

**МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

---

**ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И КАДРОВ**

---

**УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»**

---

---

**Кафедра экономической теории**

# **МИКРОЭКОНОМИКА**

**МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ**

**Для студентов экономических специальностей заочного обучения**

**Горки 2014**

МИНИСТЕРСТВО СЕЛЬСКОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ПРОДОВОЛЬСТВИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

---

ГЛАВНОЕ УПРАВЛЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И КАДРОВ

---

УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«БЕЛОРУССКАЯ ГОСУДАРСТВЕННАЯ  
СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННАЯ АКАДЕМИЯ»

---

---

Кафедра экономической теории

# МИКРОЭКОНОМИКА

МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ  
ДЛЯ ВЫПОЛНЕНИЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

Для студентов экономических специальностей заочного обучения

Горки 2014

Рекомендовано методической комиссией факультета экономики и права заочного отделения \_\_\_\_ 2014 (протокол № \_\_)

Составили: С.А.КОНСТАНТИНОВ, И.Т. Эйсмонт

УДК 330 (072)

**Микроэкономика:** Методические указания для выполнения контрольной работы / С.А. Константинов, И.Т. Эйсмонт; Белорусская государственная сельскохозяйственная академия. – Горки, 2014. – 62 с.

Приведены перечень вопросов по микроэкономике, литература и методические указания по организации самостоятельной работы студентов-заочников экономических специальностей при подготовке к выполнению контрольных работ по микроэкономике.  
Библиогр. 15.

Рецензенты:

Зав. кафедрой экономики и управления предприятиями АПК БГЭУ,  
доктор экономических наук, профессор М.К.Жудро;

Зав. кафедрой управления БГСХА,  
кандидат экономических наук, доцент С.И.Некрасевич

© Составление. С.А. Константинов, И.Т.Эйсмонт,  
2014

© Учреждение образования  
«Белорусская государственная  
сельскохозяйственная академия», 2014

## 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. Поэтому изучение дисциплины «Микроэкономика» будет способствовать созданию высокоэффективной экономики.

Микроэкономика – составная часть экономической теории, изучающая закономерности, присущие относительно небольшим структурным звеньям экономики: предприятиям, домашним хозяйствам, отраслям, рынкам конкретных производственных ресурсов и т.д.

Предметом микроэкономики являются: экономические отношения, связанные с эффективным использованием ограниченных ресурсов; принятие решений отдельными субъектами экономики в условиях экономического выбора.

Основными проблемами микроэкономики являются:

- цены, объемы выпуска и потребления конкретных благ;
- состояние отдельных рынков;
- распределение ресурсов между альтернативными целями.

Современная микроэкономика состоит из четырех частей. Первая часть посвящена анализу закономерностей образования потребительского спроса. В этой части используется теория предельной полезности. Во второй части анализируется предложение с точки зрения поведения отдельной фирмы и формирование ее издержек в конкретных рыночных условиях. Третья часть посвящена анализу спроса и предложения на различных рынках (рынков совершенной и несовершенной конкуренции), четвертая часть – теории распределения: анализируются рынки и проблемы ценообразования на факторы производства, проблемы фиаско (провалов) рынка.

Микроэкономическая теория лежит в основе разработки микроэкономической политики, которая определяется государством.

Дисциплина относится к циклу специальных дисциплин, осваиваемых студентами специальности 1-74 01 01 – Экономика и организация в отраслях агропромышленного комплекса, 1–25 01 07 – Экономика и управление на предприятии, 1–25 01 10 – Коммерческая деятельность, 1 – 25 01 08 – Бухучет, анализ и аудит, 1– 25 01 04 – Финансы и кредит; 1–26 02 03 – Маркетинг

По данному курсу студент должен выполнить аудиторную контрольную работу и сдать экзамен. Аудиторное контрольное тестирование может проводится в форме письменного или компьютерного тестирования. При компьютерном тестировании может использоваться программа «Testing».

Контрольная работа по микроэкономике для студентов заочной формы обучения является формой промежуточного контроля знаний и проводится с целью проверки и оценки степени усвоения учебного материала при самостоятельной работе студентов в межсессионный период и умения применять приобретённые знания при решении практических вопросов. Контрольная работа проводится в форме аудиторного контрольного тестирования (далее – АКТ) в период лабораторно-экзаменационной сессии. АКТ проводится в форме письменного или компьютерного тестирования.

Студент после получения на установочных занятиях методических указаний по подготовке и выполнению контрольной работы изучает материал дисциплины в межсессионный период и проходит АКТ в начале лабораторно-экзаменационной сессии. Студент допускается к сдаче контрольной работы при предъявлении зачётной книжки. Последним днём пересдачи контрольной работы является последний день сессии.

Вопросы АКТ охватывают 50 % изучаемого материала.

Формой контроля знаний студентов при выполнении контрольной работы является зачёт. Результаты зачёта оцениваются отметками «зачтено» и «не зачтено». Отметка «зачтено» выставляется студенту при наличии в его работе 75 % и более правильных ответов на вопросы задания. В ином случае выставляется оценка «не зачтено».

Выполнение работы требует от студента не только глубокого изучения основной литературы по предложенным вопросам, но и умения увязывать теорию с хозяйственной практикой, делать обобщения и выводы.

## ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН ПО ВЫПОЛНЕНИЮ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

- Тема 1. Введение в микроэкономику
- Тема 2. Теория поведения потребителя
- Тема 3. Рыночное поведение конкурентных фирм
- Тема 4. Чистая монополия
- Тема 5. Монополистическая конкуренция
- Тема 6. Олигополия
- Тема 7. Рынки производственных ресурсов. Рынок труда

### Тема 1. ВВЕДЕНИЕ В МИКРОЭКОНОМИКУ

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

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

**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*) – проблема, 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 непродуцированной 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 (такие, как объем готовой продукции) или суммы денег (такие, как 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 экономического 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.

