательную игру дуополистов. Устраняя недостаток модели Курно, она учитывает, что в отрасли один из дуополистов (лидер) знает, что его соперник (последователь) будет вести себя по Курно, предвидит форму его кривой реакции и первым захватывает часть рынка, максимизирующую его прибыль, и удерживает ее в последующем.

Модель дуополии Бертрана (*Bertran's model duopoly*) – описывает некооперативную ценовую одновременную игру дуополистов. Основная предпосылка состоит в том, что фирмы максимизируют прибыль, принимая цены соперников заданными.

Модель дуополии Курно (*Cournot's model duopoly*) – описывает некооперативную количественную одновременную игру олигополистов. Основная предпосылка заключается в том, что каждая фирма-олигополист стремится максимизировать свою прибыль исходя из предположения о том, что ее соперники сохраняют текущий уровень производства. Разработана А. Курно в 1838 г.

Модель кооперативной количественной олигополии (*cooperative oligopoly model*) – это модель картеля, преследующего цель максими-

зации общей прибыли и лидерства по объему продаж (картеля, регулирующего раздел рынка).

Модель лидерства по объему продаж (картеля, регулирующего раздел рынка) (*sales volume leader*) – модель, описывающая кооперативную количественную последовательную игру олигополистов. Предполагается, что рыночные доли распределяются между фирмами в ходе торга при единой монопольной цене. При этом лидер, первым вошедший на рынок или оказавшийся более влиятельным при ведении торга, захватывает ту часть рынка, которая позволяет ему получать больше прибыли, чем второму дуополисту (или максимизировать ее), тогда как последователь получает оставшуюся часть рынка, не всегда удовлетворяющую его.

Модель Эджуорта (*Edgeworth model*) – модель, предполагающая ограничение производственных мощностей олигополистов и отсутствие устойчивого равновесия; ценовые войны сменяются циклами роста цен.

Некооперативная стратегия (*noncooperative strategy*) – поведение фирм олигополистов, при котором каждый продавец самостоятельно решает проблему определения цены и объема выпуска продукции, т. е. действует совершенно независимо от других фирм, на свой страх и риск.

Однородная (классическая) олигополия (*homogeneous oligopoly*) – характеризует отрасль, производящую стандартизированную продукцию (сырье, материалы и т. д.).

Однородная продукция (*homogeneous product*) – товары или услуги, обладающие, с точки зрения покупателей, идентичными свойствами.

Олигополистическая взаимозависимость (*oligopolistic interdependence*) – необходимость тщательного учета действий конкурентов на олигополистическом рынке при определении цены и объема выпуска.

Олигополия доминирующей фирмы (*dominant-firm oligopoly*) – рыночная структура, при которой господствует крупная фирма и ее цена является ориентиром для прочих продавцов на рынке.

Олигополия, олигопсония (*oligopoly, oligopsony*) – тип рыночной структуры, позволяющий нескольким фирмам контролировать основной объем реализации либо покупки продукции в отрасли.

Олигополия, основанная на сговоре (*collusive oligopoly*) – форма организации рынка, при которой фирмы принимают совместные ре-

шения об установлении цены и объема продаж.

Платежная матрица (*payoff matrix*) – таблица, в которой отражаются возможные исходы взаимодействия стратегий нескольких игроков.

Последовательная игра олигополистов (*sequential game, dynamic game*) – ситуация, в которой фирмы принимают решения поочередно, учитывая уже совершенные предыдущие действия соперника.

Равновесие Бертрана (*Bertrand equilibrium*) – положение, когда каждая из фирм выбирает цену на свой товар при заданных ожиданиях в отношении цены, которую выберет другая фирма. Равновесной будет цена, близкая к конкурентной.

Равновесие Курно (*Cournot equilibrium*) – положение, когда каждая из фирм выбирает объем производства, позволяющий максимизировать свою прибыль при заданных ожиданиях в отношении выбора других фирм.

Равновесие по Нэшу (*Nash equilibrium*) – результат игры, при котором выбор фирмы является оптимальным при оптимальном выборе других фирм.

Равновесие Чемберлина (*Chamberline equilibrium*) – ситуация, предполагающая высокий уровень рациональности фирм, который создает предпосылки для выбора стратегии поведения фирм, отвечающей параметрам картеля, даже без формального соглашения.

Сговор (*collusion*) – соглашение между несколькими фирмами о разделе рынка и ценах, превращающее ситуацию на рынке в близкую к естественной монополии. Выделяется открытый и тайный, или молчаливый сговор, когда несколько крупных компаний, защищенных барьерами от конкуренции, могут, не организовывая встречу, ориентироваться на определенный уровень цен.

Теория игр (*game theory*) – наука, исследующая математическими методами поведение участников в вероятностных ситуациях, связанных с принятием решений.

Угроза вхождению (*threat of entry*) – игра, в которой исход определяется временной последовательностью совершения выбора игроками. Некоторым игрокам выгодно предварительно связать себя обязательствами придерживаться конкретной стратегии игры.

Фирма-лидер (*firm-leader*) – фирма, доминирующая в олигополии, повышение или понижение цен которой поддерживается всеми или большинством предприятий на рынке.

Функция реакции (*reaction function*) – зависимость поведения

(объема продаж) одной фирмы от поведения (объема продаж) другой фирмы. Изображается графически в виде кривой реакции.

Ценовая война (*price war*) – это цикл постепенного снижения существующего уровня цен с целью вытеснения конкурентов с олигополистического рынка, в результате чего каждая фирма сталкивается с рыночной, а не с индивидуальной кривой спроса.

Ценовое лидерство (*price leadership*) – ситуация, когда повышение или понижение цен фирмой-лидером поддерживается всеми или большинством предприятий отрасли. Это средство, с помощью которого олигополисты координируют свои цены, не вступая в прямой тайный сговор.

Ценообразование по принципу «издержки плюс» (*markup pricing*) – ценообразование, предполагающее покрытие издержек и установление надбавки к ним, в данный момент представляющейся наиболее рациональной.

Литература: [4, с. 143–181; 5, с. 138–157; 6, с. 249–259; 7, с. 225 –237; 9, с. 177–194; 10, с. 569–594; 12, с. 129–167; 15, с. 148–166].

Темы рефератов и докладов

1. Регулирование естественной монополии: международный опыт и тенденции в Республике Беларусь.
2. Олигополия: дилемма заключенных.

Тесты

1. Понятие «олигополии» означает, что на рынке оперирует:

- а) только одна фирма-производитель;
- б) только одна фирма-крупный покупатель;
- в) несколько крупных фирм, которые могут оказывать влияние на цену;
- г) большое число конкурентных фирм.

2. Предельный доход равен рыночной цене у:

- а) монополистических конкурентов;
- б) участников картеля;
- в) монополии;
- г) совершенных конкурентов.

3. «Ломаная кривая спроса» для олигополистов обязательно предполагает:

- а) разрыв в кривой предельного дохода;
- б) разрыв в кривой предельных издержек;
- в) постоянное изменение цен;
- г) тайное соглашение с фирмами-конкурентами для поддержания согласованной цены.

4. Если снижение цены фирмой-олигополистом поддерживается ее конкурентами, а повышение цены не поддерживается, то имеет место модель:

- а) ценового лидерства;
- б) «издержки плюс»;
- в) «ломаной кривой спроса»;
- г) картеля.

5. Основной целью создания тайного картеля в олигопольной отрасли является:

- а) создание дополнительных барьеров на входе в отрасль;
- б) минимизация издержек фирм-участниц;
- в) повышение производительности труда;
- г) ограничение отраслевого выпуска для повышения цен и доходов.

6. При равновесии наиболее эффективное распределение ресурсов обеспечивает:

- а) монополия;
- б) олигополия;
- в) совершенная конкуренция;
- г) монополистическая конкуренция.

7. Целью государственной антимонопольной политики является:

- а) снижение уровня рыночных цен и увеличение объемов продаж продукции;
- б) снижение уровня рыночных цен и снижение объемов продаж продукции;
- в) максимизация налоговых поступлений в государственный бюджет;
- г) увеличение прибыльности компаний, занимающих доминирующее положение на рынке.

8. К источникам монопольной власти не относится следующий фактор:

- а) эластичность отраслевого спроса;
- б) эластичность отраслевого предложения;
- в) характер взаимодействия между фирмами;
- г) число фирм на рынке.

9. Зависимость между степенью монопольной власти фирмы и эластичностью спроса на ее продукцию определяется соотношением:

- а) чем неэластичнее спрос, тем больше монопольная власть;
- б) чем эластичнее спрос, тем больше монопольная власть;
- в) чем неэластичнее спрос, тем меньше монопольная власть;
- г) нет верного ответа.

10. Если на рынке действует одна фирма, то индекс Херфиндаля – Хиримана равен:

- а) 1;
- б) 100;
- в) 10000;
- г) недостаточно данных для расчета.

11. Антимонопольное законодательство нацелено в первую очередь на:

- а) запрет монополий;
- б) обеспечение экономической свободы;
- в) развитие условий конкуренции;
- г) регулирование цен.

Ответы: 1. в); 2. г); 3. а); 4. в); 5. г); 6. в); 7. а); 8. б); 9. а); 10. в); 11. в).

Задача. В отрасли действуют три фирмы одинакового размера. Предельные издержки каждой фирмы одинаковы, постоянны и равны 298 руб.

Спрос на продукцию отрасли представлен следующей формулой:

$$P = 1\,800 - Q.$$

Предельный доход олигополистов представлен формулой

$$MR = 1\,800 - 2Q.$$

Если фирмы объединяются в картель и делят рынок поровну, какова будет равновесная цена и какое количество продукции произведет каждая фирма?

