

УДК 330.1
ББК 65.05
У 67

Автор-составитель Н. В. Кузнецов, канд. экон. наук, доцент

Рецензенты: И. М. Шпаньков, начальник отдела социально-трудовых отношений Комитета по труду, занятости и социальной защите Гомельского облисполкома;
Л. К. Климович, канд. экон. наук, доцент Белорусского торгово-экономического университета потребительской кооперации

Рекомендован к изданию научно-методическим советом учреждения образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации». Протокол № 1 от 14 октября 2014 г.

Управленческая экономика : практикум для реализации содержания образовательных программ высшего образования II ступени / авт.-сост. Н. В. Кузнецов. – Гомель : учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2015. – 52 с.

ISBN 978-985-540-237-5

Издание включает в себя планы семинарских занятий, тематику научных докладов и рефератов в соответствии с учебной программой по дисциплине «Управленческая экономика», призванной интегрировать экономическую теорию с наукой управления и другими научными дисциплинами, чтобы выработать практический подход для принятия управленческих решений как в частном, так и в общественном секторе экономики. По каждой теме в целях закрепления материала приводятся тесты. По темам, которые носят практический характер, даны ситуационные задания.

Практикум предназначен для магистрантов специальности 1-26 81 01 «Бизнес-администрирование».

УДК 330.1
ББК 65.05

ISBN 978-985-540-237-5

© Учреждение образования «Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации», 2015

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Практикум по учебной дисциплине «Управленческая экономика» учитывает требования образовательного стандарта специальности «Бизнес-администрирование» и включает планы семинарских занятий, тематику научных докладов и рефератов для углубленного изучения тем курса, ситуации для практических занятий, а также тесты для проверки знаний.

Цель издания заключается в выработке практического подхода для принятия управленческих решений в частном и общественном секторах экономики.

Задания, включенные в практикум, позволят магистрантам в первую очередь ознакомиться с основами управленческой экономики, методами выработки оптимальных решений в условиях определенности, неопределенности и риска; развить навыки анализа спроса, производственной функции, затрат и прибыли для оптимизации принимаемых управленческих решений; сформировать представление о выпуске продукции и принятии ценовых решений в различных рыночных структурах; ознакомиться с практикой ценообразования и логикой разработки специфической политики ценообразования.

Магистранты в результате решения практических заданий научатся применять микроэкономический анализ и средства практического использования экономической теории для выработки конкретных управленческих решений организации, а также приобретут навыки самостоятельной оценки конкретной ситуации, сложившейся в организации и оптимизации управленческих решений организации.

Контролировать объем полученных магистрантами знаний позволят представленные в практикуме тестовые задания.

Содержание практикума соответствует современному научному уровню, учитывает тенденции, характерные для развития инновационной экономики Республики Беларусь, и изменения в нормативно-правовых материалах, регламентирующих деятельность субъектов хозяйствования.

ПЛАНЫ, ТЕМЫ РЕФЕРАТОВ И ДОКЛАДОВ, СИТУАЦИОННЫЕ ЗАДАНИЯ, ТЕСТЫ, МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ СИТУАЦИОННЫХ ЗАДАНИЙ

Тема 1. Введение в управленческую экономику

План

1. Понятие «управленческая экономика».
2. Экономическая теория и управленческая экономика.
3. Аналитические средства управленческой экономики.

Темы рефератов и докладов

1. Предмет, содержание и задачи курса «Управленческая экономика».
2. Экономическая теория и управленческая экономика.
3. Аналитические средства управленческой экономики.

Тема 2. Фирма и альтернативные модели ее поведения

План

1. Роль фирмы в обществе и понятие альтернативных моделей ее поведения.
2. Модель максимизации прибыли и ее ограничения.
3. Модели максимизации продаж и максимизации роста.
4. Модель управленческого поведения: управленческой выгоды, управленческой благоразумности, агентская модель.
5. Модель максимизации добавленной стоимости.

Темы рефератов и докладов

1. Институциональная природа фирмы.
2. Роль фирмы в обществе и понятие альтернативных моделей ее поведения.
3. Модель максимизации прибыли и ее ограничения.

4. Модели максимизации продаж и максимизации роста.
5. Модель управленческого поведения: управленческой выгоды, управленческой благоразумности, агентская модель.
6. Модель максимизации добавленной стоимости.

Ситуационные задания

Ситуация 2.1. Некоторые экономисты развивают теорию фирмы, постулирующую, что фирмы стремятся к максимизации продаж, а не прибыли или стоимости фирмы.

Объясните следующее:

- как мотивация управляющих может ориентировать их на максимизацию продаж в большей степени, чем прибыли;
- причины, по которым мы сохраняем теорию фирмы, отдающую предпочтение максимизации стоимости фирмы перед максимизацией продаж.

Ситуация 2.2. Другая модель, альтернативная модели максимизации стоимости фирмы, постулирует, что с появлением современных корпораций и связанного с ними отделения владения от управления управляющие будут больше заинтересованы в максимизации личного благосостояния, чем в прибылях корпорации.

Выполните следующее:

- укажите, как вы можете измерить выгоды управляющего;
- объясните, почему такая теория не может заменить теорию фирмы, выраженную в терминах максимизации стоимости.

Ситуация 2.3. Хотя все успешные фирмы стремятся к росту и часто преуспевают в этом, существует предел их роста. Объясните, в чем тут дело.

Ситуация 2.4. Корпорация имеет капитализированную стоимость в 25 долл. США на акцию при годовом доходе 3 долл. США на акцию. Упомянутая корпорация получила инвестиционное предложение, позволяющее повысить ее доход в размере 95 центов на акцию, но одновременно увеличивающее деловой риск, что требует увеличения дохода от инвестиций на 15%.

Ответьте на следующие вопросы:

- Какова текущая величина дохода на инвестиции компании?
- Следует ли компании принять такое предложение?

- Каким образом риск связан с доходом?
- В чем состоит главная проблема компании при выработке решений об инвестициях на будущее?

Ситуация 2.5. Фирма ведет рекламную кампанию, которая, как предполагается, позволит повысить годовой доход до 115 тыс. долл. США от каждых 100 тыс. долл. США, потраченных сегодня. Определите, должна ли фирма сегодня отдать из дохода 100 тыс. долл. США с тем, чтобы получить через год 115 тыс. долл. США.

Ситуация 2.6. Фирма рассматривает три предложения. Как показано в таблице 1, первое предложение обещает приносить по 10 тыс. долл. США дохода ежегодно на протяжении 10 лет. Второе предложение позволит иметь 75 тыс. долл. США дохода на протяжении четырех лет (в сумме). Третье предложение обещает суммарный доход в 115 тыс. долл. США. Однако поступления начнутся по истечении трех лет и завершатся полностью через 5 лет.

Таблица 1 – Распределение потока наличности, долл. США

Год	Предложение 1	Предложение 2	Предложение 3
1-й	10 000	30 000	0
2-й	10 000	20 000	0
3-й	10 000	15 000	0
4-й	10 000	10 000	10 000
5-й	10 000	0	15 000
6-й	10 000	0	20 000
7-й	10 000	0	30 000
8-й	10 000	0	40 000
9-й	10 000	0	0
10-й	10 000	0	0
Всего	100 000	75 000	115 000

Определите следующее:

- текущую стоимость каждого предложения при ставке дисконтирования в 8, 12 и 18%;
- как сказывается распределение потока наличности во времени на текущей стоимости предложения.

Ситуация 2.7. Вы собираетесь купить новый автомобиль и договорились с дилером о цене в 25 000 долл. США. Ваших денег достаточно для того, чтобы уплатить за лицензию, страховку и внести в оплату машины 10 000 долл. США. Ваш кредитный союз согласен финансировать остаток долга на протяжении трех лет из расчета 12% годовых, но может сократить эту ставку до 11%, если вы вернете долг за 2 года.