## **Тема 2. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

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

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

Бюджетные ограничения. Бюджетная линия потребителя, ее свойства.

Графическая интерпретация равновесия потребителя.

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



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

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.

**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 изменения 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 покупательской способности денежного 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.

### **Тема 3. РЫНОЧНОЕ ПОВЕДЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ФИРМ**

Типы конкуренции и основные рыночные структуры в современной экономике.

Совершенная конкуренция и ее основные черты. Спрос на продукт и предельный доход совершенного конкурента. Равновесие фирмы-совершенного конкурента в краткосрочном периоде (максимизация прибыли, минимизация убытков). Два подхода к анализу: принцип сопоставления общего дохода с общими издержками, принцип сопоставления предельного дохода с предельными издержками. Предельные издержки и кривая предложения фирмы в краткосрочном периоде. Отраслевое предложение в краткосрочном периоде.

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

Совершенная конкуренция и эффективность.

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

**Безубыточность фирм** (breakeven point) – состояние устойчивого 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 выгодное условие 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, когда существует много продавцов, предлагающих товары, которые являются 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 монопольно высокие цены и получать монопольную 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 следовательно, и 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 следовательно, и на кривую издержек производства.

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

**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.

#### **Тема 4. ЧИСТАЯ МОНОПОЛИЯ**

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

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

Равновесие чистой монополии в долгосрочном периоде.

Ценовая дискриминация: условия, формы, последствия.

Чистая монополия и эффективность.

Экономические последствия монополии. Регулирование естественной монополии.

**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** (от греч. *μονο* – один и *πωλέω* – продаю) – 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.

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

**Фирма-монополист** (*Monopolistic company*) – 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. Обязательными условиями ценовой дискриминации являются отсутствие у покупателей возможности перепродажи продукта.

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

## **Тема 5. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ**

Монополистическая конкуренция и ее основные черты.

Равновесие фирмы-монополистического конкурента в краткосрочном периоде (максимизация прибыли, минимизация убытков).

Равновесие фирмы-монополистического конкурента в долгосрочном периоде. Безубыточность фирм.

Монополистическая конкуренция и эффективность. Избыточные производственные мощности.

Неценовая конкуренция. Дифференциация и усовершенствование продукта. Реклама. Издержки неценовой конкуренции.

**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 физическим или иным параметрам отличается от аналогичных продуктов, производимых другими фирмами; продукт, который подобен, но не идентичен другим продуктам, а следовательно не является их полным заменителем; продукт, который покупатели предпочитают покупать у одного продавца, несмотря на то, что цены у всех продавцов одинаковы.

## Тема 6. ОЛИГОПОЛИЯ

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

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

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

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

Олигополия и эффективность.

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

Антимонопольное законодательство и антимонопольное регулирование: зарубежный опыт и особенности в Республике Беларусь.

**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, duopsony) – 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.

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

**Индекс Херфиндаля, или Индекс Херфиндаля – Хиршмана**, (Herfindahl-Hirschman index) (также известен, как Индекс Герфиндаля – Гиршмана) 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  $S_1, S_2$  – выраженные в процентах доли продаж фирм в отрасли, определяемые как отношение объема продаж фирмы к объему всех продаж отрасли

**Индекс Лернера** (Lerner's index) – коэффициент превышения монопольной 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. Имеет место в том случае, когда фирма полагает, что при снижении цены на ее продукцию все соперники сделают то же самое, 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 сохранят текущий уровень производства. Разработана А. Курно в 1838г.

**Модель кооперативной количественной олигополии** (cooperative oligopoly model) – это модель картеля, преследующего цель максимизации 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 получить больше прибыли, чем дуополисту 2 (или максимизировать ее), тогда как последователь получает оставшуюся часть рынка, не всегда удовлетворяющую его.

**Модель ценового лидерства Форхаймера** – это модель рынка доминирующего предприятия с конкурентным окружением и закрытым входом, описывающая кооперативную ценовую последовательную игру олигополистов. Предполагается, что есть фирма-лидер, доминирующая в отрасли вследствие более низких издержек производства и большего размера, по сравнению с фирмами конкурентного окружения, которые являются ценополучателями.

**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 конкурирующих фирм 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 решения 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 сговор, который в настоящее время является незаконным в большинстве стран, 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 реакция.

**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.

## **Тема 7. РЫНКИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ. РЫНОК ТРУДА**

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.

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

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

Зарботная плата. Номинальная и реальная зарботная плата. Формы и системы зарботной платы. Дифференциация зарботной платы и ее причины. Минимальная зарботная плата.

Особенности функционирования рынка труда в Республике Беларусь.

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

**Выравнивающие различия в оплате труда** (compensating differences) – различия в размерах зарботной платы, которые устанавливаются рабочим разных профессий для компенсации неденежных различий в условиях труда.

**Двусторонняя монополия** (bilateral monopoly) – рынок, на котором единственному продавцу (монополии) противостоит единственный покупатель (монополия).

**Дискриминация в оплате труда** (wage discrimination) – установление для чернокожих (или других меньшинств) более низкой, чем для белых, зарботной 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 большего числа рабочих – не членов профсоюза 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) = **денежная заработная плата** (money 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.

**Эффективный уровень оплаты** (efficiency wage) – уровень оплаты труда, который позволяет минимизировать расходы на оплату труда на единицу выпуска.

## ПРИМЕРНЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ КОНТРОЛЬНОЙ РАБОТЫ

### Тема 1. ВВЕДЕНИЕ В МИКРОЭКОНОМИКУ

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

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

2. Что из перечисленного изучает микроэкономист?

