

**ЧОУ ВО
«Курский институт менеджмента,
экономики и бизнеса»**

Кликунов Н.Д.

*Задания для промежуточной
аттестации*

*по дисциплине «Экономика отраслевых
рынков»*



Задания для промежуточной аттестации по дисциплине «Экономика отраслевых рынков»
в Курском институте менеджмента, экономики и бизнеса

Задания для промежуточной аттестации – Курск: типография МЭБИК. – 20 с
Идентификатор публикации: ТМ-009/2-1

Задания для промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится с целью оценки качества усвоения студентами всего объема содержания дисциплины и определения фактически достигнутых знаний, навыков и умений, а также компетенций, сформированных за время изучения дисциплины.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится в форме сдачи экзамена.

ДЛЯ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ СТУДЕНТ ДОЛЖЕН ОТВЕТИТЬ НА ВОПРОСЫ/ЗАДАНИЯ БИЛЕТА.

Номер билета студент определяет в соответствии с заглавной буквой фамилии.

<i>Вариант (определяется первой буквой фамилии)</i>					
Номер билета	Первая буква фамилии	Номер билета	Первая буква фамилии	Номер билета	Первая буква фамилии
1	А	11	М	21	Ш
2	Б	12	Н	22	Щ
3	В	13	О	23	Э
4	Г	14	П	24	Ю
5	Д	15	Р	25	Я
6	Е-Ё	16	С		
7	Ж-З	17	Т		
8	И-Й	18	У-Ф		
9	К	19	Х		
10	Л	20	Ц-Ч		

Оценка «отлично»/«зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются логично, последовательно и не требуют дополнительных пояснений. Полно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Делаются обоснованные выводы. Соблюдаются литературно-языковые нормы. Правильно решено более 90% заданий

Оценка «хорошо»/«зачтено». Ответы на поставленные вопросы излагаются систематизировано и последовательно. Материал излагается уверенно. Раскрыты причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируется умение анализировать материал, однако не все выводы носят аргументированный и доказательный характер. Соблюдаются литературно-языковые нормы. Правильно решено более 75% заданий

Оценка «удовлетворительно»/«зачтено». Допускаются нарушения в последовательности изложения. Неполно раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Демонстрируются поверхностные знания вопроса, с трудом решаются конкретные задачи. Имеются затруднения с выводами. Допускаются нарушения литературно-языковых норм. Правильно решено более 60% заданий

Оценка «неудовлетворительно»/«не зачтено». Материал излагается непоследовательно, сбивчиво, не представляет определенной системы знаний по дисциплине. Не раскрываются причинно-следственные связи между явлениями и событиями. Не проводится анализ. Выводы отсутствуют. Ответы на дополнительные вопросы отсутствуют. Имеются заметные нарушения литературно-языковых норм. Правильно решено менее 60% заданий

Ответы на вопросы/задания в билете оформляются на одной стороне листа белой односторонней бумаги (формата А4) в текстовой редакторе Word шрифт «14

TimesNewRoman» с полями: левое – 30 мм, правое – 10 мм, верхнее – 20 мм, нижнее – 20 мм. Межстрочный интервал – 1,5. Выравнивание текста – по ширине страницы с включенным режимом переноса. Фразы, начинающиеся с «красной» строки, печатаются с отступом от начала строки равным 12 мм (первая стандартная позиция табулятора). Объем ответа минимум 1 страница на один вопрос/задание

БИЛЕТ 1

1. Сговор как способ решения парадокса Бертрана.

2. Первые подписчики (например первые сто тысяч) на журнал «Economist» платят меньше, чем последующие. Является ли данная практика примером ценовой дискриминации? Какого типа?

3. Фирмы устанавливают цены, кривая спроса задана как $Q^D = 5 - P$, где $P = \min \{P_1, P_2\}$. (значение \min предполагает, что все потребители будут покупать по наименьшей из цен, установленных первой и второй фирмами, а по более высокой цене продукция покупаться не будет)

Функция прибыли первой фирмы задана как:

$$\Pi_1 = (P_1 - MC_1) * Q, \text{ если } P_1 < P_2$$

$$\Pi_1 = \frac{P_1 - MC_1}{2}, \text{ если } P_1 = P_2$$

$$\Pi_1 = 0, \text{ если } P_1 > P_2$$

Функция прибыли второй фирмы задана аналогично

Решите игру Бертрана, в которой $MC_1 = 2$, $MC_2 = 2$, определив цену, объем выпуска каждой фирмы, прибыль каждой фирмы. Нарисуйте кривые реакции каждой фирмы.