Ответьте на следующие вопросы:

- Каковы будут ежемесячные выплаты при финансировании покупки автомобиля в течение трех лет?
- Каковы будут ежемесячные выплаты при финансировании покупки автомобиля в течение двух лет?
- Сколько можно сэкономить, если финансировать покупку на протяжении двух лет вместо трех?

Тест

Закончите фразу, выбрав правильный вариант ответа из предложенных ниже.

1. В отрасли действуют 100 фирм, рыночная цена единицы продукции равна 45 тыс. бел. р. Если минимальные средние издержки отрасли в долгосрочном периоде равны 30 тыс. бел. р., а общие издержки 60 тыс. бел. р., то цена и предложение с приближением отрасли к конкурентному равновесию будут изменяться следующим образом:

- а) увеличение предложения сопровождается ростом цены;
- б) увеличение предложения при сохранении уровня цены;
- в) уменьшение предложения сопровождается ростом цены;
- г) увеличение предложения сопровождается снижением цены.

2. Фирма производит 20 тыс. телефонов в год при средних переменных издержках в размере 1 750 тыс. бел. р. и средних издержках производства 2 150 тыс. бел. р. При рыночной цене одного телефона 2 500 тыс. бел. р. фирма получает прибыль, равную:

- а) 16 млн бел. р.;
- б) 7 млн бел. р.;
- в) 9 млн бел. р.;
- г) 4,3 млн бел. р.

3. Если фермер продает свой урожай пшеницы по цене ниже рыночной, то это:

- а) понижает цену на сельскохозяйственном рынке;
- б) сбивает цену пшеницы;
- в) не влияет на рыночную цену пшеницы;
- г) уменьшает количество фермеров из-за понижения общего уровня цены.

4. В краткосрочном периоде конкурентная фирма, максимизирующая прибыль или минимизирующая убытки, не будет продолжать производство, если:

- а) цена продукта ниже минимальных средних издержек;
- б) средние постоянные издержки выше цены продукта;
- в) цена продукта ниже минимума средних переменных издержек;
- г) цена продукта ниже предельных издержек;
- д) общий доход не покрывает общих издержек фирмы.

5. Рост экономической прибыли на конкурентном рынке не способствует:

- а) расширению производства в действующих фирмах;
- б) притоку в отрасль новых фирм;
- в) повышению рыночной цены продукта;
- г) повышению цен на используемые ресурсы;
- д) возникновению сил, которые постепенно сведут эту прибыль к нулю.

6. Совершенно конкурентный рынок с равновесным объемом продукции 100 тыс. автомобилей в год захватили две фирмы. В случае получения ими нулевой экономической прибыли, при условии равенства средних и предельных издержек при любом объеме выпуска, объем выпуска каждой из них составит:

- а) 25 и 75 тыс. шт.;
- б) 50 и 50 тыс. шт.;
- в) 25 и 50 тыс. шт.;
- г) 75 и 25 тыс. шт.

7. На рынке действуют 6 фирм, имеющих доли 10%, 20, 20, 25, 15, 10%. Если вторая и шестая фирмы сольются, индекс концентрации изменится:

- а) на 400%;
- б) на 100%;

- в) на 500%;
- г) не изменится.

Тема 3. Выработка решений фирмы в условиях определенности, риска и неопределенности

План

1. Среды принятия решений фирмы.
2. Выработка решений в условиях определенности.
3. Выработка решений в условиях риска.
4. Выработка решений в условиях неопределенности.
5. Методы снижения опасности неопределенности.

Темы рефератов и докладов

1. Неопределенность и риск в управленческих решениях.
2. Влияние профессионализма персонала на неопределенности при разработке управленческих решений.
3. Типы ошибок в управленческой деятельности, увеличивающие неопределенности при разработке управленческих решений.
4. Организационные методы уменьшения неопределенностей.
5. Меры по снижению возможного риска управленческих решений.
6. Страхование рисков при разработке управленческого решения.
7. Риск и его разновидности.

Ситуационные задания

Ситуация 3.1. Двигатель вашего автомобиля перестал заводиться, вы предполагаете проявление одного из двух дефектов: дефекта А с вероятностью 0,1 и дефекта Б с вероятностью 0,9. Если вы начнете ремонт и окажется, что имеет место дефект А, то успех вам гарантирован с вероятностью 0,3. При наличии дефекта Б вы достигните успеха с вероятностью 0,7. Если пригласить знакомого для ремонта, то в случае дефекта А вероятность успеха будет 0,9, а в случае дефекта Б – 0,1.

Определите вероятность успеха при использовании каждого варианта ремонта и примите решение.

Ситуация 3.2. Для осуществления производственного процесса необходимо бесперебойное обеспечение сырьем, электроэнергией и комплектующими изделиями. Надежность поставщика сырья (вероятность своевременной поставки сырья определенного качества) оценивается как 0,95, поставщика комплектующих изделий – 0,9, вероятность бесперебойной работы энергосистемы – 0,97.

Выполните следующее:

- укажите, в чем выражается производственный риск;
- оцените общую степень риска.

Ситуация 3.3. В конце года по результатам работы фирмы оказалось, что имеется дополнительная прибыль, часть которой целесообразно вложить в развитие одного из рентабельных предприятий, перерабатывающих продукцию по профилю вашей организации: А и Б. Необходимые данные по каждому предприятию для принятия управленческого решения представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Оценка вариантов вложения капитала

Показатели	Предприятие А			Предприятие Б		
	Количество случаев наблюдения	34	36	30	30	50
Прибыль, млн р.	50	20	30	20	30	50
Вероятность	0,4	0,3	0,3	0,3	0,5	0,2
Количество инвесторов, ед.	100			100		

Выполните следующее:

- определите, в какое предприятие вам следует вложить капитал;
- перечислите критерии, которые следует использовать при оценке риска инвестора.

Ситуация 3.4. Хозяйственный руководитель использует в своей деятельности складские помещения, в которых размещает поступающие минеральные удобрения. Нормативная минимальная ставка технического риска в случае кражи – 0,05, в случае пожара – 0,08.

Выполните следующее:

- оцените величину риска, если никаких мер по его снижению не предпринимается;
- определите, насколько изменится общая ставка риска, если руководитель примет решение поставить противопожарную сигнализацию, и усилить охрану складов.

Ситуация 3.5. Успех реализации управленческого решения (технологическая инновация) зависит от двух факторов: внимательности персонала и надежности работы оборудования. Ошибки персонала происходят в среднем три раза на каждые 100 операций. При этом средний ущерб от одной ошибки составляет 450 тыс. р. Сбои в работе оборудования происходят в среднем 12 раз на каждые 1 000 ч работы, и каждый сбой обходится в 700 тыс. р.

Определите общую степень риска данного решения (вероятность дополнительных потерь в результате ошибок персонала или сбоя оборудования) и среднюю величину потерь.

Ситуация 3.6. Управленческое решение (инвестиционный проект) реализуется в три этапа. Вероятность прекращения проекта на первом этапе – 0,5; на втором – 0,3 и на третьем – 0,1. Потери на первом этапе составят 56 млн р., на втором – 112 млн р., на третьем – 84 млн р.

Определите степень и цену риска данного проекта.

Методические указания по выполнению ситуационных заданий

Ситуация 3.1. Решение задачи удобнее привести в форме таблицы 3, где отражены предварительные расчеты. В данной задаче расчет проводится для двух случаев: будете ли вы проводить ремонт сами или пригласите знакомого.

Таблица 3 – Предварительные расчеты для принятия решения

Дефект	Вероятность дефекта	Вероятность успеха при ремонте		Вероятность устранения дефекта	
		собственными силами	с помощью знакомого	собственными силами	с помощью знакомого
А					
Б					

Вероятность успеха (шанс на успех) определяется с использованием правила математического сложения рисков (правило 2), т. е. по формуле

$$P_{\text{общ}} = p_1 + p_2 + p_1 \cdot p_2,$$

где $P_{\text{общ}}$ – шанс на успех i -го варианта;
 p_1 и p_2 – степень шанса для i -го случая.