Решение. Предельные издержки каждой фирмы одинаковы, постоянны и равны 298 руб.

$$MR = MC;$$

$$298 = 1\,800 - 2Q;$$

$$Q = 751.$$

В отрасли действуют три фирмы одинакового размера: $Q_i = 751$:

$:3 = 250$; подставив полученное значение в $P = 1\,800 - Q$, получим:

$$P = 1\,049.$$

Тема 7. РЫНКИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ. РЫНОК ТРУДА

1. Рынки ресурсов. Спрос на ресурс. Предельная доходность и предельные издержки ресурса. Кривая спроса фирмы на ресурс. Эластичность спроса на ресурс. Неценовые факторы спроса на ресурс. Предложение ресурса. Совершенная и несовершенная конкуренция на рынке ресурса. Условие равновесия максимизирующей прибыль фирмы на рынке ресурса.

2. Рынок труда. Функционирование конкурентного рынка труда. Спрос на труд. Индивидуальное и рыночное предложение труда. Равновесие конкурентного рынка труда.

3. Рынок труда в условиях несовершенной конкуренции. Модель монополии. Модели с учетом профсоюзов. Двусторонняя монополия.

4. Заработная плата. Номинальная и реальная заработная плата. Формы и системы заработной платы. Дифференциация заработной платы и ее причины. Минимальная заработная плата.

5. Особенности функционирования рынка труда в Республике Беларусь.

Ключевые понятия и термины

Вознаграждение труда рабочих и служащих (*compensation to employees*) – выплачиваемые наемным работникам заработная плата и жалованье плюс дополнительные выплаты.

Двусторонняя монополия (*bilateral monopoly*) – рынок, на кото-

ром единственному продавцу (монополии) противостоит единственный покупатель (монопсония).

Дискриминация в оплате труда (*wage discrimination*) – установление для чернокожих (или других меньшинств) более низкой, чем для белых, заработной платы за одинаковую работу.

Доктрина сравнимой ценности (*comparable worth doctrine*) – концепция, согласно которой женщины должны получать равное с мужчинами жалование (заработную плату), когда уровень их квалификации, напряженность труда и ответственность на занимаемых ими рабочих местах такие же, как у мужчин.

Конкурентный рынок труда (*competitive labor market*) – рынок, на котором большое количество фирм (без сговора между собой) предъявляют спрос на услуги большого числа рабочих – не членов профсоюза за конкретных профессий.

Минимальная заработная плата (*minimum wage*) – самая низкая заработная плата (ее ставка), не ниже которой наниматели обязаны выплачивать за час (за месяц) работы.

Монопсония (*monopsony*) – рынок, на котором выступает лишь один покупатель товара, услуги или ресурса.

Мотивационные схемы оплаты (*incentive pay plan*) – схема компенсации, согласно которой оплата труда рабочего непосредственно связана с выпуском продукции. Такие схемы обычно включают тарифные ставки, премии, комиссионные и долю в прибыли.

Неконкурирующие группы (*noncompeting groups*) – группы рабочих, не борющиеся друг с другом за место работы в силу того, что мастерство и квалификация рабочих одной группы существенно отличаются от мастерства и квалификации рабочих других групп.

Номинальная заработная плата (*nominal wage*) – количество денег, получаемое рабочим за единицу рабочего времени (час, день и т. д.).

Ориентир для заработной платы (*wage guidepost*) – ежегодные темпы роста заработной платы во всех отраслях хозяйства, которые должны соответствовать (равняться) темпам увеличения в стране средней продуктивности труда.

Политика привязки заработной платы к ценам (*wage-price guideposts*) – политика в области заработной платы и цен, которая зависит от добровольного сотрудничества между профсоюзами и фирмами.

Право старшинства, трудовой стаж (*seniority*) – стаж работы у данного предпринимателя, превышающий стаж других работников на

этом же предприятии; право, применяемое при решении вопроса о том, каких работников увольнять, когда работы недостаточно, и о том, кого снова принимать на работу, когда вновь требуется рабочая сила.

Предельные издержки на оплату рабочей силы (*marginal labor cost*) – прирост общих издержек на труд, когда фирма использует дополнительную единицу труда при неизменности других ресурсов; равны изменению общих издержек на труд, деленному на изменение количества используемого труда.

Производительность труда (*labor productivity*) – общий объем продукции, деленный на количество затраченного на его производство труда; средний продукт труда или выработка одного рабочего за один час.

Профсоюз (*labor union*) – группа рабочих, объединившихся в организацию для защиты своих интересов и улучшения своего положения (повышения заработной платы, сокращения рабочего времени, улучшения условий труда и т. д.).

Процедура разрешения трудовых споров (*grievance procedure*) – используемые профсоюзом и фирмой методы улаживания конфликтов, возникающих в период действия заключенного ими коллективного договора.

Рабочая сила (*labor force*) – физические и умственные способности (усилия) людей, которые могут быть использованы для производства товаров и услуг.

Реальная заработная плата (*real wage*) – количество товаров и услуг, которое рабочий может купить на свою номинальную заработную плату; покупательная способность номинальной заработной платы; номинальная заработная плата с поправкой на изменение уровня цен.

Ставка заработной платы (*wage rate*) = **заработная плата** (*wage*) – цена за труд (за использование услуг труда) в единицу времени (час, день и т. д.).

Фонд заработной платы (*wages*) – доход лиц, обеспечивающих экономику трудом.

Экономический тред-юнионизм (*business unionism*) – концепция, согласно которой профсоюз призван ограничивать свою деятельность такими практическими и краткосрочными задачами, как: борьба за повышение заработной платы, сокращение рабочего времени, улучшение условий труда.

Эффективный уровень оплаты (*efficiency wage*) – уровень оплаты

труда, который позволяет минимизировать расходы на оплату труда на единицу выпуска.

Литература: [3, с. 69–74; 4, с. 182–211; 5, с. 187–205; 6, с. 279–299; 7, с. 251 – 258; 9, с. 212 – 246; 10, с. 613–635; 12, с. 168–208].

Темы рефератов и докладов

1. Особенности функционирования современного рынка труда.
2. Дискриминация на рынке труда.
3. Влияние профсоюзов на рынок труда.

Тесты

1. Предельный продукт фактора производства в денежном выражении:

- а) представляет собой продажную цену последней единицы продукта;
- б) равен изменению общего размера выручки при использовании дополнительной единицы фактора производства;
- в) равен изменению объема производства в натуральных единицах измерения при использовании дополнительной единицы производственного фактора;
- г) невозможно определить в условиях совершенной конкуренции.

2. Конкурентная фирма, стремясь максимизировать прибыль, должна нанимать дополнительных работников в том случае, если:

- а) общая выручка меньше общих издержек;
- б) предельный продукт труда в денежном выражении меньше, чем ставка заработной платы;
- в) величина предельного продукта в денежном выражении снижается;
- г) предельный продукт труда в денежном выражении превышает ставку заработной платы.

3. Когда конкурентная фирма достигает уровня производства, при котором денежное выражение предельного продукта каждого ресурса равно цене этого ресурса, то она:

- а) производит продукт при минимальных издержках, но не обязательно получает максимальную прибыль;
- б) получает максимальную прибыль, но не обязательно производит

продукцию при минимальных издержках;

в) получает максимальную прибыль при минимальных издержках производства;

г) не обязательно получает максимальную прибыль, но достигает минимального уровня издержек.

4. *Спрос на ресурс зависит от:*

а) цены продукта, производимого при помощи данного ресурса;

б) цен ресурсов-заменителей и взаимодополняемых ресурсов;

в) цены данного ресурса;

г) все перечисленные ответы являются верными.

5. *Изменения в уровне реальной заработной платы можно определить, сопоставляя изменения в уровне номинальной заработной платы с изменениями:*

а) уровня цен на товары и услуги;

б) нормы прибыли;

в) средней продолжительности жизни людей;

г) продолжительности рабочего времени.

6. *В соответствии с теорией предельной производительности кривая спроса на труд на конкурентном рынке:*

а) совпадает с кривой предельных издержек на оплату труда;

б) совпадает с кривой предельного продукта труда;

в) совпадает с кривой предельного продукта в денежном выражении;

г) не зависит от стоимости производимого продукта.

7. *Что не оказывает влияния на спрос труда?*

а) спрос на конечные продукты;

б) отношение предельного продукта труда к предельным продуктам других ресурсов;

в) технология производства;

г) изменения в номинальной заработной плате, вызванные инфляционными явлениями.

8. *Предельные издержки на оплату труда:*

а) представляют собой увеличение переменных издержек при повышении объема выпускаемой продукции на единицу;

б) представляют собой увеличение постоянных издержек при повышении объема выпускаемой продукции на единицу;

в) абсолютно не эластичны для монополиста;

г) представляют собой увеличение общих издержек на труд при найме дополнительного рабочего.

9. В соответствии с теорией предельной производительности кривая спроса на труд на конкурентном рынке:

- а) совпадает с кривой предельных издержек на оплату труда;
- б) совпадает с кривой предельного продукта труда в денежном выражении;
- в) не зависит от стоимости производимого продукта;
- г) совпадает с кривой предельных издержек производимого продукта.

10. По сравнению с конкурентной фирмой монополист будет платить:

- а) большую ставку заработной платы и нанимать меньше рабочих;
- б) меньшую ставку заработной платы и нанимать больше рабочих;
- в) меньшую ставку заработной платы, нанимая то же количество рабочих;
- г) меньшую ставку заработной платы и нанимать меньше рабочих.

Ответы: 1. б); 2. г); 3. в); 4. г); 5. а); 6. в); 7. г); 8. г); 9. б); 10. г).