- а) производство в масштабе всей экономики;
- б) численность занятых в народном хозяйстве;
- в) общий уровень цен;
- г) производство сахара и динамику его цены.**

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

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

4. Позитивная микроэкономика изучает:

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

5. Основное значение экономической науки состоит в том, что она:

- а) помогает предпринимателям вести успешный бизнес;
- б) дает ученым возможности реализовать свои способности;
- в) показывает пути наилучшей организации общества для удовлетворения потребностей людей;**
- г) раскрывает человеку истинные мотивы его поведения.

6. Какая из перечисленных задач является основной для экономической системы:

- а) определить технические условия производства;
- б) ликвидировать инфляцию и безработицу;
- в) установить справедливое общественное устройство;
- г) скоординировать действия отдельных экономических субъектов.**

7. Противоположностью метода анализа является:

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

8. 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.
9. Противоположностью метода дедукции является:  
 а) синтез; б) гипотеза; **в) индукция;** г) анализ.
10. Синтез – это метод исследования заключающийся в:  
 а) **обобщении данных, добытых анализом;**  
 б) мысленном отвлечении от несущественных сторон;  
 в) разложении целого на составные элементы;  
 г) умозаключении от общего к частному.
11. Экономическая модель не является:  
 а) инструментом для экономических прогнозов;  
 б) **комплексом экономических принципов;**  
 в) объяснением, как функционирует экономика;  
 г) идеальным типом экономики или политики.
12. Если утверждается, что две экономические цели взаимоисключают друг друга, то это означает:  
 а) **невозможность одновременного достижения обеих целей;**  
 б) отрицание их в качестве целей, которые должны быть реализованы в определенной стране;  
 в) что реализация одной рассматривается как результат достижения другой;  
 г) что эти цели имеют количественное выражение.
13. Использование допущений в экономическом анализе:  
 а) изменяет внутреннюю логику теории или модели;  
 б) **облегчает решение проблемы;**  
 в) делает модель более реалистичной;  
 г) увеличивает число вопросов, которые должны быть включены в анализ.
14. 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.
15. 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.

16. 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.**

17. К методам микроэкономического анализа не относятся:

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

18. Строя модели, экономисты:

- а) разрабатывают предположения, которые упрощают ситуацию;**
- б) включают всю имеющуюся информацию;
- в) должны использовать математические модели;
- г) стараются дублировать реальный мир.
- д) разрабатывают предположения, которые усложняют ситуацию.

19. Микроэкономика:

- а) оперирует совокупными или общими уровнями доходов, занятости и производства;
- б) подробно исследует отдельных экономических субъектов, которые представляют экономическую систему;**
- в) изучает детальную информацию об отдельных сегментах экономической системы;
- г) базируется на широком подходе;
- д) изучает экономику предприятий.

20. Какими двумя основными причинами можно объяснить существование экономических проблем?

- а) влиянием государства на экономику и ростом населения Земли;
- б) загрязнением окружающей среды и существованием транснациональных корпораций;
- в) наличием безработицы и инфляции;
- г) **неограниченностью желаний людей и ограниченностью ресурсов.**
- д) ограниченность ресурсов для реализации капитальных вложений.

## Тема 2. ТЕОРИЯ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЯ

1. Параллельный сдвиг линии бюджетного ограничения вправо связан с:

- а) **ростом дохода;**
- б) падением дохода;
- в) увеличением полезности;
- г) ростом спроса.

2. Какой из следующих перечней значений предельной полезности иллюстрирует закон убывающей предельной полезности:

- а) 200, 300, 400, 500;
- б) 200, 450, 750, 1100;
- в) 200, 400, 1600, 9600;
- г) **200, 180, 150, 110.**

3. Какой ряд значений общей полезности иллюстрирует закон убывающей предельной полезности:

- а) **10, 18, 25, 31;**
- б) 10, 18, 28, 38;
- в) 10, 18, 24, 30;
- г) 10, 18, 22, 34.

4. Утверждение, которое говорит о том, что полезность, приносимая каждой последующей единицей товара, убывает по мере увеличения количества приобретаемых товаров – это закон:

- а) спроса;
- б) полезности;
- в) **убывающей предельной полезности;**
- г) рынка.

5. Потребительское равновесие на карте кривых безразличия – это:

- а) любое пересечение бюджетной линии и кривой безразличия;

б) любая точка на самой высокой из кривых безразличия;  
**в) та точка, в которой наклон бюджетной линии равен наклону касательной к ней кривой безразличия;**

г) любая точка, расположенная на бюджетной линии.

6. Какое из следующих утверждений является неверным:

а) каждая точка на кривой безразличия означает комбинацию товаров;

б) каждая точка на кривой безразличия означает комбинацию двух товаров;

в) все точки на кривой безразличия означают одинаковый уровень полезности;

**г) все точки на бюджетной линии означают одинаковый уровень полезности.**

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

а) необходимость;

б) желание;

**в) полезность;**

г) спрос.

8. Полезность каждой дополнительной единицы потребленного блага:

**а) предельная полезность;**

б) предельные издержки;

в) предельный доход;

г) предельная производительность.

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

а) линия бюджетного ограничения;

**б) кривая безразличия;**

в) изокоста;

г) кривая средних издержек.

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

а) кривая безразличия;

**б) линия бюджетного ограничения;**

в) кривая «цена – потребление»;

г) изокванта.

11. Ординалистский (порядковый) подход к анализу полезности отличается от кардиналистского (количественный) тем, что:

- а) основан на количественном измерении полезности;
- б) не рассматривает субъективные предпочтения;

**в) основан на сравнимости и упорядоченности (ранжированности) товарных наборов по их предпочтительности;**

- г) не использует оптимизационных моделей;
- д) все ответы верны.

12. 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.

13. 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.

14. 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 возрастает;

д) все ответы верны.

15. Бюджетная линия показывает:

а) различные комбинации двух благ, которые потребитель может приобрести за равный доход;

**б) различные комбинации двух благ, один 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.

16. 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.