БИЛЕТ 2

1. Оппортунистическое поведение.

2. Многие фирмы устанавливают цены на продукцию, реализуемую на зарубежных рынках, на более низком уровне по сравнению с ценами на внутреннем рынке. Как Вы можете объяснить данную практику.

3. Фирмы устанавливают цены, кривая спроса задана как $Q^D = 5 - P$, где $P = \min \{P_1, P_2\}$. (значение \min предполагает, что все потребители будут покупать по наименьшей из цен, установленных первой и второй фирмами, а по более высокой цене продукция покупаться не будет)

Функция прибыли первой фирмы задана как:

$$\Pi_1 = (P_1 - MC_1) * Q, \text{ если } P_1 < P_2$$

$$\Pi_1 = \frac{P_1 - MC_1}{2}, \text{ если } P_1 = P_2$$

$$\Pi_1 = 0, \text{ если } P_1 > P_2$$

Функция прибыли второй фирмы задана аналогично

Решите игру Бертрана, в которой $MC_1 = 1$, $MC_2 = 2$, определив цену, объем выпуска каждой фирмы, прибыль каждой фирмы. Нарисуйте кривые реакции каждой фирмы.

БИЛЕТ 3

1. Склонность к нарушению картельного сговора в конкуренции по Бертранию.

2. В Бельгии цемент продается по единой цене, независимо от места продажи, т.е. цена, включающая транспортные издержки, устанавливается единой для каждого потребителя независимо от места его расположения. Такая же практика наблюдается и на рынке алебаstra в Соединенном Королевстве. Является ли данная практика примером ценовой дискриминации?

3. Монополист производит при постоянных средних и предельных издержках

$ATC = MC = 5$. Кривая рыночного спроса на продукцию этой фирмы описывается уравнением $Q^D = 53 - P$

А) Рассчитайте цену, максимизирующую прибыль и объем выпуска для данного монополиста. Подсчитайте также прибыль монополиста.

Б) Предположим, на рынок входит другая фирма. Рыночный спрос задается теперь как $Q^D = q_1^D + q_2^D = 53 - P$. Предполагая, что вторая фирма производит с теми же издержками, что и первая, выразите прибыли обеих фирм как функции q_1 и q_2 .

В) Нарисуйте и задайте кривые реакции каждой из фирм

Г) Найдите равновесный объем выпуска каждой фирмы по Курно. Определите цену, прибыль каждой из фирм

БИЛЕТ 4

1. Условия поддержания эффективного сговора: число игроков на рынке.

2. Замечено, что мясо, покупаемое тещей Кликунова на Центральном рынке города

Курска, обходится ей дешевле, чем мясо, покупаемое зятем Кликуновым на Северном рынке города Курска. Является ли данное наблюдение примером ценовой дискриминации зятя Кликунова? Какая информация Вам необходима, чтобы четко ответить на данный вопрос?

3. Рассмотрите рынок с гомогенным продуктом и кривой спроса заданной как

$Q^D = 37.5 - \frac{P}{4}$ На рынке две фирмы с постоянными предельными издержками, равными 40.

А) Определите суммарный объем выпуска и цену в условиях картельного сговора (монополии)

Б) Определите объем выпуска и цену в условиях конкуренции по Курно

В) Рассчитайте в долях потери эффективности по отношению к потерям эффективности в условиях монополии

БИЛЕТ 5

1. Условия поддержания эффективного сговора: норма дисконта

2. Супермаркеты часто выпускают купоны, наделяющие потребителей правом на покупку определенных товаров со скидкой. Является ли данная практика способом продвижения продукции или разновидностью ценовой дискриминации. Эмпирические данные свидетельствуют, что бумажные полотенца значительно дороже на рынках, практикующих купонную скидку, чем на рынке без купонов. Как это согласуется с логикой Вашего ответа?

3. Представлена дуополия с гомогенными (однородными или одинаковыми) благами.

Кривая спроса задана как $Q^D = 10 - \frac{P}{2}$. Каждая фирма имеет кривую совокупных издержек $TC = 10 + q * (q + 1)$.