Тема 8. РЫНОК КАПИТАЛА. ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ СПОСОБНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ПРИБЫЛЬ

1. Рынок капитала и его структура. Спрос на капитал и инвестиции. Оптимальный объем инвестиций. Предельная норма окупаемости инвестиций и спрос на инвестиции. Влияние ставки ссудного процента на спрос на капитал. Предельная чистая окупаемость инвестиций. Долгосрочные инвестиции. Соизмерение текущих затрат и будущих доходов. Приведенная (текущая) стоимость. Факторы, влияющие на приведенную стоимость. Критерий чистой приведенной стоимости и принятие решений по долгосрочным инвестициям. Рыночный спрос на капитал.

2. Предложение капитала. Источники предложения. Сбережения домохозяйств как основной источник предложения капитала. Межвременной выбор и временные предпочтения. Предельная норма временного предпочтения. Межвременное бюджетное ограничение и равновесие. Влияние ставки ссудного процента на предложение сбережений. Эффекты дохода и замещения. Ставка ссудного процента и предложение капитала. Рыночное предложение капитала. Равновесие на рынке капитала.

3. Рынок капиталных благ. Спрос и предложение услуг капитала. Равновесие на рынке услуг капитала в краткосрочном и долгосрочном периодах.

4. Инфраструктура рынка капитала. Рынок ценных бумаг. Цены и доходы на рынке ценных бумаг.

5. Особенности функционирования рынка капитала в Республике Беларусь.

6. Предпринимательская способность как фактор производства. Экономическая прибыль: источники и функции.

Ключевые понятия и термины

Бухгалтерская прибыль (*accounting profit*) – разница между полной выручкой фирмы и внешними издержками.

Внутренняя норма окупаемости инвестиций (внутренняя норма дохода) (*internal rate of return*) – показатель, означающий такую ставку дисконтирования, при которой чистая дисконтированная стоимость равна нулю.

Дисконтирование (*discounting*) – приведение экономических показателей (выручки, издержек) будущих лет к сегодняшней ценности.

Износ (обесценение) (*depreciation*) – уменьшение стоимости основного капитала, которое возникает в результате его использования или естественного старения.

Инвестирование (*investment*) – процесс пополнения и увеличения капиталных фондов, приток нового капитала в фирму в данном году.

Капитал (*capital*) – ресурсы длительного пользования, используемые для производства товаров и услуг.

Лизинг (*leasing*) – комплекс организационно-экономических отношений, связанных с передачей лизингополучателю в пользование имущества, приобретенного лизингодателем у производителя (продавца).

Номинальная ставка процента (*nominal rate of interest*) – ставка процента, выраженная в деньгах по их текущему курсу.

Норма амортизации (*rate of depreciation*) – доля основного капитала, подлежащая амортизации (списанию) в текущем году.

Нормальная прибыль (*normal profit*) – часть предпринимательского дохода: платежи, которые должна осуществлять фирма, чтобы приобрести и удержать предпринимательскую способность; мини-

мальная плата за предпринимательскую способность, стимулирующая ее применение в предпринимательской деятельности фирмы.

Общая прибыль (*total profit*) – вся сумма прибыли предприятий до отчислений и вычетов.

Предельная прибыль (*marginal profit*) – увеличение общей прибыли, вызванное реализацией дополнительной единицы товара.

Предпринимательская способность (*entrepreneurial ability*) – способность человека использовать определенное сочетание ресурсов для производства товара, принимать последовательные решения, создавать новшества и идти на риск.

Реальная ставка процента (*real rate of interest*) – ставка процента, скорректированная на инфляцию, т. е. выраженная в неизменных ценах.

Средняя прибыль (*average profit*) – результат деления общей прибыли на количество единиц товара.

Ссудный процент (*interest*) – цена, уплачиваемая собственником капитала за использование заемных средств.

Человеческий капитал (*human capital*) – это интенсивный производительный фактор экономического развития, развития общества и семьи, включающий образованную часть трудовых ресурсов, знания, инструментарий интеллектуального и управленческого труда, среду обитания и трудовой деятельности, которые обеспечивают эффективное и рациональное функционирование человеческого капитала как производительного фактора развития.

Экономическая прибыль (*economic profit*) – общий доход фирмы за вычетом всех ее экономических затрат; синоним терминов «чистая прибыль» и «сверхприбыль».

Литература: [4, с. 215–264; 5, с. 208–226; 6, с. 318–329; 7, с. 258–267; 9, с. 247–284; 10, с. 640–649; 12, с. 209–238].

Темы рефератов и докладов

1. Источники инвестиций: понятие, структура.
2. Дисконтные ставки: реальные и номинальные.

Тесты

1. **Производительный экономический ресурс – это:**
 - а) денежный капитал;

- б) физический капитал;
- в) потребительские товары;
- г) прибыль.

2. Цена услуг капитала выступает в следующей форме:

- а) цены капитального блага;
- б) арендной платы;
- в) банковской ставки процента;
- г) амортизации.

3. Домашние хозяйства как субъекты предложения на рынке капитала предоставляют его в следующей форме:

- а) зданий и сооружений;
- б) денег;
- в) сырья и материалов;
- г) конечной продукции.

4. Равновесная ставка процента выравнивает:

- а) номинальную и реальную процентные ставки;
- б) объем спроса и предложения на рынке денежного капитала (заемных средств);
- в) потребление и сбережение;
- г) инфляцию.

5. Рост процентной ставки приведет к:

- а) росту спроса на ссудный капитал;
- б) росту предложения ссудного капитала;
- в) росту объема предложения ссудного капитала;
- г) сокращению предложения ссудного капитала.

6. При принятии решений об инвестициях фирма должна учитывать:

- а) номинальную процентную ставку;
- б) реальную процентную ставку;
- в) номинальную ставку процента за вычетом реальной;
- г) только ожидаемую норму прибыли.

7. Реальная ставка процента – это:

- а) номинальная процентная ставка минус фактический процент инфляции;
- б) номинальная процентная ставка плюс фактический процент инфляции;
- в) номинальная процентная ставка минус ожидаемый процент инфляции;

г) ожидаемая норма прибыли за минусом номинальной процентной ставки.

8. Если номинальная процентная ставка составляет 10 %, а темп инфляции 4 % в год, то реальная процентная ставка составит:

- а) 14 %
- б) 6 %
- в) 2,5 %
- г) 4 %.

9. Ставка ссудного процента не зависит от:

- а) срока предоставления ссуды;
- б) объема ссуды;
- в) рискованности проекта;
- г) доходов населения.

10. Дисконтирование – это:

- а) сегодняшняя оценка будущего дохода;
- б) установление дисконтной ставки Центральным банком;
- в) оценка будущего дохода с учетом инфляции;
- г) оценка сегодняшнего дохода с учетом инфляции.

Ответы: 1. б); 2. б); 3. б); 4. б); 5. в); 6. б); 7. а); 8. б); 9. г); 10. а).

Задача. Рассчитайте норму амортизации основного капитала фирмы «Инжиниринг» и величину ежегодных амортизационных отчислений. Полный физический износ оборудования наступит через 8 лет, а его рыночная стоимость на данный момент составляет 24 млн. рублей. В проведении какой политики будет заинтересована фирма, если мы примем во внимание моральный износ оборудования, ведущий к частичному или полному его обесценению, который может, по мнению специалистов, произойти через 4 года? Чему должна быть равна ежегодная норма амортизации и величина ежегодных амортизационных отчислений, чтобы фирма полностью могла избежать потери, связанные с моральным обесценением капитала?

Ответ. Норма амортизации равна 12,5 %, величина ежегодных амортизационных отчислений – 3 млн. рублей. В политике ускоренной амортизации норма амортизации составляет 25 %, величина ежегодных амортизационных отчислений – 6 млн. рублей.

Тема 9. РЫНОК ЗЕМЛИ

1. Земля как фактор производства. Ограниченность земли. Земля как возобновляемый природный ресурс: естественное и экономическое плодородие почвы.

2. Экономическая рента. Земельная рента как цена за использование земли. Определение размера ренты в условиях конкуренции. Рента и арендная плата. Цена земли.

3. Разнокачественность земельных участков и дифференциальная рента по плодородию и местоположению.

4. Формирование рынка земли в Республике Беларусь.

Ключевые понятия и термины

Арендная плата (*rental*) – сумма, которую арендатор платит земельному собственнику, включающая ренту, амортизацию на постройки и сооружения, находящиеся на земле, а также процент на вложенный капитал.

Дифференциальная рента (*differential rent*) – доход, получение которого связано с более высокой продуктивностью земельных участков или их более выгодным местоположением.

Естественное плодородие (*natural fertility*) – создается в результате длительного почвообразующего процесса и представляет собой даровое благо природы.

Землевладение (*landed property*) – признание права данного лица на участок земли на установленных законом основаниях.

Землепользование (*land tenure*) – право пользования землей в законном порядке.

Земельная рента (*land rent*) – плата за использование земли и других природных ресурсов, предложение которых строго ограничено.

Земля, естественные ресурсы (*land*) – ресурсы («даровые блага природы»), которые могут быть использованы для производства товаров и услуг.

Искусственное плодородие (*artificial fertility*) – результат деятельности человека по повышению культуры земледелия, осуществлению вложений труда и капитала.

Несельскохозяйственный спрос на землю (*not agricultural demand for the land*) – спрос на землю, который индифферентен к пло-

родию, но весьма чувствителен к местоположению земельного участка.

Сельскохозяйственный спрос на землю (*agricultural demand for the land*) – спрос на земельные участки в целях выращивания на них продукции растениеводства и животноводства.

Цена земли (*land price*) – рыночная цена земли, равная дисконтированной стоимости будущих арендных платежей, которые мог бы получить владелец земельного участка, сдавая его в аренду.

Чистая земельная рента (*pure ground rent*) – доход, выпадающий на долю каждого собственника земли или других природных ресурсов, предложение которых строго фиксировано.