17. Если изменяется цена только на одно из благ, то бюджетная линия:

а) сдвигается параллельно вправо;

б) сдвигается параллельно влево;

в) **сдвигается только по одной из осей;**

г) остается в том же положении;

д) верны ответы а и б.

18. Точки правее бюджетной линии показывают, что:

а) доход тратится полностью;

б) **данные товары недоступны при данном доходе;**

в) доход тратится неполностью;

г) данные товары не представляют интереса для потребителя;

д) потребитель отдает предпочтение другим товарам.

19. 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.

20. Теория потребительского поведения предполагает, что потребитель стремится максимизировать :

а) предельную полезность;

б) **общую полезность;**

в) взвешенную полезность;

г) общую и предельную полезность;

д) каждую из перечисленных величин.

21. Кривая «цена – потребление» показывает последовательное изменение положения равновесия потребителя в соответствии:

- а) с изменением цены только на одно из благ;
- б) с изменением цен на оба блага;
- в) с равномерным изменением дохода;
- г) с неравномерным изменением дохода;
- д) с изменением цены на одно из благ и изменением дохода.

22. Кривая «доход – потребление» показывает последовательное изменение положения равновесия потребителя в соответствии:

- а) с изменением его дохода при неизменных ценах;
- б) с равномерным изменением цены только на одно из благ;
- в) с изменением цены на одно из благ и изменением дохода;
- г) с изменением цен на оба блага в одинаковых пропорциях;
- д) с изменением цен на оба блага в разных пропорциях.

23. Эффект замещения – это увеличение величины спроса на благо, вызванное:

- а) изменением общего уровня цен на все товары;
- б) изменением во вкусах потребителя, предпочитающего покупать товары-заменители;

**в) уменьшением цены на данное благо при неизменных ценах на другие и неизменном реальном доходе;**

г) изменением реального дохода при неизменных относительных ценах;

- д) все ответы верны.

24. Эффект дохода – это увеличение величины спроса на благо, вызванное:

**а) изменением реального дохода при неизменных относительных ценах;**

- б) с изменением общего уровня цен на все товары;

в) изменением дохода потребителя, вызванное снижением цены на приобретаемое благо;

г) уменьшением цены на данное благо при неизменных ценах на другие и при неизменном реальном доходе;

д) изменением дохода потребителя, вызванное увеличением цены на приобретаемое благо.

25. Теория поведения потребителя предполагает, что потребитель стремится максимизировать:

- а) разницу между общей и предельной полезностью;

**б) общую полезность;**

- в) среднюю полезность;
  - г) взвешенную полезность;
  - д) предельную полезность.
26. 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 потреблённого количества блага;
  - г) удовлетворение, которое человек получает от каждой последующей единицы блага;
  - д) нет верного ответа.
27. Величина предельной полезности:
- а) снижается по мере наращивания объемов потребления;**
  - б) растет по мере увеличения объемов потребления;
  - в) не зависит от количества потребляемого блага;
  - г) то растет, то снижается
  - д) зависит от уровня дохода.
28. 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 1;
  - д) предельная полезность равна предельным издержкам.
29. Графическое изображение равновесия потребителя представляет:
- а) любое пересечение кривой безразличия и бюджетной линии;
  - б) любую точку, расположенную на бюджетной линии;
  - в) точку, в которой наклон бюджетной линии равен наклону касающейся ее кривой безразличия;**
  - г) любую точку, расположенную вне кривой безразличия;
  - д) любую точку, расположенную на кривой безразличия.
30. Эффект замещения – это изменение спроса на товар, вызванный:
- а) изменением общего уровня цен в стране;
  - б) изменением цены товара-заменителя;**
  - в) изменением дохода потребителя;
  - г) уменьшением количества покупателей на рынке;
  - д) нет верного ответа.



### Тема 3. РЫНОЧНОЕ ПОВЕДЕНИЕ КОНКУРЕНТНЫХ ФИРМ

1. Признак, который не относится к условиям совершенной конкуренции:

- а) множество продавцов и покупателей продукта;
- б) фирма самостоятельно устанавливает цены;**
- 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. Наиболее близко соответствует условиям совершенной конкуренции один из следующих рынков:

- а) акций и облигаций фирм;**
- б) телефонная связь;
- в) автомобилей;
- г) бензина.

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) линия 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 объём 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.**

15. Один из следующих признаков не относится к условиям совершенной конкуренции:

- а) множество продавцов и покупателей продукта;
- б) **фирма самостоятельно устанавливает цены;**
- в) однородность продукции;
- г) высокая степень информированности;
- д) свободный вход и выход других фирм на рынок данного

продукта.

16. Понятие совершенной конкуренции предполагает, что:

а) в отрасли действует большое число производителей товаров, выпускающих неоднородную продукцию;

б) **товары, выпускаемые большим количеством фирм, стандартизованы;**

в) имеется только один производитель данной продукции;

г) отсутствуют входные барьеры на рынок;

д) информация продавцов и покупателей на рынке существенно ограничена.

17. Кривая спроса для фирмы в условиях совершенной конкуренции совпадает с:

а) **кривыми предельной и средней выручки;**

б) кривой общей выручки;

в) кривой общих затрат;

г) кривой предельных затрат;

д) кривой средних затрат.

18. Линия спроса на продукцию отдельной фирмы в условиях совершенной конкуренции:

а) имеет отрицательный наклон;

б) имеет положительный наклон;

в) параллельна оси абсцисс;

г) **параллельна оси ординат;**

д) нет правильного ответа.

