

Задача по теме 13 раздела 2 «Совершенная конкуренция»

Решение:

В условиях совершенной конкуренции $MR = P$ (цена единицы продукции)

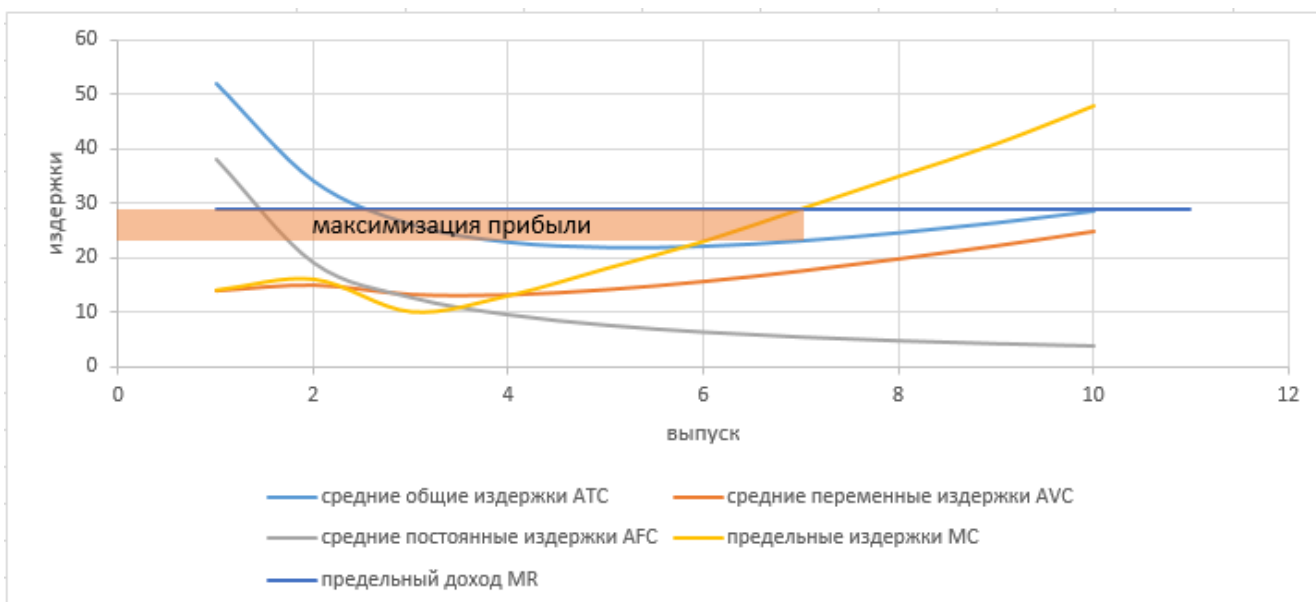
Формулы, используемые для расчетов:

- 1) $TR = Q \cdot P$
- 2) $AR = TR/Q$
- 3) $TC = TFC + TVC$
- 4) $ATC = TC/Q$
- 5) $AVC = TVC/Q$
- 6) $AFC = TFC/Q$
- 7) $MC = \Delta TC / \Delta Q$
- 8) $\pi = TR - TC$

После произведенных расчетов, таблица будет выглядеть следующим образом:

объем выпуска	Q	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
общий доход	TR	0	29	58	87	116	145	174	203	232	261	290
средний доход	AR	-	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
предельный доход	MR	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29	29
общие издержки	TC	38	52	68	78	91	109	132	161	196	237	285
совокупные постоянные издержки	TFC	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38
совокупные переменные издержки	TVC	0	14	30	40	53	71	94	123	158	199	247
средние общие издержки	ATC	-	52	34	26	23	22	22	23	25	26	29
средние переменные издержки	AVC	-	14	15	13	13	14	16	18	20	22	25
средние постоянные издержки	AFC	-	38	19	13	10	8	6	5	5	4	4
предельные издержки	MC	14	16	10	13	18	23	29	35	41	48	н/д*
прибыль/убыток	π	-38	-23	-10	9	25	36	42	42	36	24	5

* для расчета предельных издержек (MC) недостаточно данных (в т.ч., совокупных переменных издержек при 11 объеме выпуска)



Задача по теме 11 раздела 2 «Основы потребительского поведения»

Решение:

Чем кривая безразличия дальше от начала координат, тем выше степень удовлетворения потребностей и, следовательно, полезность набора товаров. Таким образом, кривая безразличия *вариант 1* характеризует наибольшую степень удовлетворения потребностей, а кривая *вариант 3* соответствует более низкому уровню удовлетворения потребностей, и, следовательно, наборы, описываемые кривой безразличия *вариант 1* обладают для потребителя большей полезностью, а *вариант 3* меньшей полезностью.

Имеющейся информации для определения равновесия потребителей (оптимального уровня потребления студентов/ максимизации полезности) не достаточно, т.к. надо проанализировать покупательную способность потребителя - его бюджетное ограничение, т.е. учесть доход потребителя и цены товаров.