Экономическое плодородие (*economic fertility*) – единство естественного и искусственного плодородия.

Экономическая рента (*economic rent*) – рыночная цена, уплачиваемая за использование природных ресурсов (прежде всего земли), количество которых ограничено.

Литература: [2, с. 378–379; 3, с.114–116; 4, с. 264–279; 5, с. 226–239; 6, с. 329–341; 9, с. 285 – 299; 10, с. 636–640; 12, с. 238–251].

Темы рефератов и докладов

1. Землевладение и землепользование в Республике Беларусь.
2. Теория земельной ренты: из истории исследований.

Тесты

1. Земельная рента – это:

- а) доход от любого ресурса;
- б) цена земли;
- в) цена ресурса, предложение которого ограничено;
- г) цена за использование земли и других ресурсов, предложение которых строго ограничено.

2. Предложение земли:

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

3. При росте спроса на землю:

- а) земельная рента увеличится;
- б) предложение земли увеличится;
- в) понизится цена на землю;
- г) земельная рента не изменится.

4. Что приведет к повышению цены на землю?

- а) сокращение урожайности;
- б) увеличение ставки ссудного процента;
- в) понижение ставки ссудного процента;
- г) не верен ни один из ответов.

5. Собственники невозобновимого 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.

6. Земельная рента растет при прочих равных условиях, если:

- а) снижается цена земли;
- б) растет спрос на землю;
- в) сокращается спрос на землю;
- г) растет предложение земли.

7. Цена земли не зависит от:

- а) величины ежегодной ренты;
- б) ставки ссудного процента;
- в) величины альтернативного дохода покупателя земли;
- г) предложения земли.

8. Если земельная рента равна 1 тыс. рублей, ставка ссудного процента – 5 %, то покупка участка выгодна при цене:

- а) не более 20 тыс. рублей;
- б) не более 50 тыс. рублей;
- в) не более 30 тыс. рублей;
- г) не более 100 тыс. рублей.

9. Цена земли обратно пропорциональна:

- а) ставке ссудного процента;
- б) ренте;
- в) спросу;
- г) предложению.

Ответы: 1. г); 2. в); 3. а); 4. в); 5. б); 6. б); 7. г); 8. а); 9 а).

Задача. Спрос на землю описывается уравнением

$$Q = 100 - 2R,$$

где Q – площадь используемой земли;

R – ставка ренты (в млн. рублей за гектар).

Какова будет равновесная ставка ренты, если площадь доступных земельных угодий составляет 90 га? Какова будет цена 1 га земли, если ставка банковского процента составляет 120 %?

Решение. Равновесный уровень ренты определим из условия:

$$100 - 2R = 90, \text{ откуда } R = 5.$$

Цена 1 га земли вычисляется по формуле

$$P_L = R : i,$$

где P_L – цена земли;

R – рента;

i – ставка банковского процента.

Тогда $P_L = 5 \times 1,2 = 4,166$ млн. рублей.

Тема 10. ОБЩЕЕ РАВНОВЕСИЕ И ОБЩЕСТВЕННОЕ БЛАГОСОСТОЯНИЕ

1. Частичное и общее равновесие. Взаимосвязи в изменениях на рынках продуктов и ресурсов.

2. Эффективность обмена. Обмен на диаграмме Эджуорта. Критерий оптимальности обмена по Парето. Кривая контрактов. Кривая потребительских возможностей. Конкурентное равновесие потребителей. Эффективность обмена и справедливость.

3. Эффективность производства. Производство на диаграмме Эджуорта. Критерий оптимальности производства по Парето. Кривая производственных контрактов. Конкурентное равновесие производителей. Кривая производственных возможностей.

4. Эффективность структуры выпуска продукции. Критерий оптимальности структуры выпуска по Парето.

5. Общее экономическое равновесие и общественное благосостояние. Критерии оценки общественного благосостояния.

6. Фиаско рынка и необходимость микроэкономического регулирования.

Ключевые понятия и термины

Кривая контрактов (*contract curve*) – это множество возможных

эффективных вариантов распределения двух экономических благ между двумя потребителями.

Кривая производственных возможностей (*production possibility curve*) – кривая, демонстрирующая различные комбинации двух благ, которые могут быть произведены в экономике при полном использовании данного объема ресурсов и данной технологии.

Общее равновесие (*general equilibrium*) – равновесие, возникающее в результате взаимодействия всех рынков, когда изменение спроса или предложения на одном рынке влияет на равновесные цену и объем продукта на всех рынках.

Парето-эффективное размещение ресурсов (*Pareto-optimal resource allocation*) – такое размещение ресурсов, при котором нельзя увеличить выпуск одного товара, не сократив выпуск другого.

Парето-эффективное распределение благ, или Парето-оптимум (*Pareto-optimality*) – такое распределение благ, при котором невозможно улучшить чье-либо благосостояние (посредством перераспределения) без ущерба для благосостояния другого лица.

Предельная норма трансформации (*marginal rate of transformation*) – показывает минимальное количество товара Y , которым необходимо пожертвовать для увеличения производства товара X на единицу. Представляет собой альтернативную ценность товара X . Равна отношению предельных издержек производства товара X к предельным издержкам производства товара Y .

Частичное равновесие (*partial equilibrium*) – равновесие, складывающееся на отдельном рынке.

Экономическая эффективность (*economic efficiency*) – отношение между произведенным объемом товара или услуги и затратами редких ресурсов; производство продукта определенной стоимости при наименьших затратах ресурсов; достижение наибольшего объема производства товара или услуги с применением ресурсов определенной стоимости.

Эффект обратной связи (*feedback effect*) – отражает изменение частичного равновесия на данном рынке в результате изменений, возникших на сопряженных рынках под влиянием первоначальных изменений на данном рынке.

Эффективное распределение ресурсов (*efficient allocation of resources*) – распределение ресурсов на производство различных продуктов, которое ведет к максимальному удовлетворению запросов потребителей.

Эффективность производства (*productive efficiency*) – производство товара с наименьшими издержками: использование минимального количества ресурсов для производства данного объема продукции; производство данного объема продукции при минимальных средних общих издержках.

Литература: [4, с. 283–302; 5, с. 275–296; 6, с. 353–371; 9, с. 350 –373; 12, с. 254–279; 15, с. 192–218].

Темы рефератов и докладов

1. Модель общего экономического равновесия Л. Вальраса.
2. Противоречия экономической теории общественного благосостояния.

Тесты

1. Изучение равновесной цены и равновесного объема производства на отдельных рынках называется:

- а) анализом общего рыночного равновесия;
- б) анализом частичного рыночного равновесия;
- в) анализом потребительского равновесия;
- г) анализом рыночных структур.

2. Общее экономическое равновесие – это такое состояние экономической системы, при котором:

- а) только товарные рынки находятся в состоянии равновесия;
- б) только рынки факторов производства находятся в состоянии равновесия;
- в) все рынки находятся в состоянии равновесия;
- г) существует внешнее равновесие.

3. Эффект обратной связи предполагает изменение цен и количества продукции на отдельном рынке в ответ на изменения:

- а) в отрасли;
- б) на смежных рынках;
- в) в экономике в целом;
- г) во внешнем равновесии.

4. Выполнение принципа оптимальности по Парето означает, что улучшение благосостояния одного субъекта приведет к:

- а) ухудшению (уменьшению) благосостояния другого;
- б) росту благосостояния другого;
- в) росту общего благосостояния;

г) благосостояние другого останется неизменным.

5. К условиям общего равновесия по Парето не относится:

- а) эффективность в обмене;
- б) эффективность в производстве;
- в) эффективность в перераспределении;
- г) эффективность структуры выпуска.

6. Все условия Парето-оптимальности соблюдаются только при наличии на всех рынках:

- а) совершенной конкуренции;
- б) естественной монополии;
- в) регулируемой монополии;
- г) монополистической конкуренции.

7. Эффективность в обмене по Парето характеризуется равенством:

- а) $MRS_{AB}^x = MRS_{AB}^y$;
- б) $MRTS_{LK}^x = MRTS_{LK}^y$;
- в) $MRS_{AB} = MRT_{AB}$;
- г) $\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$.

8. Эффективность в производстве по Парето характеризуется равенством:

- а) $MRS_{AB}^x = MRS_{AB}^y$;
- б) $MRTS_{LK}^x = MRTS_{LK}^y$;
- в) $MRS_{AB} = MRT_{AB}$;
- г) $\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$.

9. Эффективность структуры выпуска по Парето характеризуется равенством:

- а) $MRS_{AB}^x = MRS_{AB}^y$;
- б) $MRTS_{LK}^x = MRTS_{LK}^y$;
- в) $MRS_{AB} = MRT_{AB}$;
- г) $\frac{MU_A}{P_A} = \frac{MU_B}{P_B}$.

10. Предельная норма трансформации равна отношению:

- а) предельных полезностей двух благ;
- б) предельных издержек производства двух благ;

- в) соотношению цен двух благ;
- г) соотношению цен двух ресурсов.

11. Какое из следующих явлений несовместимо с достижением экономической эффективности?

- а) совершенная конкуренция;
- б) отсутствие внешних эффектов;
- в) монополия;
- г) все перечисленные явления.

12. Анализ частичного равновесия отличается от анализа общего равновесия тем, что он:

- а) производится только в рамках краткосрочного периода;
- б) применяется для исследования эффективности;
- в) предполагает, что изменения в ценах на одном рынке не вызывают существенных изменений на других рынках;
- г) принимает во внимание взаимосвязи между ценами на все товары.

13. Выберите правильный ответ.

Если предельная норма технологического замещения труда капиталом в производстве арбузов равна 4, а в производстве молока – 1:

- а) размещение ресурсов эффективно;
- б) размещение ресурсов неэффективно, следует переместить капитал из производства молока в производство арбузов, а труд – из производства арбузов в производство молока;
- в) размещение ресурсов неэффективно, следует переместить капитал в производство молока, а труд – в производство арбузов;
- г) следует уменьшить объем использования капитала в обеих отраслях.

14. К «провалам» (фиаско) рынка нельзя отнести:

- а) внешние эффекты (экстерналии);
- б) возникновение монопольной власти;
- в) неравномерность качества общественных благ;
- г) производство общественных благ.

Ответы: 1. б); 2. в); 3. б); 4. а); 5. в); 6. а); 7. а); 8. б); 9. в); 10. б); 11. в); 12. в); 13. б); 14. в).

Задача. В экономике страны, состоящей из двух отраслей, спрос и предложение представлены следующими функциями:

$$Q_A^D = 32 - 3 P_A + 2 P_B;$$

$$Q_A^S = -10 + 2 P_A - P_B;$$

$$Q_B^D = 43 - 2 P_B + P_A;$$

$$Q_B^S = -5 + P_B - 0,5 P_A.$$

Возможно ли в этой экономике общее экономическое равновесие, является ли оно устойчивым и почему?

Решение. Уравнение линии цен частичного равновесия на рынке блага A :

$$32 - 3P_A + 2P_B = -10 + 2P_A - P_B \longrightarrow P_A = 8,4 + 0,6P_B.$$

Уравнение линии цен частичного равновесия на рынке блага B :

$$43 - 2P_B + P_A = -5 + P_B - 0,5P_A \longrightarrow P_B = 16 + 0,5P_A.$$

Поскольку эти линии пересекаются при положительных значениях первых слагаемых в правой части, то равновесие устойчиво (рис. 1).

Общее равновесие достигается при:

$$P_A = 8,4 + 0,6P_B \quad (16 + 0,5P_A) \longrightarrow P_A = 25,7; P_B = 28,9.$$

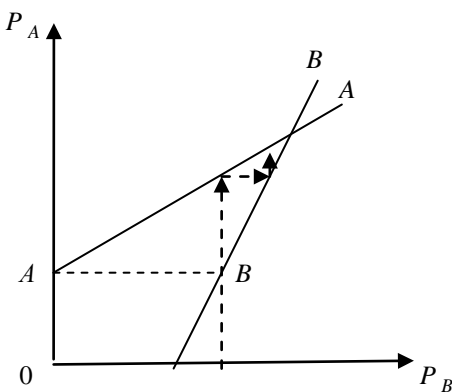


Рис. 1. Общее равновесие

Ответ: $P_A = 25,7; P_B = 28,9$.

Тема 11. ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ

1. Внешние эффекты. Частные, внешние и общественные издержки и выгоды. Положительные и отрицательные внешние эффекты и проблема эффективного размещения ресурсов в рыночной экономике.

2. Интернализация внешних эффектов: роль спецификации прав собственности и транзакционных издержек. Теорема Коуза.

3. Регулирование внешних эффектов: корректирующие налоги и субсидии.

4. Использование теории внешних эффектов в экономической практике. Административно-экономические методы природоохран-

ного регулирования. Рынок прав на загрязнение окружающей среды. Киотский протокол.

5. Государственное регулирование внешних эффектов в Республике Беларусь.

Ключевые понятия и термины

Внешние эффекты, экстерналии (*externalities*) – издержки или выгоды, не отраженные в рыночных ценах, которые влияют на благосостояние третьих лиц, не участвовавших в сделке.

Интернализация внешних эффектов (*internalization of an externality*) – процесс, в результате которого предельные частные издержки или выгоды приближаются к предельным общественным издержкам или выгодам. Для решения данной проблемы А. С. Пигу предложил использовать корректирующие налоги и субсидии.

Корректирующая субсидия (*corrective subsidy*) – субсидия производителям или потребителям экономических благ, характеризующихся положительными внешними эффектами, позволяющая приблизить предельные частные выгоды к предельным общественным выгодам.

Корректирующий налог (*correction tax*) – налог на выпуск экономических благ, характеризующихся отрицательными внешними эффектами, который повышает предельные частные издержки до уровня предельных общественных издержек.

Оппортунистическое поведение (*opportunistic behavior*) – поведение индивидов, уклоняющихся от условий соблюдения контракта с целью получения выгоды за счет партнеров.

Отрицательный внешний эффект (*negative externality*) – возникает в случае, когда деятельность одного экономического агента приносит третьим лицам дополнительные издержки. Может проявляться как при производстве, так и при потреблении благ (загрязнение окружающей среды, потребление алкоголя и др.). Отрицательные внешние эффекты вызывают перепроизводство товаров и услуг по сравнению с общественно эффективным объемом.

Положительный внешний эффект (*positive externality*) – возникает в случае, когда деятельность одного экономического агента приносит третьим лицам дополнительные выгоды (услуги в области здравоохранения, образования, озеленения и др.). Положительные эффекты вызывают недопроизводство товаров и услуг по сравнению с общественно эффективным объемом.

Права собственности (*property rights*) – санкционированные обществом (законами, традициями и др.) поведенческие отношения между людьми по поводу использования ими экономических благ и ресурсов.

Предельные внешние выгоды (*marginal external benefit*) – выгоды (полезность), получаемые третьими лицами, не участвующими в сделке.

Предельные внешние издержки (*marginal external cost*) – издержки на производство дополнительной единицы продукции, которые производители не оплачивают, возлагая их на третьи лица.

Предельные общественные выгоды (*marginal social benefit*) – общественная полезность производства дополнительной единицы блага. Предельные общественные выгоды равны сумме предельных частных и предельных внешних выгод.

Предельные общественные издержки (*marginal social cost*) – издержки, которые несет общество при производстве дополнительной единицы блага, создающего внешние эффекты. Предельные общественные издержки равны сумме предельных частных и предельных внешних издержек.

Предельные частные выгоды (*marginal private benefit*) – выгоды (полезность), получаемые потребителями при покупке дополнительной единицы блага.

Предельные частные издержки (*marginal private cost*) – издержки, которые несет фирма при производстве дополнительной единицы продукции.

Стандарты по вредным выбросам (*emissions standarts*) – установленные государством пределы концентрации загрязняющих веществ в промышленных отходах, которые могут быть выброшены в окружающую среду.

Теорема Коуза (*Coase theorem*) – гласит, что если права собственности сторон четко определены (специфицированы), а транзакционные издержки близки к нулю, то внешние эффекты можно интернализировать без участия государства путем взаимовыгодного обмена правами собственности между заинтересованными сторонами.

Транзакционные издержки (*transaction costs*) – издержки в сфере обмена, связанные с передачей прав собственности. Транзакционные издержки включают: затраты на поиск информации, затраты на ведение переговоров и заключение контракта, затраты измерения, затраты спецификации и защиты прав собственности, затраты на предотвращение и устранение последствий оппортунистического поведения.

Литература: [1, с. 2, 13, 21, 45, 46, 49, 55, 56; 4, с. 306–329; 5, с. 296–309; 6, с. 423–447; 9, с. 300 – 316; 10, с. 90–92, 659–671; 12, с. 282–315].

Темы рефератов и докладов

1. Внешние эффекты и права собственности.
2. Государственное решение проблем внешних эффектов.

Тесты

1. Внешние эффекты возникают из-за того, что:

- а) рыночное равновесие не является стабильным;
- б) производство постоянно возрастает;
- в) производители располагают рыночной властью;
- г) рыночные цены благ не отражают внешних издержек и выгод.

2. Наличие отрицательного внешнего эффекта проявляется в том, что:

- а) имеет место перепроизводство блага;
- б) государство субсидирует производство благ;
- в) фирмы используют новейшие технологии;
- г) рыночные цены равны издержкам производства.

3. Причиной, порождающей внешние эффекты, является:

- а) рост уровня жизни населения;
- б) вмешательство государства в экономику;
- в) отсутствие установленных прав собственности;
- г) наличие у фирм рыночной власти.

4. Наличие внешних эффектов приводит к таким последствиям, как:

- а) неэффективность распределения ресурсов;
- б) развитие конкуренции;
- в) рост общественного благосостояния;
- г) возникновение рыночной власти.

5. До какого предела продолжались бы сделки при отсутствии транзакционных издержек?

- а) до достижения оптимальности по Нэшу;
- б) до достижения оптимальности по Парето;
- в) бесконечно долго;
- г) до вмешательства государственных органов.

6. Для ликвидации последствий чернобыльской катастрофы, согласно теории прав собственности, необходимо:

- а) уменьшить зарплату тем, кто работает в зараженной зоне;
- б) увеличить налоги на атомные электростанции;
- в) выплатить компенсационные платежи всем, кто жил в зараженной зоне;
- г) понизить законодательно предельно допустимую концентрацию вредных веществ в отходах.

7. Кривая предложения прав на загрязнение:

- а) абсолютно эластична;
- б) абсолютно неэластична;
- в) имеет отрицательный наклон;
- г) имеет положительный наклон.

8. Торговля правами на загрязнение окружающей среды наиболее эффективна в районах:

- а) с высоким уровнем загрязнения;
- б) с высокой плотностью населения;
- в) где находятся особо редкие природные ресурсы;
- г) с низким уровнем загрязнения.

9. Концепция корректирующих налогов предложена:

- а) А. Пигу;
- б) Дж. М. Кейнсом;
- в) Р. Коузом;
- г) Ф. фон Хайеком.

10. Что из перечисленного является корректирующей субсидией?

- а) пособия для жертв чернобыльской катастрофы;
- б) высокие таможенные пошлины на импортируемые в страну зарубежные автомобили;
- в) «северные» надбавки к заработной плате;
- г) ничего из перечисленного.

