**Приложение №2**

**Карточка №1**

**Предприниматель №1**: Мои дела идут отлично. Я выпускаю уникальный товар, у которого нет близких заменителей. На этот товар я сам назначаю цену и цена эта достаточно высокая.

**Предприниматель №2**: У меня может быть как стандартный, так и дифференцированный товар. Я и мои конкуренты придерживаемся политики жесткой цены, ведь нас так мало в отрасли.

**Предприниматель №3**: Я в погоне за максимальной прибылью могу манипулировать ценой, количеством продукта, но главное в моём бизнесе – не забывать про рекламу! И всё делать для того, чтоб покупатель всегда мог отличить мой товар от товара конкурентов за счёт мнимых или действительных различий.

**Предприниматель №4**: Преимущество моего бизнеса состоит в том, что сколько бы товара я не предложил к продаже на рынке, я весь его продам без всякой рекламы, но ,конечно, мне приходится мириться с тем, что я никак не могу повлиять на рыночную цену продукта, но уж если эта цена становится слишком низкой, я могу легко покинуть эту отрасль и перейти в другую.

**Бинарные тесты**

**Совершенная конкуренция**

1.«Золотое» правило для оперирующей на конкурентном рынке фирмы:«Выбирайте такой объём производства, при котором предельные издержки равны рыночной цене продукта».2.Фирма максимизирует прибыль, сокращая производство до нуля, если цена товара ниже минимальных средних переменных издержек.

3.В реальной экономике нет рынков, удовлетворяющих всем условиям совершенной конкуренции.

4.Когда фирма получает экономическую прибыль, то говорят, что она имеет только нормальную прибыль.

5.Кривая спроса для конкурентной фирмыимеет отрицательный наклон.

6.Спрос на продукт конкурентной отраслиабсолютно эластичен по цене.

7.Конкурентная фирма в долгосрочном периоде получает только нормальную прибыль.

8.Для конкурентной фирмы цена продукта равна предельному доходу.

9.Фирма получает нулевую экономическую прибыль, когда её общий доход равен общим издержкам при данном объёме выпуска продукта.

10.На конкурентном рынке в долгосрочном периоде нормальная прибыль равна нулю.

**Монополия**

1.Монополия всегда выбирает объём выпуска, который соответствует неэластичному участку кривой спроса.

2.Монополия получает сверхприбыль вследствие более высокой эффективности по сравнению с конкурентной отраслью.

3.Кривая спроса для монополии всегда горизонтальна.

4.Монополия, как и рынок совершенной конкуренции, редко встречается в современной экономике.

5.Монополист будет производить и продавать дополнительный объём продукции, если

MR>MC.

6.Когда отрасль является естественной монополией, общество часто требует её регулирование со стороны правительства.

7.Максимум прибыли достигается тогда, когда максимальна средняя выручка.

8.Для монополии предельная выручка всегда меньше цены.

9.Монополия выпускает стандартные (однородные) продукты.

10.Любая ценовая дискриминация незаконна.

**Монополистическая конкуренция, олигополия**

1.На рынке совершенной конкуренции фирмы предлагают более разнообразные товары, чем при монополистической конкуренции.

2.Если на олигополистическом рынке фирма повысит или понизит цену, или объём выпуска продукции, то это окажет влияние на продажи и прибыль конкурентов.

3.На олигополистическом рынке цены менее устойчивы, чем в условиях совершенной конкуренции.

4.Рыночное поведение отраслевого картеля аналогично поведению чистой монополии.

5.При монополистической конкуренции отраслевой выпуск товарной группы обеспечивается достаточно большим количеством фирм.

6.На рынках с монополистической конкуренцией не достигается эффективного использования ресурсов.

7.В монополистически конкурентных и олигополистических отраслях объёмы выпуска продукции ниже, а цены выше, чем в условиях совершенной конкуренции.

8.В условиях монополистической конкуренции фирма всегда получает экономическую прибыль.

9.При несовершенной конкуренции производители могут оказывать влияние на рыночную цену, что обусловлено снижающейся кривой спроса на их товары.

10.В условиях монополистической конкуренции выпускаются однородные товары.

**Карточка №2**

**Проблема №1**:

**Вопрос:** Могут ли владельцы свиноферм поднять отпускные цены, когда растёт стоимость кормов? К какой рыночной структуре относится это производство?

**Вопрос:** Удорожание свиного корма увеличивает затраты владельцев свиноферм на откорм имеющихся свиней. Как можно прекратить откорм? Почему удорожание свиного корма может ненадолго сбить цену на свинину? Прошу проиллюстрировать ответ на графике.

**Вопрос:** Каким образом увеличение цен на свиной корм постепенно приведёт к увеличению цены свинины? Прошу показать на графике.

**Вопрос:** Каким образом увеличение цен на свиной корм постепенно приведёт к увеличению цены свинины? Прошу показать на графике.

**Вопрос:** К какому выводу мы пришли при рассмотрении этой проблемы?

**Задача №1**

Конкурентная фирма продаёт школьные тетради по цене 6 руб. за штуку. Общие издержки на производство 10 тыс. шт. тетрадей составили 80 тыс. руб., в том числе постоянные издержки составили 15 тыс. руб. При этом средние переменные издержки производства оказались минимальными. Какова наилучшая стратегия поведения фирмы?

**Проблема №2:**

В «Богатстве народов» Адам Смит написал следующее*: «Цена монополии во всех случаях является самой высокой из тех, которые можно выжать из покупателей, или которую, как предполагается, они согласны заплатить».* Имеет ли это утверждение оправданный смысл или мы должны заключить, что даже основатель экономической науки иногда небрежно обращался со словами?

**Задача №2**

Фирма полностью монополизировала производство товара. Следующая информация отражает положение фирмы: **MR=1000-20Q; TR=1000Q-10Q2; MC=100+10Q**

где:

**Q**- объём выпуска товара; P - цена товара.

Сколько товара, по какой цене будет продано, если:

А) фирма функционирует как простая монополия?

Б) отрасль функционирует в условиях совершенной конкуренции?