19. Определите, как изменяется предельный доход конкурентной фирмы по мере роста объемов продажи:

а) **не изменяется;**

б) возрастает;

- в) снижение быстрее цены;
  - г) снижение медленнее цены;
  - д) изменяется незначительно.
20. При равновесии наиболее эффективное распределение ресурсов обеспечивает:
- а) монополия;
  - б) олигополия;
  - в) совершенная конкуренция;**
  - г) монополистическая конкуренция;
  - д) монополия.
21. 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;
  - д) цена продукта больше или равна предельному доходу.
22. Кривая предельного дохода конкурентной фирмы:
- а) имеет отрицательный наклон;
  - б) совпадает с кривой спроса фирмы;**
  - в) имеет положительный наклон;
  - г) горизонтальная линия при заданном уровне цены;
  - д) зависит от финансового состояния фирмы.
23. 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) при максимальных средних издержках;
  - д) минимальных валовых издержках.
24. 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 постоянных издержек;
  - г) равна величине переменных издержек;
  - д) верного ответа нет.
25. Конкурентная фирма должна остановить производство, если:
- а) общий доход меньше совокупных издержек;
  - б) цена продукта ниже средних общих издержек;**

- в) общий доход больше совокупных издержек;
  - г) **цена продукта ниже средних переменных издержек;**
  - д) верного ответа нет.
26. Кривая предложения конкурентной фирмы:
- 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) совпадает с кривой средних издержек;
  - д) линия цены товара.
27. Конкурентная фирма в долгосрочном равновесии получает:
- а) положительную экономическую прибыль;
  - б) бухгалтерскую прибыль;
  - в) **нулевую экономическую прибыль;**
  - г) предельную прибыль;
  - д) не получает прибыли.
28. В долгосрочном периоде конкурентная фирма выбирает объем выпуска продукции, при котором:
- а) цена равна предельным издержкам;
  - б) **цена равна минимальным средним валовым издержкам;**
  - в) цена равна предельному доходу;
  - г) прибыль минимальна;
  - д) прибыль максимальна.
29. Конкурентный рыночный механизм – это способ:
- а) согласования решений потребителей, производителей и владельцев факторов производства;
  - б) синхронизации этих решений;
  - в) **согласования и синхронизации этих решений;**
  - г) ни синхронизации, ни согласования этих решений;
  - д) взаимодействия потребителей и производителей.
30. **Конкуренция :**
- а) способствует производству необходимых обществу товаров;
  - б) способствует улучшению экологической ситуации в стране;
  - в) создает условия для снижения издержек производства;
  - г) препятствует появлению в обществе богатых и бедных, так как предполагает равные права для производителей и потребителей и исключает преследование чьих-либо эгоистических интересов;
  - д) **верны ответы а, в**

## Тема 4. ЧИСТАЯ МОНОПОЛИЯ

1. Монополия – это рыночная структура, где:
  - 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.
2. В отличие от конкурентной фирмы монополист:
  - а) может назначать любую цену на свой продукт;
  - б) максимизирует прибыль при равенстве предельного дохода и предельных издержек;
  - в) может произвести любой объем продукции и продать ее по любой цене;
  - г) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая даёт максимум прибыли;**
3. Монополия связана с лицензированием деятельности, поскольку производится:
  - а) уникальный продукт;**
  - б) качественный продукт;
  - в) широкий ассортимент;
  - г) модный продукт.
4. Индекс Херфиндаля-Хиршмана непосредственно показывает:
  - а) степень концентрации фирм на рынке;**
  - б) рыночную власть фирмы;
  - в) тип рыночной структуры;
  - г) степень рыночной конкуренции.
5. Допустим, что монополист может продать 10 ед. товара по цене 100 долл./ед., Продажа 11 ед. вызывает снижение цены до 99,5 долл./ед. Предельный доход при увеличении объема продаж с 10 до 11 ед. равен, долл.:
  - а) 100;
  - б) 99,5;
  - в) 94,5;**
  - г) 94,0.
6. Весь потребительский излишек присваивает фирма, которая:
  - а) монополизует рынок;

- б) **осуществляет совершенную ценовую дискриминацию;**
- в) максимизирует разницу между предельным доходом и предельными издержками;
- г) сегментирует рынок.

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

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

8. 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.

9. Укажите область, где, по Вашему мнению, может быть эффективная монополия:

- а) автосервис;
- б) **водопроводные сети;**
- в) пиццерия;
- г) цветочный ларек.

10. Единственный в отрасли продавец продукта, не имеющего заменителей:

- а) **монополия;**
- б) дуополия;
- в) метрополия;
- г) моносония.

11. Монополия характеризуется тем, что фирмы:

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

12. 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.

13. Монополия – это:

а) господство ряда конкурентов на рынке;

**б) единственный в отрасли продавец товара, не имеющего заменителей;**

в) несколько продавцов стандартизированного товара;

г) единственный в отрасли покупатель товара;

д) рыночная структура, в которой отсутствуют барьеры.

14. Условием максимизации прибыли фирмой-монополистом является выпуск такого количества товара, при котором:

а)  $P > ATC$

**б)  $MR = MC$**

в)  $MC$

г)  $AVC$

д)  $MR$

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

а) средние издержки падают

б) затраты на рекламу растут

**в) предельный доход выше предельных издержек**

г) предельный доход равен переменным издержкам

д) все предыдущие ответы неверны

16. В отличие от конкурентной фирмы монополист:

а) может назначать любую цену на свой продукт

б) максимизирует прибыль при условии  $MR = MC$

в) может произвести любой объем продукции и продать его по любой цене

**г) при данной кривой рыночного спроса может выбрать комбинацию цены и объема выпуска, которая дает максимум прибыли**

д) сталкивается с совершенно эластичной кривой спроса

17. 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



18. В отличие от конкурентной фирмы монополист стремится:
- а) **производить продукции меньше, а цену устанавливать выше**
  - б) максимизировать прибыль
  - в) установить цену, соответствующую неэластичному участку кривой спроса
  - г) выбирать такой объем выпуска, при котором  $MR = P$
  - д) производить продукции больше, а цену устанавливать выше
19. Примером естественной монополии является:
- а) ОПЕК – международный нефтяной картель
  - б) компания “Рено”
  - в) Нижегородский банк “Гарантия”
  - г) издательство “Известия”
  - д) **городской метрополитен**
20. Большинство рынков в экономике представляют собой:
- а) совершенную конкуренцию
  - б) нерегулируемые монополии
  - в) **совокупность конкурентных и монополистических элементов**
  - г) регулируемые монополии
  - д) естественные монополии

## Тема 5. МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

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) совершенствование сервиса;
- в) улучшение 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.