А) Определите, пожалуйста, кривые реакции каждой фирмы

Б) Определите исходы при конкуренции по Курно

БИЛЕТ 6

1. Понятие сетевого эффекта. Виды сетевых эффектов

2. Предположим, что Вы владеете информацией о доле рынка для m числа фирм в определенной отрасли. Хотя данной информации недостаточно для расчета индекса Херфиндаля, можете ли Вы найти верхнюю и нижнюю границы индекса. Как?

3. Фирмы конкурируют посредством установления объемов продаж и лишь потом определяется цена, кривая спроса задана как $Q^D = 5 - P$, где $Q = q_1 + q_2$,

Решите игру Курно, в которой $MC_1 = 2$ и $MC_2 = 3$.

А) Определите объем выпуска каждой фирмы и проведите калибровку фирм по объемам выпуска (т.е. определите долю каждой фирмы в общем объеме выпуска)

Б) Проведите, пожалуйста, калибровку фирм по получаемой прибыли

БИЛЕТ 7

1. Эффект присоединения к большинству и эффект сноба. Роль сетевых эффектов в информационных технологиях.

2. Каким образом стратегия поведения фирмы может повлиять на степень рыночной власти? Для ответа используйте Бостонскую матрицу (матрицу БКГ).

3. Рассмотрим ситуацию дуополии. Кривая обратного спроса выражается уравнением $P = 10 - Q$, где $Q = q_1 + q_2$. Функции издержек фирм представлены, как $TC_1(q_1) = 4 + 2 * q_1$ и $TC_2(q_2) = 3 + 3 * q_2$

А) Предположим, что обе фирмы принадлежат одному хозяину и проводят согласованную политику. Каков объем выпуска, максимизирующий общую прибыль? Сколько будет производить каждая из фирм?

Б) Нарисуйте кривые реакции каждой фирмы в случае некооперативного поведения и конкуренции по Курно

В) Если фирмы находятся в отрасли и конкурируют по Курно, то каков будет объем выпуска, цена и прибыль каждой фирмы?

Г) Сколько фирма 1 будет готова заплатить за покупку фирмы 2, если сговор запрещен, а покупка другой фирмы нет? Почему собственники фирмы 2 готовы будут ее продать?

БИЛЕТ 8

1. Проблема QWERTY.

2. Каким образом меняется эластичность спроса по цене для отдельной фирмы с увеличением числа фирм в отрасли и наличием конкуренции по Курно?

3. В отрасли две фирмы. $ATC = MC = 5$ у каждой фирмы. Рыночный спрос задан как $Q^D = q_1^D + q_2^D = 53 - P$. Одна фирма принимает решение об объеме выпуска раньше другой и дает достоверный сигнал. Используя модель Штакельберга, определите:

- А) Объем выпуска каждой фирмы?
- Б) Рыночную цену? Прибыль, полученную каждой фирмой?
- В) Прокалибруйте фирмы по объему выпуска
- Г) Как изменятся исходы игры, если у фирмы лидера $MC = 4$, а у последователя $MC = 5$?
- Д) Как изменятся исходы игры, если у фирмы лидера $MC = 5$, а у последователя $MC = 4$?

БИЛЕТ 9

1. Кривые спроса при наличии сетевых эффектов.

2. Каким образом меняется эластичность спроса по цене для отдельной фирмы с увеличением числа фирм в отрасли и наличием конкуренции по Бертрону?

3. Предположим, что отрасль авиаперевозок состоит только из двух фирм: «Амэрикен» и «Тэксас эйр». Пусть у этих фирм одинаковые функции издержек $TC(q) = 40 * q$.

Предположим, что кривая обратного спроса в этой отрасли задается формулой $P = 100 - Q$. Фирмы конкурируют по Курно.

- А) Найдите оптимальный объем выпуска каждой фирмы, цену и прибыль
- Б) Каков будет исход игры, если «Тэксас эйр» снизила предельные издержки до 25, а конкурента предельные издержки не изменились
- В) Сколько готова инвестировать «Тэксас эйр» в проект, приводящий к снижению предельных издержек с 40 до 25, если будущее гарантировано, ничего меняться не будет, а процентная ставка (R) равна 5%.

БИЛЕТ 10

1. Равновесия на рынке с наличием сетевых эффектов. S-кривые.