Ответы: 1. г); 2. а); 3. в); 4. а); 5. б); 6. в); 7. б); 8. а); 9. а); 10. г).

Задача. Готовность абитуриентов платить за учебу в вузах выражается функцией

$$MPB = 50 - 0,5N,$$

где MPB – предельная частная выгода (полезность);

N – число абитуриентов, тыс. чел.

Выраженная в деньгах предельная общественная выгода (полезность) высшего образования выражается функцией

$$MSB = 70 - 0,5N.$$

Предельные затраты вузов на подготовку специалистов заданы функцией

$$MSC = 10 + 2N.$$

1. Определите величину внешнего эффекта подготовки специалиста с высшим образованием.

2. Какое число студентов будет обучаться в вузах?

3. Какое число студентов соответствует максимуму общественной полезности?

4. Определите величину платы за обучение одного студента и величину дотации на его обучение, которые соответствуют максимуму общественной полезности высшего образования.

Решение:

1. Величина внешнего эффекта (MEB) есть разница между предельной общественной полезностью (MSB) высшего образования и предельной частной полезностью (MPB) для окончившего вуз. Согласно условию задачи, она составит:

$$MEB = MSB - MPB \rightarrow (70 - 0,5N) - (50 - 0,5N) = 20.$$

Ответ. Величина внешнего эффекта подготовки специалиста с высшим образованием равна 20.

2. Из равенства $MPB = MSC$ число студентов, которые будут обучаться в вузах, равно:

$$50 - 0,5N = 10 + 2N \rightarrow N = 16.$$

Ответ. В вузах будет обучаться 16 тыс. студентов.

3. Из равенства $MSB = MSC$ следует, что число студентов, соответствующее максимуму общественной полезности, составит:

$$70 - 0,5N = 10 + 2N \rightarrow N = 24.$$

Ответ. Максимуму общественной полезности соответствует 24 тыс. студентов.

4. Сумма платы за обучение, обеспечивающая поступление 24 тыс. студентов, равна:

$$MPB = 50 - 0,5N = 50 - 0,5 \cdot 24 = 38.$$

Предельные затраты вуза при таком наборе составят:

$$MSC = 10 + 2N = 10 + 2 \cdot 24 = 58.$$

Величина дотации будет равна:

$$MSC - MPB \rightarrow 58 - 38 = 20.$$

Ответ. Величина платы за обучение одного студента составит 38, величина дотации на обучение одного студента – 20.

Тема 12. ИНФОРМАЦИЯ, НЕОПРЕДЕЛЕННОСТЬ И РИСК В ЭКОНОМИКЕ

1. Информация и ее роль в экономике. Причины неполноты информации. Неопределенность. Риск: отношение субъектов к риску, способы снижения риска.

2. Асимметричность информации. Рынки с асимметричной информацией. Отрицательный отбор. Роль рыночных сигналов в преодолении информационной асимметрии.

3. Моральный риск и рынок страхования. Проблема «принципал-агент».

4. Деятельность государства по регулированию асимметричности информации.

Ключевые понятия и термины

Агент (*agent*) – лицо, принимающее экономические решения и действующее по поручению принципала. К агентам в рамках фирмы относятся менеджеры, рабочие.

Асимметрия информации (*information asymmetry*) – ситуация, возникающая в процессе заключения договоров или сделок, при которой одни участники рыночной сделки располагают важной информацией, которой не обладают другие участники сделки.

Аукцион (*auction*) – форма организации купли-продажи, где ставки могут изменяться до тех пор, пока товар не будет продан по максимальной (английский аукцион) или минимальной (голландский аукцион) из предложенных цен.

Диверсификация (*diversification*) – метод, направленный на снижение риска путем распределения его между несколькими товарами таким образом, что повышение риска от покупки (или продажи) одного означает снижение риска от покупки (или продажи) другого.

Информация (*information*) – сведения, данные, значения, являющиеся объектами хранения, обработки и передачи, используемые в процессе анализа и выработки экономических решений.

Моральный риск (*moral hazard*) – поведение индивида, сознательно увеличивающего вероятность возможного ущерба в надежде, что убытки будут полностью покрыты страховой компанией.

Неблагоприятный отбор (*adverse selection*) – вытеснение с рынка качественного товара.

Нейтральный к риску (*risk neutrality*) человек – тот, который при данном ожидаемом доходе безразличен к выбору между гарантированным и рискованным результатами.

Неопределенность (*uncertainty*) – недостаток информации о вероятностных будущих событиях.

Объединение риска (*risk pooling*) – это метод, направленный на снижение риска путем превращения случайных убытков в относительно небольшие постоянные издержки. Он лежит в основе страхования.

Принципал (*principal*) – лицо, по поручению которого действует агент. В рамках фирмы принципалом выступает ее собственник.

Противник риска (*risk aversion*) – человек, который при данном ожидаемом доходе предпочтет определенный, гарантированный результат ряду неопределенных, рискованных результатов.

Распределение риска (*risk spreading*) – метод, при котором риск вероятного ущерба делится между участниками таким образом, что возможные потери каждого относительно невелики.

Риск (*hazard*) – это оцененная субъектом вероятность потерь.

Рыночные сигналы – сигналы, которые продавцы подают покупателям для информирования последних о качестве товаров.

Склонным к риску (*risk preference*) считается человек, который при данном ожидаемом доходе предпочтет связанный с риском результат гарантированному результату.

Спекуляция (*speculation*) – деятельность, выражающаяся в покупке с целью перепродажи его на том же рынке по более высокой цене через какой-то промежуток времени.

Фьючерс (*futures*) – срочный контракт о поставке к определенной в будущем дате некоторого количества товара по существующей ныне цене.

Хеджирование (*hedging*) – страхование от неблагоприятного изменения цен в момент планируемой покупки или продажи актива, характеризующегося неопределенностью цены.

Литература: [4, с. 330–353; 5, с. 322–341; 6, с. 386–419; 9, с. 333 – 349; 10, с. 671–677; 12, с. 316–350].

Темы рефератов и докладов

1. Моральный риск: отношения «наниматель – работник».
2. Рыночные сигналы как метод борьбы с асимметричной информацией.

Тесты

1. «Несовершенство» информации проявляется в:

- а) неизвестности информации для участников рынка;
- б) рациональном поведении экономических субъектов;
- в) наличии сведений о ценах, инфляции, доходах и т. д.;
- г) отсутствии ее.

2. Асимметричная информация – это информация, где:

- а) имеются недостоверные данные;
- б) содержатся различные сведения в представленном источнике;
- в) не проявляются причинно-следственные связи;
- г) одни участники обладают большим объемом информации по сравнению с другими.

3. Последствиями асимметричности информации являются:

- а) отрицательный и положительный внешние эффекты;
- б) рост цен на качественные товары;
- в) отрицательный (неблагоприятный) отбор и моральный риск;
- г) рост цен на качественные товары и снижение на менее качественные.

4. Диверсификация – это:

- а) действия, направленные на снижение риска;
- б) процедура определения стоимости портфеля ценных бумаг;
- в) процедура расчетов между операторами фондового рынка;
- г) правильных ответов нет.

5. Неопределенность в экономике порождается:

- а) желанием участников рынка передать полную информацию;
- б) желанием участников рынка передать недостоверную, ложную информацию;
- в) желанием участников рынка скрыть информацию в целях получения собственной выгоды;
- г) оценкой участниками рынка только того, что нравится им самим.

6. Страхование является прибыльной деятельностью, так как:

- а) предотвращает риск;
- б) объединяет риск большого числа клиентов;
- в) суммарные взносы по страховым полисам значительны;
- г) страховой взнос каждого клиента превышает ожидаемые убытки.

Ответы: 1. а); 2. г); 3. в); 4. а); 5. в); 6. г).

Задача. Владелец автомобиля ценой 25 тыс. у.е. застраховал его от угона на всю сумму. Вероятность угона оценивалась страховой компанией в 5 %. Затем у владельца появилось желание поменять автомобиль. Продажа автомобиля и покупка нового стоят дополнительных затрат, а халатные действия по эксплуатации автомобиля увеличивали бы вероятность угона до 60 %. Оцените ущерб страховой компании в случае морального риска и предложите меры по его снижению.

Решение. Ожидаемый ущерб от угона автомобиля равен $25 \cdot 0,05 = 1,25$ тыс. у. е. Предполагается, что владелец автомобиля предпримет элементарные действия по его сохранности. В противном случае ожидаемый ущерб составит: $25 \cdot 0,6 = 15$ тыс. у. е. Ущерб страховой компании составит: $15 - 1,25 = 13,75$ тыс. у. е. Страхование на всю сумму в 25 тыс. рублей было ошибкой страховой компании.

Ответ: 13,75 тыс. у. е.

Тема 13. ОБЩЕСТВЕННЫЕ БЛАГА

1. Чистые частные и чистые общественные блага. Свойства общественных благ. Смешанные блага.

2. Особенности спроса на общественные блага. Индивидуальный и общественный спрос на общественные блага.

3. Производство общественных благ. Эффективный объем производства общественных благ. Предложение общественных благ через кооперацию товаропроизводителей (частное предложение общественных благ) и проблема «безбилетников». Роль государства в обеспечении предложения общественных благ. Понятие общественного выбора.

Ключевые понятия и термины

Исключаемые общественные блага (*excludable public goods*) – блага, потребление которых неизбежно, но для которых издержки операции по ограничению доступа к ним потребителей низкие.

Коллективный выбор (*collective choice*) – экономические решения, применяемые через избранные политические органы.

Неизбирательность в потреблении (*nonrivalry in consumption*) – свойство товара, которое предполагает, что для данного количества товара потребление его одним потребителем не снижает доступности его для другого потребителя.