10. Какие из перечисленных свойств характерны для монополистической конкуренции:

**а) вхождение новых форм в отрасль более трудное, чем при совершенной конкуренции, но не в такой степени, как в условиях монополии**

б) в отрасли отсутствуют несколько десятков фирм, выпускающих однородный продукт

в) каждая фирма отрасли принимает решение без учета реакции своих конкурентов, если отсутствует неценовая конкуренция

г) в краткосрочном периоде фирма производит продукцию при минимальных средних общих издержках

д) все утверждения неверны

11. Для монополистической конкуренции характерны следующие признаки:

а) производство дифференцированного продукта, наличие в отрасли крупных фирм, реагирующих на действия конкурентов

б) наличие в отрасли большого количества фирм и значительные барьеры для вхождения новых фирм в отрасль

в) абсолютная эластичность кривой спроса вследствие производства дифференцированного продукта

**г) производство дифференцированного продукта и низкие барьеры для вхождения новых фирм в отрасль**

д) нет верных ответов

12. Может ли фирма при монополистической конкуренции терпеть убытки в краткосрочном периоде?

а) может, но только в отсутствие неценовой конкуренции

б) не может, т.к. “падающий” характер кривой спроса предполагает наличие монопольной прибыли в любом случае

**в) может, и это определяется величиной средних общих издержек**

г) может, поскольку в краткосрочном периоде слабее проявляются монопольные признаки;

д) не может.

13. Рынки совершенной и монополистической конкуренции имеют общую черту:

а) Выпускаются дифференцированные товары.

**б) На рынке оперирует множество покупателей и продавцов.**

в) Каждая фирма сталкивается с горизонтальной кривой спроса на свой продукт.

- г) Выпускаются однородные товары
- д) Рыночное поведение каждой фирмы зависит от реакции ее конкурентов.

14. Кривая спроса для монополистического конкурента является:

- а) абсолютно эластичной;
- б) абсолютно неэластичной;
- в) неэластичной;
- г) **более эластичной чем у монополиста, но менее эластичной чем у совершенного конкурента;**
- д) ломаной.

15. В условиях монополистической конкуренции фирма получает:

- а) всегда положительную экономическую прибыль;
- б) положительную прибыль только в коротком периоде;
- в) положительную прибыль только в длинном периоде;
- г) **нулевую экономическую прибыль в длительном периоде;**
- д) нет правильного ответа.

16. 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) общего дохода и общих издержек;
- д) предельного дохода и цен.

17. 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) на рынке действует большое количество фирм;
- д) отсутствует ценовая конкуренция.

18. В условиях монополистической конкуренции широко используется:

- а) ценовая конкуренция;
- б) **неценовая конкуренция;**
- в) недобросовестная конкуренция;
- г) межотраслевая конкуренция;
- д) нет верного ответа.

19. Неценовая конкуренция не предполагает использование фирмами следующих способов:

- а) рекламы;
- б) совершенствование сервиса;
- в) гарантийного обслуживания;
- г) улучшение качества продукции;
- д) **недобросовестной конкуренции.**

20 Один из следующих признаков не относится к монополистической конкуренции:

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

## Тема 6. ОЛИГОПОЛИЯ

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) модель «издержки плюс»;
- в) «ломаной кривой спроса»;**
- г) модель 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-Хиршмана 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.

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

- а) разрыв в кривой предельного дохода;**
- б) разрыв в кривой предельных издержек;
- в) разрыв в кривой средних издержек;
- г) скачкообразное изменение цен;
- д) тайное соглашение с фирмами – конкурентами для

поддержания согласованной цены.

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

- а) ценового лидерства;
- б) модель с одновременным установлением объемов выпуска;
- в) модель «издержки плюс»;
- г) «ломаной кривой спроса»;**
- д) модель картеля.

14. Основной целью создания тайного картеля в олигополюсной отрасли является:

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

15. В модели Курно предполагается, что:

- а) каждый из дуополистов, принимая решение об объеме

производства, считает, что оно не повлияет на объем выпуска продукции другими дуополистами;

б) каждый из современных конкурентов, принимая решение об объеме производства, считает, что оно не отразится на цене продукции;

**в) каждый из олигополистов, принимая решение, учитывает возможность реакции на него других олигополистов;**

г) каждый из монополистических конкурентов приобретает ресурсы по ценам, которые выше предельных затрат;

д) каждый из монополистических конкурентов приобретает ресурсы по ценам, которые ниже предельных затрат.

16. Вы исходите из предположения, что если Ваша фирма снизит свою цену, конкуренты соответственно снизят свои цены, но если Вы повысите ее, ни одна фирма не последует Вашему примеру. Это означает, что Ваша фирма:

а) сталкивается с жесткой конкуренцией;

**б) имеет «ломаную» кривую спроса;**

в) является ценовым лидером на олигополистическом рынке;

г) является лидером по объему выпуска;

д) наиболее эффективная в отрасли.

17. Олигополия – это рыночная структура, где оперируют:

а) большое количество конкурирующих фирм, производящих однородный продукт;

б) большое количество конкурирующих фирм, производящих дифференцированный продукт;

**в) небольшое количество конкурирующих фирм;**

г) только одна крупная фирма;

д) только один крупный покупатель.