Ситуация 3.2. Общая степень риска в данном случае определяется по правилу поглощения рисков (правило 1). Если риски (p_i) относятся к одной области деятельности, но проявление негативных факторов происходит независимо друг от друга, то вероятность их проявления ($P_{общ}$) оценивается по максимальному значению:

$$P_{общ} = \max (p_i).$$

Ситуация 3.3. Дополнительная прибыль для каждого предприятия определяется по формуле

$$П_{доп} = K_{инв i} \cdot П_{p i} \cdot B_{np i} ,$$

где $K_{инв i}$ – количество инвесторов;

$П_{p i}$ – возможная сумма прибыли, млн р.;

$B_{np i}$ – вероятность получения прибыли.

Ситуация 3.4. Для выполнения задания используются:

1. Правило математического сложения рисков (правило 2) т. е.:

$$P_{общ} = p_1 + p_2 + p_1 \cdot p_2 .$$

2. Правило поглощения рисков (правило 1 – по максимальному значению):

$$P_{общ} = \max (P_i),$$

где $P_{общ}$ – общая мера риска в данной области;

p_1 и p_2 – степень частных рисков в данной области.

Ситуация 3.5. Общая степень риска данного решения (вероятность дополнительных потерь в результате ошибок персонала или сбоя оборудования) определяется по правилу математического сложения рисков:

$$P_{общ} = p_1 + p_2 + p_1 \cdot p_2 ,$$

где $P_{общ}$ – общая мера риска в данной области;

p_1 и p_2 – степень частных рисков в данной области.

Цена риска (средняя величина потерь) рассчитывается как средняя арифметическая величина:

$$\dot{I}_{\delta} = \sum \frac{p_i \cdot M_{pi}}{\sum p_i},$$

где M_p – цена риска;

M_{pi} – частная цена риска в данной области;

p_i – степень частных рисков в данной области.

Ситуация 3.6. При решении используется правило логического сложения рисков (правило 3): если риски относятся к разным областям деятельности, но негативные факторы проявляются в зависимости один от другого, то степень риска $P_{общ}$ рассчитывается как сумма произведений риска одного события на шансы других:

$$P_{общ} = p_i \cdot q_j,$$

где p_i – степень риска для i -го случая;

q_j – оценка шанса для j -го случая ($q_j = 1 - p_i$).

Если цена риска предшествующего этапа реализации решения превышает цену риска последующего, непосредственно связанного с первым, то второй исключается из расчетов. В противном случае учитывается риск второго этапа.

Тест

Закончите фразу, выбрав правильный вариант ответа из предложенных ниже.

1. Основным признаком неопределенности является:

- а) нечеткость ограничений и последствий реализации решений;
- б) невозможность построения формальной математической модели;
- в) отсутствие полноты и достоверности информации;
- г) сложность рассмотрения случайных событий и процессов.

2. В поиске решения задач с информационной неопределенностью основную роль играют:

- а) формальные методы;
- б) человек;
- в) технические средства;
- г) математические модели.

3. Смысл понятия «риск» при принятии управленческих решений означает:

- а) опасность принятия неудачного решения;
- б) отсутствие необходимой информации для анализа ситуации;
- в) вероятность потери ресурсов или неполучения дохода;
- г) невозможность прогнозировать результаты решения.

4. Потерями называют:

- а) шансы на нанесение ущерба;
- б) расходы, неизбежные в предпринимательской деятельности;
- в) снижение прибыли в сравнении с ожидаемыми величинами;
- г) нет правильного ответа.

5. Решение принимается в условиях риска, если:

- а) невозможно прогнозировать его результат;
- б) оно может иметь несколько исходов с определенной степенью вероятности;
- в) невозможно определить вероятность его осуществления.

6. Информация с точки зрения процесса разработки и реализации управленческих решений – это:

- а) совокупность сведений о состоянии управляемой и управляющей систем и внешней среды;
- б) любые изменения, происходящие в производственно-хозяйственной деятельности;
- в) качественная характеристика процесса управления;
- г) источник знаний о менеджменте.

7. Свойством информации, характеризующим специфику ее потребления, является:

- а) способность быть средством отражения событий, процессов;
- б) многократность использования;
- в) средства труда менеджера;
- г) основа процесса управления.

8. Признак «источник возникновения» характеризует информация:

- а) внутренняя;
- б) первичная;
- в) по кадрам;
- г) по процессам.

9. К информационным ресурсам как элементу информационной системы относятся:

- а) носители информации;
- б) технические средства сбора, передачи и обработки информации;
- в) контингент работников;
- г) методики, инструкции и программы, регламентирующие процессы прохождения информации в системе.

10. Разработка управленческих решений в условиях неопределенности характеризуется:

- а) возможностью получения нежелательных результатов;
- б) возможностью получения отрицательных результатов;
- в) обязательностью получения отрицательных результатов.

11. Наиболее часто к возникновению неопределенностей при разработке управленческих решений приводит:

- а) отсутствие полной и достоверной информации;
- б) плохое настроение руководителя при разработке управленческого решения;
- в) поломка компьютера.

12. К полностью управляемым параметрам относятся:

- а) производительность труда;
- б) межличностные отношения в коллективе;
- в) конъюнктура цен на выпускаемую продукцию.

13. К частично управляемым параметрам относятся:

- а) межличностные отношения в коллективе;
- б) конъюнктура цен на выпускаемую продукцию;
- в) производительность труда.

14. К неуправляемым параметрам относятся:

- а) конъюнктура цен на выпускаемую продукцию;
- б) межличностные отношения в коллективе;
- в) производительность труда.

15. Подготовительный этап функционально-стоимостного анализа предусматривает:

- а) выбор конкретного объекта управления для исследования;
- б) разработку модели объекта управления для исследования;
- в) классификацию основных составляющих объекта управления.

16. Информационный этап функционально-стоимостного анализа предусматривает:

- а) выбор конкретного объекта управления для исследования;
- б) разработку модели объекта управления для исследования;
- в) классификацию основных составляющих объекта управления.

17. Аналитический этап функционально-стоимостного анализа предусматривает:

- а) выбор конкретного объекта управления для исследования;
- б) разработку модели объекта управления для исследования;
- в) классификацию основных составляющих объекта управления.

18. Творческий этап функционально-стоимостного анализа предполагает:

- а) поиск решений по улучшению функционирования объекта управления;
- б) создание макета или модели модернизированного объекта управления;
- в) составление технико-экономического описания выбранного варианта объекта управления.

19. Исследовательский этап функционально-стоимостного анализа предусматривает:

- а) поиск решений по улучшению функционирования объекта управления;
- б) создание макета или модели модернизированного объекта управления;
- в) составление технико-экономического описания выбранного варианта объекта управления.

20. Рекомендательный этап функционально-стоимостного анализа предусматривает:

- а) поиск решений по улучшению функционирования объекта управления;
- б) создание макета или модели модернизированного объекта управления;
- в) составление технико-экономического описания выбранного варианта объекта управления.

21. Понятие «чистый риск» означает:

- а) все издержки, связанные с решением, минус вероятная прибыль;

- б) вероятность получения убытка или нулевого результата;
- в) разность между максимально возможными величинами прибыли и убытков;
- г) количественная оценка вероятности получения запланированной прибыли.

22. Спекулятивный риск – это:

- а) риск потерь от проведения биржевых спекуляций;
- б) риск, возникающий при торговых операциях;
- в) вероятность получения как прибыли, так и убытков;
- г) правильные ответы *а* и *б*.

23. Формирование в организации резервных или страховых фондов:

- а) является способом снижения уровня риска;
- б) является способом снижения уровня риска, если размер фонда соответствует величине вероятных потерь;
- в) не является способом снижения уровня риска.

24. Принимая решение, менеджер:

- а) должен избегать риска;
- б) не должен избегать риска;
- в) должен не избегать риска, а управлять им;
- г) все зависит от ситуации.