Неисключаемость при потреблении (*nonexclusivity in consumption*) – свойство товара, предполагающее, что от его потребления не

могут быть отключены те, кто не платит за этот товар.

Перегружаемые общественные блага (*congestible public goods*) – блага, которые не возбуждают конкуренции за их потребление только до определенного объема их использования.

Политические институты (*political institutions*) – правила и процедуры, которые выработались в обществе для трансформирования индивидуальных устремлений в действия правительства.

Политическое равновесие (*political equilibrium*) – соглашение по поводу количества общественных услуг, предлагаемых правительством при данном распределении доходов, правилах коллективного выбора и стоимости продукта.

Проблема «безбилетника» (*free – rider problem*) – возникает, когда потребители занижают оценку стоимости и свою оплату общественного блага в надежде получить выгоду за счет усилий и вкладов в его оплату со стороны других потребителей, заплатив цену, меньшую, чем получаемый ими предельный выигрыш.

Точка перегрузки (*point of congestion*) – число потребителей, при котором предельные издержки предоставления блага новым потребителям выше нуля.

Чистое общественное благо (*pure public good*) – товар или услуга, единицы производства которых потребляются коллективно всеми потребителями независимо от того, платили они за них или нет.

Чистое частное благо (*pure private good*) – товар, каждая единица которого может быть произведена и продана потребителям так, что принесет полезность лишь исключительно данному покупателю.

Литература: [4, с. 354–368; 5, с. 310–321; 6, с. 420–447; 7, с. 293–305; 9, с. 317–332; 10, с. 655–659; 12, с. 351–379; 15, с. 232–239, 245–246].

Темы рефератов и докладов

1. Городские улицы как пример перегружаемого блага.
2. Общие ресурсы.

Тесты

1. Чисто общественные блага – это:

- а) частные блага, производимые государством;
- б) блага, которые потребляются людьми независимо от того, платили они за них или нет;
- в) исключаемые в потреблении блага;

г) блага, производство и потребление которых не связано с криминальной деятельностью.

2. Что из нижеследующего относится к чисто общественным товарам?

- а) коммерческое телевидение;
- б) честность;
- в) теннисный клуб;
- г) фонарь на улице.

3. Определите тип такого блага, как дорога:

- а) чисто общественное благо;
- б) исключаемое общественное благо;
- в) перегружаемое общественное благо;
- г) чисто частное благо.

4. В чем разница между кривыми спроса на чисто общественное и чисто частное благо?

- а) потребители чисто частного блага не могут влиять на объем спроса;
- б) потребители чисто частного блага могут влиять на объем спроса;
- в) потребители чисто общественного блага могут влиять на объем спроса;
- г) разницы между ними нет.

5. Какое утверждение верно?

- а) чисто общественное благо в силу неисключаемости и неделимости не может быть представлено одному человеку в меньшем количестве, чем другому;
- б) чисто общественное благо в силу неисключаемости и неделимости может быть представлено одному человеку в меньшем количестве, чем другому;
- в) чисто частное благо в силу неисключаемости и неделимости не может быть представлено одному человеку в меньшем количестве, чем другому;
- г) чисто частное благо в силу исключаемости и делимости не может быть представлено одному человеку в меньшем количестве, чем другому.

6. Графически кривая совокупного спроса на чистое общественное благо получается:

- а) путем горизонтального суммирования индивидуальных кривых спроса;
- б) путем вертикального суммирования индивидуальных кривых спроса;

- в) путем горизонтального суммирования кривых предложения;
- г) нет правильных ответов.

7. Точка перегрузки – это:

- а) точка, начиная с которой происходит перепроизводство блага;
- б) точка, в которой предельные издержки предоставления услуги дополнительному потребителю становятся положительными;
- в) точка, в которой предельные издержки предоставления услуги дополнительному потребителю равны нулю;
- г) точка, начиная с которой общественные блага перестают потреблять.

8. Кто может производить чисто общественные блага?

- а) частные фирмы;
- б) правительство;
- в) клубы, ассоциации;
- г) все вышеперечисленные.

9. Проблема «безбилетника» приводит к тому, что:

- а) общественные блага предлагаются в объеме меньшем, чем эффективный;
- б) общественные блага предлагаются в объеме большем, чем эффективный;
- в) общественные блага предлагаются в объеме, равном эффективному;
- г) частные блага предлагаются в объеме большем, чем эффективный.

Ответы: 1. б); 2. г); 3. в); 4. б); 5. а); 6. б); 7. б); 8. б); 9. а).

Задача. В таблице показаны общие выгоды и общие издержки от четырех социальных программ. Какую из этих программ следует осуществить?

| Программа | Общие издержки | Общие выгоды |
|--------------------------------------------------|----------------|--------------|
| Создание столовых для малоимущих | 3 | 5 |
| Создание системы общественных работ | 7 | 9 |
| Создание рабочих мест для инвалидов | 7 | 14 |
| Приобретение нового оборудования для поликлиники | 8 | 10 |

Решение. Для выбора конкретной программы необходимо сравнить общие затраты и общие выгоды, в нашем примере следует реализовать программу по созданию рабочих мест.

Тема 14. ТЕОРИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ВЫБОРА

1. Методология анализа общественного выбора. Концепция «экономического человека». Методологический индивидуализм. Политика как обмен.

2. Модель взаимодействия политиков и избирателей. Общественный выбор при прямой демократии. Модель медианного избирателя. Общественный выбор при представительной демократии. Парадокс голосования.

3. Модель конкуренции групп давления за политическое влияние. Лоббизм. Логроллинг.

4. Модель бюрократии. Теория поиска ренты.

5. Политико-экономический цикл.

6. Проблемы эффективности государственного вмешательства в экономику.

Ключевые понятия и термины

«Бочонок с салом» (*«pork barrel»*) – классическая форма логроллинга, закон, включающий набор небольших локальных проектов.

Группы со специальными интересами (*groups with special interests*) – совокупность индивидов, для которых одни и те же мероприятия вызывают однонаправленные изменения полезности.

Лоббизм (*lobbying*) – влияние групп избирателей с особыми интересами на представителей власти (законодательной или исполнительной) с целью принятия выгодного для этой группы решения.

Логроллинг (*logrolling*) – практика взаимной поддержки законодательных инициатив путем обмена голосами.

Модель медианного избирателя (*median voter model*) – модель, характеризующая существующую в рамках прямой демократии тенденцию, согласно которой принятие решений осуществляется в соответствии с интересами избирателя-центриста (человека, занимающего место в середине шкалы интересов данного общества).

Парадокс голосования (*paradox of voting*) – ситуация, возникающая в случаях, когда голосование, основанное на принципе боль-

шинства, не обеспечивает выявления действительных предпочтений общества.

Поиск политической ренты (*political rent seeking*) – политическая деятельность, направленная на получение рентных доходов.

Политический деловой (политико-экономический) цикл (*political business cycle*) – ускорение темпов экономического роста перед выборами, сменяющееся снижением его темпов после выборов.

Правило большинства (*majority rule*) – правило политического выбора, согласно которому выбор осуществляется на основе предпочтений большинства голосующих. В этом случае принятые решения отличаются неравенством и неэффективностью.

Правило единогласия (*unanimity rule*) – правило голосования, согласно которому решение принимается только в том случае, если за него проголосуют все участвующие в голосовании. В этом случае учитываются предпочтения и мнения всех членов общества.

Представительная демократия (*representative democracy*) – политическая система, при которой население выбирает только политических руководителей государства, осуществляющих управление страной в интересах избирателей.

«Провалы» (фиаско) государства (правительства) (*government failure*) – случаи, когда государство (правительство) не способно обеспечить эффективное распределение и использование общественных ресурсов в соответствии с принятым в обществе представлением о справедливости.

Прямая демократия (*direct democracy*) – политическое устройство общества, при котором все решения принимаются путем голосования всех членов общества.

Рациональное неведение (*rational ignorance*) – ситуация, когда избиратели не видят пользы от участия в политическом процессе.

Теория общественного выбора (*public choice theory*) – раздел экономической науки, изучающий закономерности выбора путей деятельности правительства в области экономики и то, каким образом осуществляется этот выбор под давлением демократической системы.

Экономика бюрократии (*economics bureaucracy*) – система организаций, удовлетворяющая как минимум двум критериям: во-первых, она не производит экономические блага, имеющие ценностную оценку, и, во-вторых, часть своих доходов она извлекает

из источников, не связанных с продажей результатов своей деятельности.

Литература: [1, с. 17–38; 4, с. 369–390; 5, с. 342–361; 6, с. 448–467; 7, с. 306–313; 9, с. 374 – 392; 10, с. 679–687; 12, с. 380–410].

Темы рефератов и докладов

1. Манипулирование голосами: теорема о невозможности Эрроу.
2. Новая политическая экономия Джеймса Бьюкенена.

Тесты

1. К основным сферам анализа теории общественного выбора относятся:

- а) спрос, предложение, рыночное регулирование;
- б) избирательный процесс, деятельность депутатов, теория бюрократии, политика регулирования;
- в) эффективность общественного производства;
- г) культура, наука, образование, здравоохранение.

2. Теория общественного выбора предполагает, что действия и выбор людей, выполняющих государственные обязанности, определяются:

- а) национальными традициями политической жизни;
- б) заботой об общественном благе;
- в) их собственными интересами;
- г) советами политических консультантов.

3. Политическая рента – это:

- а) политическая карьера, которую могут делать богатые люди, используя свое личное богатство и экономическое влияние;
- б) экономическая выгода, полученная при использовании политического процесса;
- в) денежный доход, получаемый депутатом;
- г) нет правильного ответа.

4. Лоббизм – это:

- а) процесс влияния групп с «особыми интересами» на принятие решений законодателей;
- б) взаимная поддержка депутатов путем обмена голосов при принятии законодательных решений;
- в) процесс регулирования рынка государственными структурами;

г) все ответы правильны.