2. Ценовые войны ведут к потерям для всех фирм вовлеченных в них. Эмпирические свидетельства о ценовых войнах являются доказательством нерационального поведения фирм. Верно или неверно, обоснуйте ответ

3. Предположим, что отрасль авиаперевозок состоит только из двух фирм: «Амэрикен» и «Тэксас эйр». Пусть у этих фирм одинаковые функции издержек $TC(q) = 40 * q$.

Маркетологи посчитали, что кривая спроса в этой отрасли задается формулой $P = 100 - Q$. Фирмы конкурируют по Штакельбергу и фирма «Америкен» ходит первой.

А) Найдите оптимальный объем выпуска каждой фирмы, цену и прибыль

Б) Каков будет исход игры, если «Тэксас эйр» снизила предельные издержки до 25, а конкурента предельные издержки не изменились

В) Сколько готова инвестировать «Тэксас эйр» в проект, приводящий к снижению предельных издержек с 40 до 25, если будущее гарантировано, ничего меняться не будет, а $R = 5\%$?

БИЛЕТ 11

1. Критическая масса потребителей: пандемическая гипотеза и логит-модели.

2. Вы конкурируете с тремя основными конкурентами на рынке со слабой дифференциацией продукта. Исторические «Большая четверка» контролировала около 80 % рынка. Цены были стабильны, но ваша доля на рынке постепенно снижалась с 25% несколько лет назад до 15% в настоящее время. Вы размышляете о принятии стратегии агрессивного снижения цен с целью захвата большей доли рынка. Обсудите следующий фактор, влияющий на Ваше решение:

У Вас узнаваемый и сильный бренд, и вы думаете, что снижение доли собственного рынка происходит за счет ценовой политики конкурентов

3. Фирмы конкурируют с помощью цен. Конкуренция по Бертрону. Функции спроса на продукцию следующие:

$$q_1^D = 20 - P_1 + P_2 \text{ и, соответственно, } q_2^D = 20 + P_1 - P_2,$$

где P_1 и P_2 – цены, устанавливаемые каждой из фирм соответственно, q_1 и q_2 – объемы реализации, возникающего при этих ценах спроса

(Обратите внимание на то, что спрос на каждый из товаров зависит только от разницы цен; если бы фирмы сговорились и установили одну и ту же цену, они могли бы сделать ее сколь угодно высокой и получать неограниченные прибыли. Это допущение делает достаточно нереалистичной данную модель) Предельные издержки равны нулю.

- А) Предположим, что эти две фирмы устанавливают цены одновременно. Найдите равновесие Нэша в это этом случае. Какую цену назначит каждая из фирм, сколько она продаст и какая у нее будет прибыль?
- Б) Предположим, что фирма 1 устанавливает свою цену первой, а затем фирма 2 устанавливает свою. Какую цену назначит каждая из фирм, сколько она продаст и какая цена у нее будет прибыль?
- В) Какой из трех возможных вариантов – одновременное ценообразование, лидерское ценообразование или ценообразование за лидером – является для Вас наиболее предпочтительным?
- Г) Какие из условий данной задачи не являются реальными

БИЛЕТ 12

1. Скорость распространения информации и сетевые эффекты.

2. Вы конкурируете с тремя основными конкурентами на рынке со слабой дифференциацией продукта. Исторические «Большая четверка» контролировала около 80 % рынка. Цены были стабильны, но ваша доля на рынке постепенно снижалась с 25% несколько лет назад до 15% в настоящее время. Вы размышляете о принятии стратегии агрессивного снижения цен с целью захвата большей доли рынка. Обсудите следующий фактор, влияющий на Ваше решение:

Вся «Большая четверка» теряет свои позиции, а конкуренты становятся сильнее, так как продукция маленьких фирм становится все более популярной среди производителей

3. Месячный спрос на бананы на курском рынке выражается функцией $Q^D = 100 - P$ (т), где P – цена, руб./кг. Рынок поделен между поставщиком бананов из Эквадора (их предельные издержки постоянны и составляют 10 руб./кг и из Ворошнева – 40 руб./кг.

- А) Найти точку равновесия, если фирмы конкурируют по Курно.
- Б) Что изменится, если в результате плохих погодных условий предельные издержки производства и доставки ворошневских бананов увеличатся до 60 руб./кг?
- В) Найти точку равновесия, если фирмы конкурируют по Бертрону

Г) Что изменится, если в результате плохих погодных условий предельные издержки производства и доставки ворошневских бананов увеличатся до *60 руб./кг* при конкуренции по Бертрану?

Д) Найти точку равновесия, если фирмы конкурируют по Штакельбергу (первый ход делают предприниматели из Ворошнево), и издержки ворошневских бананов продолжают быть 40.

Е) Что изменится, если в результате плохих погодных условий предельные издержки производства и доставки ворошневских бананов увеличатся до *60 руб./кг* при конкуренции по Штакельбергу и первым ходом ворошневских предпринимателей?

БИЛЕТ 13

1. Издержки перехода на новую технологию.

2. Вы конкурируете с тремя основными конкурентами на рынке со слабой дифференциацией продукта. Исторические «Большая четверка» контролировала около 80 % рынка. Цены были стабильны, но ваша доля на рынке постепенно снижалась с 25% несколько лет назад до 15% в настоящее время. Вы размышляете о принятии стратегии агрессивного снижения цен с целью захвата большей доли рынка. Обсудите следующий фактор, влияющий на Ваше решение:

Вы уверены, что уровень производства конкурентов находится на пределе их производственных возможностей и им необходимо не менее 2-х лет, чтобы их расширить

3. На рынке компакт-дисков действуют n независимых конкурентов. Спрос на продукцию каждого из них (тыс. шт.) в зависимости от цен вычисляется по формуле

$$q_i = \frac{160 - p_i}{n} - p_i + \frac{1}{n-1} \sum_{j=1, j \neq i}^n p_j.$$

$p_i, i = 2, \dots, n$ – цены в конкурирующих фирмах.

А) Найдите цену при которых, ни одной из фирм невыгодно менять своего поведения, учитывая, что диск для каждой из фирм обходится в 50 рублей, т.е. $MC=50$

Б) Определите цену, объем продаж и прибыль в ситуации для двух конкурирующих фирм

В) Определите, пожалуйста, цену и объем продаж и прибыль в ситуации для трех и произвольного числа фирм

БИЛЕТ 14

1. Особенности спроса и максимизация прибыли при наличии сетевых эффектов в условиях конкуренции и монополии

2. Вы конкурируете с тремя основными конкурентами на рынке со слабой дифференциацией продукта. Исторические «Большая четверка» контролировала около 80 % рынка. Цены были стабильны, но ваша доля на рынке постепенно снижалась с 25% несколько лет назад до 15% в настоящее время. Вы размышляете о принятии стратегии агрессивного снижения цен с целью захвата большей доли рынка. Обсудите следующий фактор, влияющий на Ваше решение:

Вы можете выборочно проводить политику снижения цен, в этом случае ваши конкуренты узнают о Вашей агрессивной ценовой стратегии не сразу, а через один-два квартала

3. На рынке со спросом $Q^D = 300 - 3 * P$ (p – цена, руб., Q – объем продаж, тыс. шт.) работают 10 одинаковых фирм, суммарные издержки каждой из которых заданы в виде

$TC(q) = q^2 + 20q + 100$. Фирмы ведут себя конкурентным образом и рассматривают себя как ценополучателей

- А) Как будет выглядеть кривая предложения отдельно взятой фирмы?
- Б) Определите кривую рыночного предложения
- В) Найдите рыночную цену, объем выпуска и прибыль каждой фирмы
- Г) Как будет выглядеть решение этой задачи, если представить, что все десять фирм конкурируют a-la Курно. На сколько будут отличаться результаты?

БИЛЕТ 15

1. Аллокационная, производственная и динамическая эффективность монополии. Подход Йозефа Шумпетера

2. Вы конкурируете с тремя основными конкурентами на рынке со слабой дифференциацией продукта. Исторические «Большая четверка» контролировала около 80 % рынка. Цены были стабильны, но ваша доля на рынке постепенно снижалась с 25% несколько лет назад до 15% в настоящее время. Вы размышляете о принятии стратегии агрессивного снижения цен с целью захвата большей доли рынка. Обсудите следующий фактор, влияющий на Ваше решение:

Особенности Вашей индустрии состоят в высоких фиксированных и низких предельных

издержках, как это характерно для производства большинства информационных товаров

3. На рынке со спросом $Q^D = 300 - 3 * P$ (P – цена, руб., Q – объем продаж, тыс. шт.) работают 10 одинаковых фирм, суммарные издержки каждой из которых заданы в виде

$TC(q) = q^2 + 20q + 100$. Все 10 фирм объединились в картель и используют свою рыночную власть.

- А) Как будет выглядеть кривая спроса для каждой из фирм, входящих в картель
- Б) Задайте обратную кривую спроса и кривую предельного дохода
- В) Найдите рыночную цену, объем выпуска и прибыль каждой фирмы, входящую в картель

БИЛЕТ 16

1. Радикальные и нерадикальные инновации.

2. Вы конкурируете с тремя основными конкурентами на рынке со слабой дифференциацией продукта. Исторические «Большая четверка» контролировала около 80 % рынка. Цены были стабильны, но ваша доля на рынке постепенно снижалась с 25% несколько лет назад до 15% в настоящее время. Вы размышляете о принятии стратегии агрессивного снижения цен с целью захвата большей доли рынка. Обсудите следующий фактор, влияющий на Ваше решение:

Происходит и ожидается дальнейшее общее снижение объемов продаж на Вашем рынке, т.к. активно развиваются альтернативные технологии.

3. На рынке со спросом $Q^D = 300 - 3 * P$ (P – цена, руб., Q – объем продаж, тыс. шт.) работают 10 одинаковых фирм, суммарные издержки каждой из которых заданы в виде

$TC(q) = q^2 + 20q + 100$. Девять фирм объединились в картель и используют свою рыночную власть, но одна фирма не вошла в картель (стала оппортунистом, далее ОП) и проводит свою самостоятельную сбытовую политику, связанную с предложением товара на рынке ($q_{оп}$).

- А) Задайте кривую предложения фирмы-оппортуниста
- Б) Задайте кривую остаточного спроса для фирм входящих в картель
- В) Как будет выглядеть кривая спроса для каждой из фирм, входящих в картель
- Г) Задайте обратную кривую спроса и кривую предельного дохода для каждой фирмы, входящей в картель
- Д) Найдите рыночную цену, объем выпуска и прибыль каждой фирмы, входящую в картель

- Е) Найдите рыночную цену, объем выпуска и прибыль для фирмы-оппортуниста. Выгодно ли быть оппортунистом?
- Ж) Решите задачу для ситуации *6-ти* оппортунистов и *4-х фирм*, оставшихся в картеле

БИЛЕТ 17

1. Модель выгод от вложения в нерадикальные инновации для ситуации монополии и олигополии

2. В 1918 году Конгресс США разрешил формирование экспортных картелей. Данные свидетельствуют, что с наибольшей вероятностью картели формируются в тех отраслях, в которых американские картели имеют большую долю рынка, капиталоемких отраслях, в отраслях продающих стандартизированную продукцию, а также в отраслях с высоким ростом экспорта. Прокомментируйте

3. На рынке со спросом $Q^D = 300 - 3 * P$ (P – цена, руб., Q – объем продаж, тыс. шт.) работают 10 одинаковых фирм, суммарные издержки каждой из которых заданы в виде

$TC(q) = q^2 + 20q + 100$. Пусть N фирм объединяются в картель для максимизации прибыли, а остальные $10 - N$ формируют конкурентное окружение и являются оппортунистами.

- А) Найдите, пожалуйста, объем производства каждого члена картеля
- Б) Найдите рыночную цену
- В) Найдите объем продаж каждой фирмы, не вошедшей в картель.
- Г) Покажите неустойчивость данного типа картельного сговора

БИЛЕТ 18

1. Равновесие на рынке монополистической конкуренции

2. Министерство образования РФ устанавливает минимальную рекомендуемую цену для определения стоимости обучения как для государственных (внебюджетные мест), так и для негосударственных вузов. Как данная политика сказывается на возможной картелизации отрасли?

3. Продажу винограда на рынке с суточным спросом $Q^D = 2000 - 20 * P$ контролирует фирма «Кишмиш». Ее предельные издержки составляют 40 руб./кг.

А) Определить цену и объем продаж монополиста

Однажды на рынке появляется конкурент, предлагающий сделку: он быстро продает 400 кг винограда по 50 руб., после чего фирма «Кишмиш» остается монополистом на остаточном спросе. Альтернативой является продажа винограда по цене не выше 50 руб. Тогда конкурент в борьбу не вступает.