18. Какое из утверждений является неверным?

а) последовательное снижение цен конкурирующими фирмами на олигополистическом рынке называется ценовой войной;

б) ситуация, когда фирмы, не прибегая к открытому соглашению, тайно согласовывают цены и объемы выпуска продукции, называется тайным сговором;

в) картель – эта группа фирм, заключивших между собой соглашение об ограничении объемов производства с целью контроля над ценами;

**г) картель выступает как совершенный конкурент.**

д) негибкость олигополистических цен объясняется тем, что



если одна фирма свои цены снизит, то конкуренты могут сделать то же, а если она их повысит, то ни одна из фирм может не последовать ее примеру.

19. Ломаная линия спроса для олигополиста обязательно сопровождается:

- а) тайным сговором с предприятиями-конкурентами для соблюдения договоренной цены;
- б) разрывом кривой предельных издержек;
- в) разрывом линии предельной выручки.**
- г) неэффективной работой фирмы;
- д) разрывом линии средней выручки.

20. Если предприятие ожидает, что при снижении или повышении им цены все другие участники рынка сделают то же самое, то оно:

- а) имеет дело с жесткой ценовой конкуренцией;
- б) имеет ломанную кривую спроса;**
- в) является ценовым лидером рынка;
- г) является наиболее эффективным предприятием в области.
- д) имеет дугообразную кривую спроса.

## Тема 7. РЫНКИ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ РЕСУРСОВ. РЫНОК ТРУДА

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 только 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 зарплаты 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 из перечисленного ниже не оказывает влияния на спрос на труд?

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 увеличении объема выпускаемой продукции на единицу;

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

в) абсолютно неэластичны 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;

11. 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 при использовании дополнительной единицы производственного фактора;

г) невозможно определить в условиях совершенной конкуренции;

д) невозможно определить в условиях несовершенной конкуренции.

12. Конкурентная фирма, стремясь максимизировать прибыль, должна нанимать дополнительных работников только 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) величина предельного продукта в денежном выражении растет;
- д) **предельный продукт труда в денежном выражении превышает ставку заработной платы.**

13. 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, либо достигает минимального уровня издержек.
- д) ни один из предыдущих ответов не является правильным.

14. Что из перечисленного ниже не оказывает влияния на спрос на труд?

- 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;**
- д) все перечисленное оказывает влияние на спрос на труд.

15. Предельные издержки на оплату труда:

- а) представляют собой увеличение переменных издержек при увеличении объема выпускаемой продукции на единицу;
- б) представляют собой увеличение постоянных издержек при увеличении объема выпускаемой продукции на единицу;
- в) абсолютно неэластичны для монополиста;
- г) **представляют собой увеличение общих издержек на труд при найме дополнительного рабочего;**
- д) абсолютно эластичны для монополиста.

16. 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 труда в денежном выражении;**

- г) не зависит от стоимости производимого продукта;
- д) совпадает с кривой предельных издержек производимого продукта.

17. Эластичность спроса на труд тем выше, чем:

- а) ниже доля издержек на труд в расходах предприятия;
- б) ниже цена готовой продукции;

**в) выше ценовая эластичность спроса на готовую продукцию;**

г) меньше возможности замены труда капиталом в данном производственном процессе.

д) больше возможности замены труда капиталом в данном производственном процессе.

18. Кривая предложения труда для фирмы:

- а) не пересекается с кривой спроса на труд;
- б) имеет положительный наклон;
- в) выражает абсолютно неэластичное предложение;
- г) выражает абсолютно эластичное предложение;**
- д) имеет отрицательный наклон.

19. Спрос на факторы производства (ресурсы) является, вторичным, так как зависит от:

- а) цены данного ресурса;
- б) спроса на продукцию, производимую с помощью данного ресурса;**

в) предложение ресурсов на рынке;

г) цен ресурсов – заменителей;

д) все ответы верны.

20. Рыночный спрос на труд представляет:

- а) спрос отдельной фирмы на рынке труда;
- б) сумму индивидуальных спросов фирм отдельной отрасли;
- в) долю экономически активного населения;

**г) сумму индивидуальных спросов всех фирм экономики, приобретающих этот ресурс;**

д) верного ответа нет.

21. Кривая рыночного предложения на рынке труда:

- а) **имеет положительный наклон;**
- б) имеет отрицательный наклон;
- в) состоит из участков с различным наклоном;
- г) абсолютно неэластична;
- д) абсолютно эластична.

22. Кривая индивидуального предложения труда:

- а) имеет положительный наклон;
- б) имеет отрицательный наклон;
- в) **состоит из участков с различным наклоном;**
- г) горизонтальна;
- д) вертикальна.

23. При низких ставках заработной платы индивидуальное предложение труда:

- а) **увеличивается;**
- б) уменьшается;
- в) остается неизменным;
- г) отсутствует;
- д) может уменьшаться, так и оставаться неизменным.

24. При высоких ставках заработной платы индивидуальное предложение труда:

- а) увеличивается;
- б) **уменьшается;**
- в) остается неизменным;
- г) может уменьшаться, так и оставаться неизменным;
- д) верного ответа нет.

25. Отдельной фирме на рынке труда в условиях совершенной конкуренции соответствует:

а) **абсолютно эластичная кривая предложения труда и убывающая спроса на труд;**

б) возрастающая кривая предложения труда и убывающая спроса на труд;

в) абсолютно эластичные кривые спроса и предложения труда;

г) абсолютно неэластичные кривые спроса и предложения труда;

д) абсолютно эластичная кривая спроса на труд и возрастающая

кривая предложения труда.

26. Монопсония на рынке труда означает, что:

а) данная фирма нанимает основную часть занятых конкретным видом труда;

б) данный вид труда относительно немобилен;

в) предприниматель не может нанять на постоянную работу неограниченное количество работников;

г) фирма самостоятельно определяет ставку заработной платы;

д) **все ответы верны.**

27. Заработная плата - это :

а) оплата труда;

б) цена рабочей силы;

в) **цена труда;**

г) цена услуг труда;

д) все ответы верны.

28. Номинальная заработная плата – это:

а) **заработная плата в денежном выражении;**

б) заработная плата в денежном выражении с учетом инфляции;

в) заработная плата в денежном выражении после вычета налогов;

г) количество благ, которые может приобрести работник за свою номинальную заработную плату после уплаты налогов;

д) уровень дохода.

29. Реальная заработная плата – это:

а) заработная плата в денежном выражении.

б) заработная плата в денежном выражении с учетом инфляции.

в) заработная плата в денежном выражении после вычета налогов;

г) **количество благ, которые может приобрести работник за свою номинальную заработную плату после уплаты налогов;**

д) уровень дохода.

30. Причинами различий в заработной плате могут быть:

а) квалификационный уровень;

б) уровень образования;

в) разнородность рабочих мест;

г) дискриминация;

д) **все ответы верны.**

## ЛИТЕРАТУРА

### 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: Национальный центр правовой информации Республики 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: Национальный центр правовой информации Республики 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.

### Основная

4. Микроэкономика: учебное пособие для студентов экон. спец. вузов / [А.В. Бондарь и др.]; под ред. А.В. Бондаря, В.А. Воробьева. – 2-е изд. – Минск: БГЭУ, 2009. – 415 с.
5. Курс микроэкономики: учебник для студентов вузов, обуч. по фин.-экон. спец. / Р. М. Нуреев. – 2-е изд., изм. – Москва: НОРМА, 2009. – 560 с.
6. Тарануха, Ю.В. Микроэкономика: учебник / Ю. В. Тарануха; под общ. ред. А. В. Сидоровича. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2010. – 640 с.

### Дополнительная

7. Гальперин, В.М. Микроэкономика: учебник для студ. вузов, обуч. по экон. спец. и направлениям. [В 3 т.]. / В. М. Гальперин, С. М. Игнатьев, В. И. Моргунов; общая редакция В.М. Гальперина. – Санкт-Петербург: Экономическая школа ГУ ВШЭ: Экономикус: ОМЕГА-Л, 2008. – Т. 1. – 348 с. – Т. 2. – 503 с. – Т. 3. – 171 с.
8. Лемешевский, И.М. Микроэкономика: основы микроанализа и белорусская практика. Учебное пособие для студентов экон. специальностей вузов, И.М.Лемешевский. – 5-е изд., перераб.- Минск: «ФУАинформ», 2013.- 400с.
9. Макконнелл, К.Р. Экономикс: принципы, проблемы и политика: учебник: [для студентов экон. вузов]: пер. с англ. / К. Р. Макконнелл, С. Л. Брю. – 17-е изд. – Москва: ИНФРА-М, 2009. – 915 с.
10. 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» / [А.Ю. Юданов (рук. авт. кол.) и др.]; под ред. А.Г. Грязновой, А.Ю. Юданова; [Финансовая академия при Правительстве РФ]. – Изд. 3-е, стер. – Москва: КНОРУС, 2007. – 660 с.
11. Микроэкономика: учебное пособие для студентов экон. спец. сельскохозяйственных вузов / [С.А. Константинов и др.; под ред. С.А. Константинова и др.]. – Минск: ИВЦ Минфина, 2007. – 368 с.
12. Микроэкономика: учебное пособие для студентов экон. спец. учреждений, обеспеч. получение высш. образования / [И.В. Новикова и др.]; под ред. И.В. Новиковой,



Ю.М. Ясинского; Акад. управ. при Президенте Респ. Беларусь. – Минск: Академия управления при Президенте Республики Беларусь, 2006. – 391 с.

13. Самуэльсон, П.Э. Микроэкономика: [пер. с англ.] / П. Э. Самуэльсон, В. Д. Нордхаус. – 18-е изд. – Москва; Санкт-Петербург; Киев: Вильямс, 2008. – 744 с.

14. Тарасевич, Л.С. Микроэкономика: учебник для студентов высших учеб. заведений, обуч. по экон. спец. / Л. С. Тарасевич, П. И. Гребенников, А. И. Леусский; Санкт-Петербургский гос. ун-т экономики и финансов. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва : ЮРАЙТ, 2009. – 540 с.

15. 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

<b>Введение</b> .....	3
<b>Тематический план по выполнению контрольной работы</b> .....	5
Тема 1. Введение в микроэкономику.....	5
Тема 2. Теория поведения потребителя.....	7
Тема 3. Рыночное поведение конкурентных фирм.....	9
Тема 4. Чистая монополия.....	12
Тема 5. Монополистическая конкуренция.....	13
Тема 6. Олигополия.....	14
Тема 7. Рынки производственных ресурсов. Рынок труда.....	20
<b>Примерные задания для контрольной работы</b> .....	23
<b>Литература</b> .....	78

Учебно-методическое издание

**Сергей Александрович Константинов**

**Ирина Тихоновна Эйсмонт**

МИКРОЭКОНОМИКА

Методические указания для выполнения контрольных работ

Редактор Е. О. Бурхан

Техн. редактор Н. К. Шапрунова

Корректор Е. А. Юрченко

Подписано в печать

Формат 60 x 84 1/16. Бумага для множительных аппаратов.

Печать ризографическая. Гарнитура «Таймс».

Усл. печ. л. 2,4. Уч.-изд. л.

Тираж экз. Заказ . Цена руб.

---

Редакционно-издательский отдел БГСХА

213410, г. Горки Могилевской обл., ул. Студенческая, 2

Отпечатано на ризографе копировально-множительного бюро БГСХА

г. Горки, ул. Мичурина, 5