5. К причинам несостоятельности государственного регулирования экономики (с позиций теории общественного выбора) относятся:

- а) отсутствие механизмов стимулирования труда;
- б) редкость и ограниченность природных ресурсов;
- в) наличие демократических основ управления;
- г) несовершенство политического процесса, ограниченный контроль над бюрократией, растянутасть во времени процессов принятия и реализации политических решений.

6. В эффekte «бочонка с салом» следует считать «салом»:

- а) наказания избирателей депутатам;
- б) постановления правительства;
- в) указы президента;
- г) предложения, удовлетворяющие интересы отдельных групп депутатов.

7. Медианный избиратель – это избиратель, который:

- а) голосует только за депутатов центристской партии;
- б) обладает средними умственными данными;
- в) одинаково симпатизирует всем политическим партиям;
- г) имеет интересы, лежащие в середине шкалы интересов данного общества.

8. Логроллинг – это:

- а) принцип проведения парламентских слушаний по вопросам национальной безопасности;
- б) принцип, ограничивающий деятельность депутатов по разработке определенных законов;
- в) практика взаимной поддержки депутатов путем «торговли» голосами;
- г) все ответы правильные.

9. К несовершенствам политического процесса можно отнести:

- а) лоббизм;
- б) логроллинг;
- в) поиск политической ренты;
- г) все ответы верны.

Ответы: 1. б); 2. в); 3. б); 4. а); 5. г); 6. г); 7. г); 8. в); 9. г).

Задача. Три жильца маленькой улицы Андрей, Борис и Виктор решили украсить ее цветочными клумбами. Вопрос о количестве клумб жители будут решать голосованием по принципу простого большинства. Стоимость каждой клумбы составляет 300 ден. единиц. Известно, что от установки клумбы Андрей получает 20 % общей выгоды, Борис – 30 %, а Виктор – 50 %. В таблице указано, как будет изменяться общая выгода при увеличении количества клумб.

| Количество клумб | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
|------------------------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Общая выгода, ден. ед. | 1 100 | 2 100 | 3 000 | 3800 | 4 500 | 5 100 | 5 600 | 6 000 | 6 300 | 6 500 |

1. Сколько клумб будет решено установить при равном участии в оплате расходов?

2. Сколько клумб будет решено установить, если оплата расходов будет осуществляться пропорционально размеру получаемой выгоды?

Решение. При равном участии в оплате расходов установка каждой дополнительной клумбы будет стоить для Андрея, Бориса и Виктора по 100 ден. единиц. Голосование будет идти до тех пор, пока хотя бы у двух жителей предельные выгоды будут превышать предельные затраты. Соответственно выбор остановится на двух клумбах, потому что при продолжении голосования за установку трех клумб предельные затраты Бориса и Виктора будут превышать предельные выгоды, и они проголосуют против.

Когда жители оплачивают расходы пропорционально размеру получаемой выгоды, предельные затраты по установке каждой дополнительной клумбы будут составлять для Андрея 150 ден. единиц, для Бориса – 90, для Виктора – 60. Аналогично предыдущей ситуации голосование будет идти до тех пор, пока хотя бы у двух жителей предельные выгоды будут превышать предельные затраты. В данном случае при голосовании выбор остановится на девяти клумбах, когда предельные выгоды каждого жителя равны предельным затратам. Этот случай представляет собой идеальный пример общественных выборов, когда происходит наиболее полное удовлетворение интересов каждого члена.

Ответ: 1) 2 клумбы; 2) 9 клумб.

| Кол-во клуб | Предельная общественная выгода (MSB) | Предельная частная выгода (MPB) | Личная предельная выгода | | |
|-------------|--------------------------------------|---------------------------------|--------------------------|--------------|---------------|
| | | | Андрея, 50 % | Бориса, 30 % | Виктора, 20 % |
| 1 | 1 100 | – | – | – | – |
| 2 | 2 100 | 1000 | 500 | 300 | 200 |
| 3 | 3 000 | 900 | 450 | 270 | 180 |
| 4 | 3 800 | 800 | 400 | 240 | 160 |
| 5 | 4 500 | 700 | 350 | 210 | 140 |
| 6 | 5 100 | 600 | 300 | 180 | 120 |
| 7 | 5 600 | 500 | 250 | 150 | 100 |
| 8 | 6 000 | 400 | 200 | 120 | 80 |
| 9 | 6 300 | 300 | 150 | 90 | 60 |
| 10 | 6 500 | 200 | 100 | 60 | 40 |

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

Законодательные и нормативные акты

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями, принятыми на республиканских референдумах 24 ноября 1996 года и 17 октября 2004 года). – 3-е изд., стер. – Минск: Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2008. – 64 с.
2. Гражданский кодекс Республики Беларусь: принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г.; одобрен Советом Республики 19 нояб. 1998 г. (с изменениями и дополнениями по сост. на 1 сент. 2008 г.). – 6-е изд., с изм. и доп. – Минск: Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь, 2008. – 653 с.
3. Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 г. / Национальная комиссия по устойчивому развитию Республики Беларусь; редкол.: Я. М. Александрович [и др.]. – Минск: Юнипак, 2004. – 202 с.

Основной

4. Микроэкономика: учеб. пособие / А. В. Бондарь [и др.]; под ред. А. В. Бондаря, В. А. Воробьева. – 2-е изд. – Минск: БГЭУ, 2009. – 415 с.
5. Микроэкономика: учеб. пособие / С. А. Константинов [и др.]; под ред. С. А. Константинова [и др.]. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. – 368 с.
6. Курс микроэкономики: учебник / Р. М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – М.: НОРМА, 2009. – 560 с.
7. Тарануха, Ю. В. Микроэкономика: учебник / Ю. В. Тарануха, Д. Н. Земляков. – 3-е изд., – М.: КноРус, 2016. – 320 с.

Дополнительный

8. Гальперин, В. М. Микроэкономика: учебник: в 3 т. / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов; общ. ред. В. М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа ГУ ВШЭ: Экономикус: ОМЕГА-Л, 2008. – Т. 1. – 348 с. – Т. 2. – 503 с. – Т. 3. – 171 с.
9. Лемешевский, И. М. Микроэкономика: основы микроанализа и белорусская практика: учеб. пособие / И. М. Лемешевский. – 5-е изд., перераб. – Минск: ФУАинформ, 2013. – 400 с.
10. Макконнелл, К. Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник: пер. с англ. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – 17-е изд. – М.: ИНФРА-М, 2009. – 915 с.
11. Микроэкономика: практический подход (*Managerial Economics*): учебник для студентов вузов, обуч. по спец. «Финансы и кредит», «Бух. учет, анализ и аудит», «Мировая экономика», «Налоги и налогообложение» / рук. авт. кол. А. Ю. Юданов [и др.]; под ред. А. Г. Грязновой, А. Ю. Юданова; Финансовая академия при Правительстве РФ. – Изд. 3-е, стер. – М.: КноРус, 2007. – 660 с.
12. Микроэкономика: учебник / И. В. Новикова [и др.]; под ред. И. В. Новиковой, Ю. М. Ясинского. – Минск: ТетраСистемс, 2010. – 448 с.
13. Микроэкономика: учеб. пособие / В. А. Воробьев [и др.]; под ред. В. А. Воробьева. – Минск: БГЭУ, 2011. – 239 с.
14. Самуэльсон, П. Э. Микроэкономика: пер. с англ. / П. Э. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус. – 18-е изд. – М.; СПб.; Киев: Вильямс, 2008. – 744 с.

15. Тарасевич, Л. С. Микроэкономика: учебник / Л. С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леуский; Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮРАЙТ, 2009. – 540 с.
16. Шимов, В. Н. Экономическое развитие Беларуси на рубеже веков: проблемы, итоги, перспективы: монография / В. Н. Шимов. – 2-е изд. – Минск: БГЭУ, 2003. – 229 с.

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Введение | 3 |
| Тема 1. Введение в микроэкономику | 8 |
| Тема 2. Теория поведения потребителя | 12 |
| Тема 3. Рыночное поведение конкурентных фирм | 17 |
| Тема 4. Чистая монополия | 23 |
| Тема 5. Монополистическая конкуренция | 27 |
| Тема 6. Олигополия | 30 |
| Тема 7. Рынки производственных ресурсов. Рынок труда | 38 |
| Тема 8. Рынок капитала. Предпринимательская способность и экономическая прибыль | 43 |
| Тема 9. Рынок земли | 48 |
| Тема 10. Общее равновесие и общественное благосостояние | 51 |
| Тема 11. Внешние эффекты | 56 |
| Тема 12. Информация, неопределенность и риск в экономике | 62 |
| Тема 13. Общественные блага | 65 |
| Тема 14. Теория общественного выбора | 69 |
| Библиографический список | 75 |

Учебное издание

Константинов Сергей Александрович
Эйсмонт Ирина Тихоновна

МИКРОЭКОНОМИКА

Методические указания по изучению дисциплины
и самостоятельной работы

Редактор *Е. Г. Бутова*
Технический редактор *Н. Л. Якубовская*
Корректор *Л. С. Разинкевич*

Подписано в печать 30.08.2017. Формат 60×84 ¹/₁₆. Бумага офсетная.
Ризография. Гарнитура «Таймс». Усл. печ. л. 4,65. Уч.-изд. л. 3,63.
Тираж 75 экз. Заказ .

УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия».
Свидетельство о ГРИИРПИ № 1/52 от 09.10.2013.
Ул. Мичурина, 13, 213407, г. Горки.

Отпечатано в УО «Белорусская государственная сельскохозяйственная академия».
Ул. Мичурина, 5, 213407, г. Горки.