25. Уровень риска характеризуется:

- а) вероятностью возникновения ущерба;
- б) размером возможного ущерба;
- в) произведением показателей *а* и *б*;
- г) разностью между вероятной прибылью и возможным ущербом.

26. С целью снижения уровня риска применяются:

- а) диверсификация риска;
- б) страхование риска;
- в) создание резервных фондов;
- г) лимитирование риска.

27. Коэффициент риска характеризует отношение:

- а) максимально возможного объема убытков к объему вероятной прибыли;
- б) максимально возможного объема убытков к величине собственного капитала;

- в) объема вероятной прибыли к величине собственного капитала;
- г) объема вероятной прибыли к величине заемных средств.

28. Снизить уровень риска позволяют:

- а) страхование риска;
- б) диверсификация риска;
- в) создание резервных фондов;
- г) лимитирование риска.

29. Величина потерь в зоне допустимого риска не превышает:

- а) расчетной выручки;
- б) расчетной прибыли;
- в) собственного капитала.

30. Риск, связанный с личностью принимающего решение, относится к риску, связанному:

- а) с источником возникновения;
- б) причиной появления;
- в) отношением к страхованию;
- г) к другому виду.

31. При принятии большинства решений исходят из «среднего» уровня риска в пределах:

- а) 5%;
- б) 10%;
- в) 20%;
- г) 30%.

32. Основным методом предотвращения неизбежных рисков является метод:

- а) строительных контрактов;
- б) контрактов продажи, обслуживания, снабжения;
- в) биржевых сделок;
- г) страхования.

33. Приемы снижения степени риска – это:

- а) избежание, удержание и передача риска;
- б) совокупность правил в стратегии риск-менеджмента;
- в) приемы управления риском;
- г) разработка программы рискованной инвестиционной деятельности.

34. Величина степени риска зависит:

- а) от неопределенности хозяйственной ситуации;
- б) от принятой системы рисков;
- в) от разновидностей портфельных инвестиций;
- г) от математически выраженной вероятности наступления потерь.

35. Диверсификация представляет собой:

- а) установление предельных размеров рискованного вложения капитала;
- б) распределение инвестируемых средств между различными объектами вложения капитала;
- в) установление предельных сумм расходов;
- г) резерв денежных или материальных средств.

36. Критериями степени риска являются:

- а) абсолютная степень риска;
- б) относительная степень риска;
- в) ожидаемое значение и вариативность результата;
- г) предельные коэффициенты риска.

37. Стратегия уменьшения степени противодействия означает:

- а) влияние личностных характеристик лиц, принимающих решения, на принятие решения;
- б) процедуру проведения оценки степени сходимости мнений экспертов;
- в) снижение неопределенности хозяйственной ситуации;
- г) использование вероятностных методов обработки полученных результатов.

38. Если руководитель не располагает достаточной информацией для объективной оценки вероятности и принятия решений в условиях риска, то в такой ситуации он использует:

- а) фактическую информацию;
- б) суждение о возможности свершения альтернатив с той или иной субъективной или предполагаемой вероятностью;
- в) суждение об уровне определенности на основе математических вычислений;
- г) нет правильного ответа.

39. Резервный денежный фонд формируется обязательно:

- а) для промышленных предприятий;

б) организаций и предприятий государственной формы собственности;

в) акционерных обществ, кооперативов, предприятий с иностранными инвестициями;

г) организаций и предприятий любой формы собственности.

40. Для транспортного предприятия наиболее эффективным методом снижения рисков является:

а) лимитирование;

б) диверсификация;

в) страхование;

г) самострахование.

41. Риск уменьшения размера процентов и дивидендов по портфельным инвестициям, вкладам и кредитам относится к рискам:

а) предпринимательским;

б) спекулятивным;

в) чистым;

г) инфляционным и дефляционным.

42. В зоне допустимого риска величина вероятных потерь не превышает:

а) расчетной выручки;

б) расчетной прибыли;

в) собственного капитала.

43. Для управленческих решений, принимаемых в условиях риска, характерно следующее:

а) менеджер знает все возможные варианты результата решения и вероятность достижения каждого из них;

б) менеджер знает все возможные варианты результата решения, но не знает вероятности достижения части их;

в) менеджер не знает всех возможных вариантов результата решения, но знает вероятность достижения каждого из известных ему;

г) менеджер не знает ни возможных вариантов результата решения, ни вероятности достижения их.

Тема 4. Анализ спроса и потребительское поведение

План

1. Количественный подход к потребительскому равновесию.
2. Кривая линейного спроса на базе информации о предельной полезности товара.
3. Порядковый подход к потребительскому равновесию.
4. Кривые безразличия и линии бюджетных ограничений.
5. Построение кривой индивидуального спроса на базе кривой «цена – потребление».

Темы рефератов и докладов

1. Количественный подход к потребительскому равновесию.
2. Кривая линейного спроса на базе информации о предельной полезности товара.
3. Порядковый подход к потребительскому равновесию.
4. Кривые безразличия и линии бюджетных ограничений.
5. Построение кривой индивидуального спроса на базе кривой «цена – потребление».

Ситуационные задания

Ситуация 4.1. Объясните, почему вода, которая имеет такое важное значение для жизни, так дешева, в то время как драгоценные камни, в которых мы в сущности не нуждаемся, стоят так дорого.

Ситуация 4.2. Для того чтобы построить модель поведения потребителя, необходимо сделать допущение, что человек способен измерять степень удовлетворенности, получаемой от потребления еще одной дополнительной единицы. Объясните, верно это или нет, и почему.

Ситуация 4.3. Если потребитель находится в состоянии равновесия, а предельная полезность последней потребленной единицы X вдвое выше предельной полезности последней потребленной единицы Y , то какова зависимость между ценой X и ценой Y ?

Ситуация 4.4. Каково уравнение потребительского равновесия, полученное при помощи количественного подхода, и каковы основы для его получения? Каковы условия для потребительского равновесия в соответствии с порядковым подходом? Покажите, что оба подхода приводят к одному и тому же уравнению потребительского равновесия.

Тест

Закончите фразу, выбрав правильный вариант ответа из предложенных ниже.

1. С ростом доходов потребителя кривая спроса по цене на автомобиль будет смещаться вправо:

- а) да;
- б) нет.

2. Сдвиг кривой спроса на товар X объясняется следующим:

- а) предложение товара X по некоторой причине уменьшилось;
- б) цена товара X возросла и потому потребители решили меньше покупать этого товара;
- в) вкусы потребителей вызвали интерес к товару X и поэтому они хотят покупать его при любой данной цене больше, чем раньше;
- г) цена товара X упала, поэтому потребители решили покупать его больше, чем раньше.

3. Рост цен на материалы, необходимые для производства товара X , вызовет:

- а) сдвиг кривой спроса вправо;
- б) сдвиг кривой предложения влево;
- в) сдвиг кривой спроса и кривой предложения влево;
- г) сдвиг кривой предложения вправо.

4. Если два товара взаимозаменяемы, то рост цены на первый вызовет:

- а) падение спроса на 2-й товар;
- б) рост спроса на 2-й товар;
- в) увеличение объема спроса на 2-й товар;
- г) падение величины спроса на 2-й товар.

5. Совершенствование технологии сдвигает:
- а) кривую спроса вверх и вправо;
 - б) кривую спроса вниз и вправо;
 - в) кривую предложения вниз и вправо;
 - г) кривую предложения вверх и влево.
6. Готовность покупать дополнительные единицы производственного товара только по более низкой цене лучше всего объясняет:
- а) эффект замещения;
 - б) принцип убывающей предельной полезности;
 - в) эффект дохода;
 - г) закон предложения.
7. Деятельность спекулянтов:
- а) увеличивает риск для законного предпринимательства;
 - б) усиливает тенденцию к нестабильности цен;
 - в) вызывает экономические бумы;
 - г) всегда приносит прибыль.
8. Спрос и предложение могут быть использованы для объяснения координирующей роли цены:
- а) на товарном рынке;
 - б) на рынке ресурсов;
 - в) на денежном рынке;
 - г) на любом рынке.

Тема 5. Функция спроса. Подход к оценке спроса в исследовании рынка

План

1. Рыночный спрос и функции спроса фирмы.
2. Эластичность спроса по цене: сущность, факторы и методы измерения.
3. Перекрестная эластичность спроса и эластичность спроса по доходу.
4. Экономическая сущность кривых Энгеля.
5. Практическое значение анализа эластичности для принятия фирмой управленческих решений.

Темы рефератов и докладов

1. Рыночный спрос.
2. Эластичность спроса по цене: сущность, факторы и методы измерения.
3. Перекрестная эластичность спроса и эластичность спроса по доходу.
4. Экономическая сущность кривых Энгеля.
5. Практическое значение анализа эластичности для принятия фирмой управленческих решений.

Ситуационные задания

Ситуация 5.1. Эластичность спроса измеряет процентные изменения в требуемом количестве в сравнении с процентными изменениями в ценах. Отсюда следует, что у 10 равных потребителей продукции эластичность должна в 10 раз превышать эластичность для одного потребителя.

Поясните, так ли это.

Ситуация 5.2. Эластичность спроса на продукцию обычно увеличивается по прошествии времени, когда происходят изменения в ценах. Так, уменьшение цены на 1% может привести сначала к увеличению требуемого количества менее чем 1%, но в конечном счете количество может увеличиться на 2%, 5% или даже еще больше. Поясните, так ли это.

Ситуация 5.3. Чем более узкое определение автомобильной продукции, тем более эластичен спрос. Поясните, так ли это.

Ситуация 5.4. Как вы считаете, какой должна быть перекрестная эластичность спроса для некоторых пар продукции: положительной, отрицательной или нулевой? Какое общее правило, если таковое вообще имеется, вы можете вывести из ваших ответов?

Далее представлены следующие пары продукции, которые вы должны проанализировать:

- автомобили с открытым верхом и седаны;
- напитки «Кока-Кола» и «Пепси-Кола»;
- продажа учебников и зачисление в школу;
- парты и стулья.

Ситуация 5.5. Компания производит пылесосы, которые продает по 200 долл. США за штуку. При такой цене объем продаж составляет в среднем около 2 000 шт. в месяц. Однако компания недавно узнала, что ее главный конкурент намеревается снизить цены на свои пылесосы со 190 до 180 долл. США. Руководство компании считает, что перекрестная эластичность между ее продукцией и продукцией ее конкурента составляет +0,8. Принимая другие переменные спроса за постоянные, вычислите возможное снижение объема продаж компании (в штуках и в долларах США).

Ситуация 5.6. Автомобильный центр обычно ежемесячно продает 300 отличных аккумуляторов с пятилетним сроком эксплуатации по цене, установленной в 75 долл. США. Однако в прошлом месяце объем продаж уменьшился до 225 ед. Руководитель отдела по продаже автомобилей считает, что уменьшение объемов продаж явилось результатом продажи аккумуляторов с трехлетним сроком эксплуатации, цена на которые была снижена с 65 до 55 долл. США.

Выполните следующее:

- с помощью дуговой формулы вычислите перекрестную эластичность между автомобильными аккумуляторами с пяти- и трехлетним сроком эксплуатации;
- подсчитайте объем продаж аккумуляторов с пятилетним сроком эксплуатации, если на аккумуляторы с трехлетним сроком эксплуатации будет установлена цена в 60 долл. США.

Тест

Закончите фразу, выбрав правильный вариант ответа из предложенных ниже.

1. Спрос является неэластичным по цене, когда процентное изменение величины спроса больше процентного изменения цены товара:

- а) да;
- б) нет.

2. Спрос на мармелад более эластичен, чем спрос на сахар:

- а) да;
- б) нет.

3. Товарам первой необходимости соответствует значение коэффициента эластичности по доходу:

- а) меньше 0;
- б) больше 0, но меньше 1;
- в) больше 1;
- г) 1;
- д) ни одно из приведенных значений.

4. Если предложение товара неэластично, а спрос на него сокращается, то общая выручка продавца:

- а) растет;
- б) сокращается;
- в) сокращается в том случае, если спрос является эластичным;
- г) сокращается в том случае, если спрос является неэластичным;
- д) остается неизменной.

5. Если любое количество товара продается по одинаковой цене, то спрос на этот товар является:

- а) абсолютно неэластичным;
- б) абсолютно эластичным;
- в) эластичным;
- г) неэластичным;
- д) спросом единичной эластичности.

Тема 6. Анализ производства

План

1. Характеристика и соотношения производственной функции предприятия.
2. Производственная функция с несколькими переменными факторами.
3. Изокванта и ее характеристики. Изокоста.
4. Правило равновесия производителя, минимизирующего издержки.
5. Расширение производства и эффект масштаба.
6. Проблемы управления фирмой с целью получения экономии от эффекта масштаба.

Темы рефератов и докладов

1. Характеристика и соотношения производственной функции предприятия.

2. Изокванта и ее характеристики. Изокоста.
3. Расширение производства и эффект масштаба.
4. Проблемы управления фирмой с целью получения экономии от эффекта масштаба.
5. Микроэкономическая теория производства: основные положения.

Ситуационные задания

Ситуация 6.1. В таблице 4 приведены данные об объеме производства в условиях использования трех производственных технологий, каждая из которых отличается различным сочетанием используемых факторов (L – труд и K – капитал).

Таблица 4 – Данные об объеме производства, ед.

Производитель	Технологии					
	А		В		С	
	L	K	L	K	L	K
1-й	25	50	40	35	4	10
2-й	30	55	30	40	8	20
3-й	35	60	20	50	12	25
4-й	40	65	15	60	16	30
5-й	45	70	10	70	20	35
6-й	50	75	5	90	30	40

На основе имеющихся данных таблицы 4 выполните следующее:

- определите общие издержки при каждом уровне выпуска продукции, если цена единицы $L = 50$ усл. ед., а $K = 100$ усл. ед.;
- установите, какую производственную технологию выберет фирма при каждом уровне выпуска продукции;
- объясните, от чего зависит выбор фирмой определенной технологии;
- определите, повлияет ли на выбор технологии повышение цены единицы капитала до 150 усл. ед.

Ситуация 6.2. Допустим, что данная технология позволяет применить четыре комбинации для достижения заданного объема производства (например, 10 ед. продукции), а временной интервал, в рамках которого оно осуществляется, позволяет изменять количественное соотношение двух производственных факторов – капитала (K) и труда (L) (таблица 5).

Таблица 5 – Исходные данные по использованию технологий

Комбинации	Количество единиц	
	K	L
1-я	5	1
2-я	3	2
3-я	2	3
4-я	1	5

На основе имеющихся данных таблицы 5 выполните следующее:

- постройте график;
- определите, какая комбинация предполагает использование наибольшей массы капитала, а какая наиболее трудоемкая;
- ответьте, как называется кривая, соединяющая точки определенных комбинаций используемых факторов, и в чем ее суть;
- объясните, почему кривая имеет вогнутую форму.

Ситуация 6.3. В таблице 6 приведены данные по производству мебельных секций.

Таблица 6 – Исходные данные

L , человеко-часов	K , машино-часов				
50	100	150	250	400	500
100	10	15	25	50	75
150	20	50	60	75	80
200	35	60	75	95	95
250	60	75	95	100	110
400	75	95	100	110	120

Используя приведенные данные, выполните следующее:

- определите, при каких затратах L и K может быть произведено 75 мебельных секций;
- постройте график производственной функции и изобразите изокванту;
- постройте на графике карту изоквант.

Ситуация 6.4. Предположим, что прежняя технология производства одного автомобиля предусматривала использование 1 000 ч труда и 500 ч работы станков и оборудования.

В процессе механизации и автоматизации производства предприятие перешло к новой технологии, т. е. к использованию более капиталоемкого производства. Сейчас для производства автомобиля требуется только 500 ч труда и 1 000 ч работы машин.

На основе имеющихся данных постройте график предельной нормы технологического замещения при прежней и новой технологиях.

Ситуация 6.5. Предположим, фирма имеет определенное количество капитала (станков), являющегося постоянным фактором. Переменным будет труд, т. е. число работников будет изменяться. Имеются данные таблицы 7.

Таблица 7 – Исходные данные для выполнения ситуации, ед.

Единицы труда	Общий продукт (TP_L)	Средний продукт (AP_L)	Предельный продукт (MP_L)
0	0	–	–
1	8	8	8
2	18	9	10
3	36	12	18
4	44	11	8
5	50	10	6
6	54	9	4

Используя данные таблицы 7, выполните следующее:

- определите, при найме скольких рабочих наблюдается возрастающая производительность труда;
- посчитайте, при найме скольких рабочих темпы роста общего продукта начинают уменьшаться, т. е. характерна убывающая производительность труда;
- объясните, как находятся величины TP_L , AP_L , MP_L ;
- постройте графики, отражающие изменения общего, среднего и предельного продуктов при увеличении переменного фактора.

Тест

Закончите фразу, выбрав правильный вариант ответа из предложенных ниже.

1. По мере увеличения объема переменного ресурса, присоединяемого к фиксированному ресурсу с определенного уровня, общий объ-

ем произведенной продукции согласно закону убывающей производительности:

- а) сокращается;
- б) не сокращается.

2. В таблице 8 представлены данные о числе рабочих и выпуске продукции.

Таблица 8 – Исходные данные

Показатель	Значение						
	0	1	2	3	4	5	6
Число рабочих, чел.	0	1	2	3	4	5	6
Выпуск продукции, шт.	0	40	90	126	150	165	180

Если единственным переменным ресурсом является труд, а остальные факторы фиксированные, то средний продукт достигает максимальной величины при условии числа рабочих:

- а) 6 чел.;
- б) 5 чел.;
- в) 4 чел.;
- г) 3 чел.;
- д) 2 чел.

3. Достижение максимального объема выпуска при данной технологии означает следующее:

- а) средний и предельный продукты от данного фактора равны;
- б) средний продукт достигает своего максимума, а предельный продукт равен нулю;
- в) достигается максимум значений предельного продукта при минимальных значениях среднего продукта;
- г) предельный продукт становится равен нулю, а средний продукт убывает.

4. Взаимосвязь между всеми возможными вариантами сочетаний факторов производства и объемом выпускаемой продукции выражается при помощи:

- а) кривой производственных возможностей;
- б) производственной функции;
- в) кривой общего объема выпуска продуктов;
- г) эластичности предложения;
- д) кривой общих затрат.

5. Для двухфакторной производственной функции изоквантой является линия:

- а) постоянной средней производительности факторов;
- б) постоянной предельной производительности факторов;
- в) постоянного объема выпуска продукции;
- г) постоянной нормы технического замещения факторов.

6. В таблице 8 представлены данные о числе рабочих и выпуске продукции.

Если единственным переменным ресурсом является труд, а остальные факторы фиксированные, то предельный продукт начнет сокращаться при найме:

- а) 6-го рабочего;
- б) 3-го рабочего;
- в) 4-го рабочего;
- г) 2-го рабочего;
- д) 1-го рабочего.

7. Если при данном объеме выпуска средний продукт переменного фактора достигает своего максимума, то это означает:

- а) его значения равны значениям предельного продукта;
- б) значения общего продукта начинают снижаться;
- в) значения предельного продукта становятся отрицательными;
- г) значения предельного продукта меньше значений среднего продукта.

8. Действие закона убывающей отдачи следующее:

- а) с увеличением применяемых факторов производства эффект масштаба снижается;
- б) объем выпуска продукции при отдельных технологиях имеет тенденцию к сокращению;
- в) с увеличением переменного фактора производства средний продукт этого фактора увеличивается, достигая своего максимума, а затем снижается;
- г) с увеличением объема производства значение предельного продукта становится отрицательным.

9. Производственная функция фирмы имеет вид $Q = LK$. Если общий объем затрат не должен превышать 30 усл. ед., то при цене труда, равной 4 усл. ед. и капитала 5 усл. ед., максимальный выпуск будет достигнут при комбинации труда и капитала:

- а) (5; 2);

- б) (4; 1);
- в) (7,5; 6);
- г) (5/4; 1).

10. Если при ставке заработной платы 20 усл. ед. и цене капитальных затрат, равной 50 усл. ед., используется комбинация факторов производства, при которой предельный продукт труда равен 5 усл. ед., а предельный продукт капитала – 10 усл. ед., то это означает, что в целях повышения эффективности производства фирме следует:

- а) использовать больше труда и меньше капитала;
- б) использовать больше капитала и меньше труда;
- в) повысить цену производимой продукции;
- г) сократить выпуск продукции.

11. В систему целей производства фирмы наряду с другими входят:

- а) повышение технического уровня производства;
- б) совершенствование организации производства и труда;
- в) получение высоких доходов;
- г) рациональное использование ресурсов с целью производства материальных благ и услуг;
- д) повышение эффективности производства;
- е) получение максимальной прибыли;
- ж) производство товаров и услуг с целью удовлетворения потребностей населения.

Тема 7. Анализ издержек. Динамика издержек и стратегия управления

План

1. Классификация издержек.
2. Концепции релевантных, бухгалтерских и экономических издержек.
3. Невозвратные и дополнительные издержки.
4. Динамика изменения издержек в краткосрочном периоде.
5. Динамика изменения издержек в долгосрочном периоде.
6. Экономические преимущества и недостатки, обусловленные эффектом масштаба.
7. Динамика издержек и стратегия управления: выбор размеров предприятия и использования эффектов, связанных с обучением.

Темы рефератов и докладов

1. Классификация издержек.
2. Концепции релевантных, бухгалтерских и экономических издержек.
3. Невозвратные и дополнительные издержки.
4. Динамика издержек и стратегия управления: выбор размеров предприятия и использования эффектов, связанных с обучением.
5. Издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация полных текущих издержек по критерию функциональной зависимости от объемов производства: общие постоянные, общие переменные и общие валовые издержки. Графическая интерпретация.
6. Издержки производства в краткосрочном периоде. Классификация удельных издержек на единицу продукции: средние постоянные, средние переменные, средние валовые и предельные издержки. Графическая интерпретация.
7. Издержки производства в длительном периоде. Идентификация долгосрочных средних издержек: сплайн-кривая огибающая серию кривых краткосрочных средних издержек для разных уровней производственных мощностей.

Ситуационные задания

Ситуация 7.1. На основании данных таблицы 9 выполните следующее:

- определите общие (валовые), средние постоянные, средние переменные, средние общие и предельные издержки;
- начертите кривые средних переменных, средних постоянных и предельных издержек применительно к краткосрочному периоду.

Таблица 9 – Исходные данные об издержках организации, усл. ед.

Количество произведенной продукции	Постоянные издержки (TFC)	Переменные издержки (TVC)	Валовые (общие) издержки (TC)	Средние издержки			Предельные издержки (MC)
				постоянные (AFC)	переменные (AVC)	общие (ATC)	
0	120	0					
1	120	80					
2	120	120					
3	120	180					
4	120	250					
5	120	350					

Ситуация 7.2. Определите, следует ли фирме, которая понесла значительные убытки, остановить выпуск продукции или продолжать производство, если цена производимой продукции равна 50 тыс. бел. р., средние общие издержки составляют 58 тыс. бел. р., средние переменные издержки – 40 тыс. бел. р.

Ситуация 7.3. Определите эффект масштаба производства в следующих случаях:

- фирма увеличивает затраты ресурсов на 10%, а объем производства возрастает при этом на 15%;
- затраты ресурсов увеличились на 10% и объем выпуска вырос на 10%;
- затраты ресурсов возрастают в 2 раза, объем производства – в 1,8 раза.

Ситуация 7.4. Фирма в месяц производит 900 пар обуви и несет при этом постоянные издержки в 150 тыс. усл. ед. Предположим, что единственным переменным фактором является труд, и его затраты в один час составляют 800 усл. ед. Необходимо рассчитать средние постоянные, средние переменные и средние общие издержки производства при объеме выпуска 4-й пары обуви в один час.

Тест

Закончите фразу, выбрав правильный вариант ответа из предложенных ниже.

1. Экономические издержки – это:
 - а) издержки упущенных возможностей (альтернативные издержки);
 - б) издержки, равные сумме доходов, которую можно получить при наиболее выгодном из всех альтернативных способов использования затраченных ресурсов;
 - в) верны оба предыдущих ответа.
2. Из утверждений, относящихся к кривой краткосрочных предельных издержек, является неверным следующее:
 - а) предельные издержки равны средним издержкам, когда средние издержки принимают минимальное значение;
 - б) предельные издержки оказываются меньше средних издержек, когда средние издержки сокращаются;

- в) предельные издержки больше средних издержек в том случае, когда объем выпускаемой продукции больше оптимального;
- г) величина предельных издержек не зависит от изменения цен на факторы производства;
- д) предельные издержки не зависят от постоянных издержек.

3. В долгосрочном периоде динамика средних общих издержек вызвана:

- а) действием закона убывающей отдачи факторов производства;
- б) эффектом производства;
- в) ростом производительности факторов производства;
- г) эффектом масштаба.

4. От объема производства продукции не зависят издержки:

- а) общие;
- б) валовые;
- в) средние постоянные;
- г) средние валовые;
- д) общие постоянные.

5. Откладывая капитал по вертикальной оси, а труд по горизонтальной оси, можно сказать, что повышение ставки заработной платы:

- а) сдвинет изокосту вправо;
- б) сдвинет изокосту влево;
- в) сделает изокосту более полой;
- г) сделает изокосту более крутой.

6. Обувное предприятие при месячном объеме выпуска $Q = 1\,000$ пар несет постоянные издержки (AFC) 200 тыс. бел. р. в месяц. Если труд является единственным переменным фактором, а его затраты составляют 1 250 бел. р./ч, то при объеме выпуска 5 пар в 1 ч переменные издержки (AVC) производства составят:

- а) 350 бел. р.;
- б) 250 бел. р.;
- в) 200 бел. р.;
- г) 300 бел. р.

7. В отечественной практике не принимаются во внимание при выработке решений об оптимальном объеме производства фирмы:

- а) средние переменные издержки;

- б) бухгалтерские издержки;
- в) средние постоянные издержки;
- г) предельные издержки;
- д) неявные издержки.

8. Предельные издержки – это:

- а) издержки на единицу продукции;
- б) прирост издержек в результате производства дополнительной единицы продукции;
- в) разница между средними и общими издержками;
- г) издержки, показывающие, прибыльно ли производство при данных издержках.

9. Средние постоянные издержки не зависят от:

- а) заработной платы управленческого персонала;
- б) арендной платы;
- в) объема выпуска;
- г) стоимости затрат на материалы и сырье.

10. В долгосрочном периоде относятся к постоянным следующие издержки:

- а) расходы на содержание предприятия;
- б) амортизационные отчисления;
- в) заработная плата рабочим;
- г) налоговые отчисления в бюджет и внебюджетные фонды;
- д) правильные ответы *a*, *b* и *v*;
- е) правильные ответы *a*, *b* и *г*;
- ж) все ответы неверны.

11. Обувное предприятие при месячном объеме выпуска $Q = 1\,000$ пар несет постоянные издержки (AFC) 200 тыс. бел. р. в месяц. Если труд является единственным переменным фактором, а его затраты составляют 1 250 р./ч, то при объеме выпуска 5 пар в 1 ч переменные издержки (AVC) производства составят:

- а) 460 бел. р.;
- б) 450 бел. р.;
- в) 400 бел. р.;
- г) 500 бел. р.

12. Если предприятие увеличивает количество всех применяемых факторов производства в 1,5 раза и получает в результате прирост

выпускаемого продукта с 300 до 450 ед., то это означает, что мы имеем эффект масштаба:

- а) положительный;
- б) постоянный;
- в) отрицательный.

13. Фирмы заинтересованы в минимизации издержек. Они могут добиться этого при соблюдении следующего условия:

- а) покупки факторов производства на конкурентных рынках;
- б) соблюдении равенства между предельной нормой технического замещения факторов и соотношением цен этих факторов;
- в) поддержки равенства между переменными и постоянными издержками;
- г) поддержки максимальный уровень производства.

14. Издержки производства 100 шт. некоторого товара составляют 300 тыс. бел. р., а 500 шт. – 600 тыс. бел. р.

При линейной функции издержек величина издержек для выпуска 400 шт. товара равна:

- а) 400 тыс. бел. р.;
- б) 475 тыс. бел. р.;
- в) 525 тыс. бел. р.;
- г) 575 тыс. бел. р.

15. Функция зависимости общих издержек (TC) от объема производства (Q) фирмы описывается формулой $TC = (1 + 2Q)^3$. Предельные издержки при объеме выпуска $Q = 3$ равны:

- а) 108 тыс. бел. р.;
- б) 147 тыс. бел. р.;
- в) 294 тыс. бел. р.;
- г) 540 тыс. бел. р.

Тема 8. Прибыль: концепции, измерение, планирование и управление

План

1. Бухгалтерская и экономическая концепции прибыли.
2. Теории прибыли: компенсационная, фрикционная и монополистическая, научно-техническая и инновационная.

3. Анализ безубыточности и его применение в планировании прибыли.
4. Децентрализованные центры прибыли.
5. Оценка качества управленческой деятельности.

Темы рефератов и докладов

1. Бухгалтерская и экономическая концепции прибыли.
2. Теории прибыли: обзорная классификация (компенсаторные и функциональные теории прибыли, теории монопольной прибыли и прибыли от рыночного дисбаланса (фрикционные), технологические и инновационные теории прибыли).
3. Функция прибыли и ее графическое выражение. Максимизация прибыли и определение оптимального объема выпуска фирмы. Изопрофитные линии.
4. Планирование и управление прибылью. Анализ безубыточности. Применение анализа безубыточности, операционный леверидж.
5. Децентрализованные центры прибыли.
6. Оценка качества управленческой деятельности.

Ситуационные задания

Ситуация 8.1. Предположим, что вы руководитель фирмы, которая производит сеялки для сельскохозяйственных предприятий. Себестоимость машины составляет 110 тыс. бел. р., а прибыль от ее реализации – 40 тыс. бел. р. После усовершенствования сеялки ее производительность повысилась в 2 раза, но себестоимость при этом возросла в 1,5 раза.

Рассчитайте, какую цену следует установить на сеялку, чтобы это было выгодно и вашей фирме, и предприятиям-потребителям. Предложите возможные пути снижения себестоимости машин и роста прибыли фирмы.

Ситуация 8.2. По данным таблицы 10 рассчитайте совокупный, средний и предельный доход фирмы и заполните соответствующие графы таблицы.

Таблица 10 – Исходные данные

Цена единицы продукции, р.	Объем реализации, ед.	Получаемый доход, бел. р.		
		Совокупный	Средний	Предельный
10	0			
9	2			
8	3			
7	4			
6	5			
5	6			

Ситуация 8.3. Допустим, фирма ежедневно производит 800 ед. продукции, каждую из которых продает по цене 5 тыс. бел. р. Средние переменные издержки составляют 3 тыс. бел. р., а средние постоянные – 0,5 тыс. бел. р.

Определите общие издержки, валовой доход и прибыль фирмы.

Ситуация 8.4. Если цена продукции конкурентной фирмы равна 8 усл. ед., издержки фирмы равны $15 + Q^2$, определите:

- при каком выпуске фирма несет убытки;
- равновесный выпуск и максимальную прибыль.

Ситуация 8.5. Предприятие произвело и реализовало в прошлом году 1 000 ед. продукции по цене 52 тыс. бел. р. Себестоимость единицы продукции составляла 47 тыс. бел. р.

В текущем году предусматривается снизить себестоимость до 42 тыс. бел. р., одновременно снизить цену до 48 тыс. бел. р. и увеличить объем производства и реализации до 1 500 ед.

Требуется определить прибыль от реализации продукции в прошлом и текущем году и за счет каких факторов она изменяется в текущем году.

Ситуация 8.6. Предположим, что выручка от реализации продукции составила 600 тыс. бел. р., прибыль от реализации материальных ценностей – 18 тыс. бел. р., прибыль от внереализованных операций – 22 тыс. бел. р., себестоимость реализованной продукции – 400 тыс. бел. р.

Определите балансовую прибыль и рентабельность реализованной продукции.

Ситуация 8.7. Ваша фирма инвестировала 50 млн бел. р. в производство зимней кожаной обуви. Валовой доход после реализации

произведенной продукции, по данным финансового отчета, составил 60 млн бел. р.

Оценивая итоги функционирования фирмы, вы рассчитали, что могли бы получить годовую прибыль, равную 15 млн бел. р., если бы денежные средства были вложены в производство кожаных сумок.

Определите объем прибыли (бухгалтерской и экономической), полученной фирмой при производстве и реализации обуви.

Объясните, в чем разница при определении результата деятельности предприятия бухгалтером и экономистом.

Тест

Закончите фразу, выбрав правильный вариант ответа из предложенных ниже.

1. Прибыль рассчитывается следующим образом:

- а) выручка минус налоги и амортизация;
- б) выручка минус заработная плата;
- в) доходы минус расходы;
- г) актив минус пассив.

2. Из приведенных выражений является правильным следующее:

- а) *Бухгалтерские издержки + Экономические издержки = Нормальная прибыль;*
- б) *Экономическая прибыль – Бухгалтерская прибыль = Явные издержки;*
- в) *Бухгалтерская прибыль – Неявные издержки = Экономическая прибыль;*
- г) *Экономическая прибыль – Неявные издержки = Бухгалтерская прибыль;*
- д) *Явные издержки + Неявные издержки = Бухгалтерские издержки.*

3. Из приведенных утверждений является правильным следующее:

- а) экономическая прибыль больше бухгалтерской прибыли на величину явных издержек;
- б) экономическая прибыль больше бухгалтерской прибыли на величину неявных издержек;
- в) бухгалтерская прибыль больше экономической прибыли на величину явных издержек;

г) бухгалтерская прибыль больше экономической прибыли на величину неявных издержек.

4. Предельную прибыль можно определить путем:

- а) деления валовой выручки на объем реализованной продукции;
- б) вычитания из средних переменных издержек цены;
- в) деления прироста выручки от реализации на прирост объема реализованной продукции;
- г) все ответы неверны;
- д) все ответы верны.

5. Наиболее точно соответствует понятию «нормальная прибыль» следующее определение:

- а) прибыль, получаемая типичной фирмой в отрасли;
- б) прибыль, которую фирма получила бы при нормальном ведении дел;
- в) минимальная прибыль, необходимая для того, чтобы фирма оставалась в пределах направления деятельности;
- г) прибыль, обеспечивающая предпринимателю комфортный уровень жизни.

6. Динамика совокупного дохода от эластичности спроса по цене:

- а) зависит;
- б) не зависит.

7. При нулевой экономической прибыли фирма свою производственную деятельность:

- а) должна прекратить;
- б) не должна прекратить.

8. Валовая маржа фирмы на единицу продукции определяется как цена минус:

- а) средние переменные издержки;
- б) материальные затраты на единицу продукции;
- в) заработная плата на единицу продукции и средние постоянные издержки;
- г) средние постоянные издержки.

9. Если цена продукции равна 40 тыс. бел. р., постоянные издержки равны 20 млн бел. р., средние переменные издержки – 30 тыс. бел. р.,

средние постоянные – 4 тыс. бел. р., то точка безубыточности для фирмы составляет:

- а) 3 000 шт.;
- б) 2 000 шт.;
- в) 4 000 шт.;
- г) 5 000 шт.

10. Валовая прибыль будет максимальной, когда:

- а) валовые издержки равны валовому доходу;
- б) предельные издержки равны предельному доходу;
- в) средние издержки равны среднему доходу;
- г) постоянные издержки равны постоянному доходу;
- д) переменные издержки равны переменному доходу.

11. Окончательное условие равновесия, обеспечивающее наибольшую прибыль, следующее:

- а) доход от прибавочного продукта, производимого с помощью определенного фактора, равен цене этого фактора;
- б) доход от необходимого продукта, производимого с помощью определенного фактора, равен цене этого фактора;
- в) доход от предельного продукта, производимого с помощью определенного фактора, равен цене этого фактора;
- г) чистый доход от прибавочного продукта, производимого с помощью определенного фактора, равен цене этого фактора;
- д) чистый доход от необходимого продукта, производимого с помощью определенного фактора, равен цене этого фактора.

Тема 9. Рыночная структура и анализ ценообразования

План

1. Определение цены и объема производства фирмы – совершенного конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах.
2. Определение цены и объема производства фирмы-монополиста в краткосрочном и долгосрочном периодах.
3. Определение цены и объема производства фирмы – монополистического конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах.
4. Определение цены и объема производства фирмой-олигополистом в моделях картеля, ломанной кривой спроса, лидерства в ценах и объемах.
5. Характеристика эффективности различных рыночных структур.

Темы рефератов и докладов

1. Определение цены и объема производства фирмы – совершенного конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах.
2. Определение цены и объема производства фирмы-монополиста в краткосрочном и долгосрочном периодах.
3. Определение цены и объема производства фирмы – монополистического конкурента в краткосрочном и долгосрочном периодах.
4. Определение цены и объема производства фирмой-олигополистом в моделях картеля, ломанной кривой спроса, лидерства в ценах и объемах.
5. Характеристика эффективности различных рыночных структур.

Ситуационные задания

Ситуация 9.1. Назовите несколько отраслей промышленности, которые могут служить примерами структур с идеальной конкуренцией, монопольной конкуренцией, олигополией и чистой монополией. Полностью ли соответствуют характеристики этих отраслей теоретическим моделям рыночных структур? Какие проблемы возникают при попытке применить теоретические модели к реально существующим структурам?

Ситуация 9.2. Сельское хозяйство часто приводят как пример структуры, характеризующейся идеальной конкуренцией. Конкурирует ли один фермер с другим? Если да, то каким образом?

Ситуация 9.3. Объясните, в чем сходство и в чем различие фирм, действующих в условиях монопольной и чистой конкуренции.

Ситуация 9.4. Перечислите причины, из-за которых научно-исследовательские и опытно-конструкторские работы, а также инновационные процессы наиболее часто проводятся в условиях олигопольной рыночной структуры.

Ситуация 9.5. Многие фирмы вкладывают деньги и отдают часть рабочего времени своих сотрудников на выполнение так называемых общественных обязанностей, таких, как благотворительность и гражданские проекты. Согласуется ли такое поведение с задачей долгосрочной максимизации прибыли? Для каких рыночных структур та-

кое поведение фирм наиболее и наименее характерно? Поясните свой ответ.

Ситуация 9.6. Очевидно, что рыночная структура, в которой фирма осуществляет свою деятельность, очень сильно влияет на решения фирмы относительно цен и объемов производства. Более того, на мировом рынке, для которого (в большей или меньшей степени) характерна свободная торговля, на решения национальных фирм относительно цен и объемов выпуска продукции очень сильно влияет производство товаров-заменителей в других странах.

Ответьте на следующие вопросы:

- