

Задания

Для студентов гр. **МОС-181, МОС-182:**
срок сдачи - **22 апреля (среда) 13.30**

Для всех остальных – тренировочные, для подготовки к модулю.

1. Ответьте на вопросы:

| Выпуск (Q), шт. | Общие издержки (ТС), руб. |
|-----------------|---------------------------|
| 0 | 16 |
| 1 | 22 |
| 2 | 30 |
| 3 | 42 |
| 4 | 52 |
| 5 | 70 |

1. Чему равны постоянные издержки производства двух единиц продукции?
2. Каковы предельные издержки производства 5-й ед. продукции?
3. Чему равны переменные издержки при $Q=4$?
4. Сколько составляют средние издержки 3-х единиц продукции?

2. На рынке действуют 8 фирм, объем продаж которых представлен в таблице:

| Фирма | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 |
|-----------------------------|-----|----|----|-----|----|----|-----|----|
| Объем продаж (млрд.руб.) | 100 | 90 | 80 | 130 | 70 | 60 | 110 | 50 |

- Определите:
 1. долю на рынке каждого производителя;
 2. индекс Герфиндаля-Гиршмана;
 3. индекс концентрации CR3.

Насколько сильна конкуренция на рынке?

3. Соотнесите названия и характеристики рыночных структур

1. Большое количество фермеров предлагают на рынке картофель по одинаковым ценам.
2. Большое количество поставщиков предлагают фирменную одежду по относительно схожим ценам.
3. Несколько крупных фирм функционируют на рынке автомобилей.
4. Единственная фирма производит угледобывающее оборудование.

- А) олигополия;
- Б) монополия;
- В) совершенная конкуренция;
- Г) монополистическая конкуренция

4. К методам ценовой конкуренции относятся...

- 1) Проведение рекламной кампании
- 2) Внедрение системы послепродажного обслуживания
- 3) Снижение издержек производства товара
- 4) Использование системы скидок к цене товара

(несколько вариантов ответа)

5. Выберите все характеристики олигополистического рынка:

А) незначительные барьеры для входа на рынок

Б) некоторые фирмы на рынке обладают существенной рыночной долей

В) индекс Герфиндаля-Гиршмана для данного рынка близок к минимальному значению

Г) действия одной фирмы влияют на благосостояние других фирм на рынке

Д) фирмы на рынке при принятии решений просчитывают возможные ответы конкурентов на свои действия