Б) Определить экономически оптимальное поведение и прибыль фирмы «Кишмиш» в этих условиях?

БИЛЕТ 19

1. Кривая реакции.

2. Технология книжного издательства характеризуется высокими постоянными издержками (набор и форматирование) и низкими предельными издержками (печать). Цены устанавливаются на уровне значительно более высоком, чем предельные издержки. Однако, издательский бизнес характеризуется обычной нормой прибыли. Совпадают ли эти факты с предположением о максимизации прибыли издателями?

3. Продажу винограда на рынке с суточным спросом $Q^D = 2000 - 20 * P$ контролирует фирма «Кишмиш». Ее предельные издержки составляют 40 руб./кг.

Может ли конкурент увеличить свои прибыли, управляя своей ценой и объемом поставок, например, продав «по-тихому» виноград после того как фирма «Кишмиш» продала свой виноград и закрыла торговую точку пораньше? Предельные издержки для него также составляет 40 руб./кг.

БИЛЕТ 20

1. Поведение фирмы, доминирующей на рынке

2. Технология книжного издательства характеризуется высокими постоянными издержками (набор и форматирование) и низкими предельными издержками (печать). Цены устанавливаются на уровне значительно более высоком, чем предельные издержки. Однако, издательский бизнес характеризуется обычной нормой прибыли. Какая модель (монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, конкурентный отбор, совершенная конкуренция) может наилучшим образом описать ситуацию в данной отрасли?

3. Предположим, что в некоторой стране действуют два конкурирующих между собой Интернет-провайдера. Обе компании много средств расходуют на рекламу своих услуг и устанавливают цены на услуги ежемесячно. Таким образом, до начала месяца компании одновременно должны решить, сколько ресурсов размещать в рекламу. Если обе компании назначат низкие цены на свои услуги, то каждая получит \$10 млн. прибыли. Если обе анонсируют высокие цены, то прибыль каждой компании составит \$15 млн. Если одна назначит высокие цены, а другая низкие, то компания, назначившая высокие цены понесет убытки в размере \$1 млн., а компания с низкими ценами получит прибыль в \$20 млн.

- А) Найдите равновесие по Нэшу в однопериодной игре, то есть только для одного месяца.
 Б) Могут ли компании добиться более высоких прибылей в равновесии, если игра повторяется каждый месяц?

БИЛЕТ 21

1. Равновесие на олигопольном рынке a-la Бертран.

2. Рынок моющих средств – рынок монополистической конкуренции. У каждой фирмы свой бренд, каждый бренд эффективно дифференцирует себя от других и каждая фирма имеет определенную рыночную власть (т.е. имеет дело с отрицательно наклоненной кривой спроса). Однако, ни один из брендов не приносит экономической прибыли, так как вход в отрасль открыт. Каждая из фирм имеет идентичную функцию издержек в форме блюда.

Предположим, что правительство провело комплексное исследование качества моющих средств и пришло к выводу, что все они одинаковы. Население приняло эти выводы и перестало реагировать на бренд моющего средства.

Что произойдет с ценой на моющие средства (проиллюстрируйте графически)

3. На рынке со спросом $Q^D = 1200 - P$ действует устанавливающая цену фирма-лидер, характеризующаяся более низкими издержками $TC_0(q_0) = q_0^2 + 300q_0 + 2000$, и 5 фирм конкурентного окружения, чьи издержки производства равны $TC_i(q_i) = 5q_i^2 + 300q_i + 2000$.

- А) Определите остаточный спрос на продукцию лидера
 Б) Какую цену установит лидер с целью максимизации своей прибыли?

- В) Какими будут объемы поставок лидера и конкурентов?
- Г) Чему равны их прибыли?
- Д) Смогут ли на рынке помимо лидера разместиться не 5, а 30 фирм конкурентного окружения?

БИЛЕТ 22

1.Равновесие на олигопольном рынке а-la Курно.

2.Рынок моющих средств – рынок монополистической конкуренции. У каждой фирмы свой бренд, каждый бренд эффективно дифференцирует себя от других и каждая фирма имеет определенную рыночную власть (т.е. имеет дело с отрицательно наклоненной кривой спроса). Однако, ни один из брендов не приносит экономической прибыли, так как вход в отрасль открыт. Каждая из фирм имеет идентичную функцию издержек в форме блюда.

Предположим, что правительство провело комплексное исследование качества моющих средств и пришло к выводу, что все они одинаковы. Население приняло эти выводы и перестало реагировать на бренд моющего средства.

Как данное открытие скажется на числе фирм в отрасли?

3.Кривая рыночного спроса на продукцию отрасли описывается уравнением

$Q^D = 53 - P$. Предположим, что в отрасли N фирм, предельные издержки каждой постоянны и равны $MC = 5$. Конкуренция а-la Курно.

- А) Определите кривую реакции первой фирмы в зависимости от объема выпуска $(N - 1)$ фирм
- Б) Так как предельные издержки у каждой фирмы одинаковы, то в равновесии по Нэшу объем производства каждой фирмы так же будет одинаков. Включите данное условие в кривую реакции первой фирмы
- В) Сколько будет выпускать каждая из фирм? Чему равен суммарный объем выпуска? Какова будет рыночная цена? Какая прибыль будет у каждой из фирм?
- Г) Покажите, что при увеличении числа фирм N рыночная цена будет приближаться к цене, которая существовала бы в условиях совершенной конкуренции.

БИЛЕТ 23

1.Равновесие на олигопольном рынке а-la Штакельберг.

2. Рынок моющих средств – рынок монополистической конкуренции. У каждой фирмы свой бренд, каждый бренд эффективно дифференцирует себя от других и каждая фирма имеет определенную рыночную власть (т.е. имеет дело с отрицательно наклоненной кривой спроса). Однако, ни один из брендов не приносит экономической прибыли, так как вход в отрасль открыт. Каждая из фирм имеет идентичную функцию издержек в форме блюда.

Предположим, что правительство провело комплексное исследование качества моющих средств и пришло к выводу, что все они одинаковы. Население приняло эти выводы и перестало реагировать на бренд моющего средства.

Что произойдет с объемами продаж? Что будет с валовой выручкой отрасли?

3. На рынке присутствуют три фирмы со следующей структурой предельных издержек $MC_1 = 1; MC_2 = 2; MC_3 = 3$. Эконометрические исследования позволили определить спрос на продукцию трех фирм как $Q^D = 10 - P$, потребители воспринимают продукцию всех трех фирм как идентичную. Конкуренция a-la Курно

- А) Постройте кривую реакции для первой фирмы, предполагая неизменность выбора объемов выпуска второй и третьей фирмами
- Б) Постройте кривые реакции для второй и третьей фирмы
- В) Решите систему из трех уравнений с тремя неизвестными и найдите объем выпуска для каждой из трех фирм
- Г) Определите рыночную цену и прибыль каждой фирмы

БИЛЕТ 24

1. Определение типа стратегического взаимодействия

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

3. На рынке присутствуют три фирмы со следующей структурой предельных издержек $MC_1 = 1; MC_2 = 2; MC_3 = 3; MC_4 = 5$. Эконометрические исследования позволили определить спрос на продукцию трех фирм как $Q^D = 10 - P$, потребители воспринимают продукцию всех трех фирм как идентичную. Конкуренция a-la Бертран. Если на рынке

остаются две и более фирм, то рынок делится поровну

А) Какой будет прибыль первой, второй и третьей фирмы, если цена будет равна 5?

Б) Какой будет прибыль первой и второй фирмы, если цена равна 3?

В) Какой будет прибыль первой фирмы, если цена снизится до 2 и она останется на рынке одна?

Г) Каким будет исход этой игры при отсутствии кооперации между фирмами? При наличии кооперации между первой и второй фирмами?

Д) А если фирмы конкурируют по типу a-la Курно?

БИЛЕТ 25

1.Использование сетевых эффектов в поведении фирмы

2.Обобщение типичных проблем, связанных со стратегическим поведением на отраслевых рынках

3.Пусть обратная функция спроса монополиста задана как $P = A - B * Q$, кривая предельных издержек постоянна и равна $MC = C$, где $A > 0, B > 0, A > C$. На продукт, производимый монополистом, введен косвенный специфический налог размера T . Чему будут равны цена, объем производства и прибыль монополиста после введения косвенного специфического налога?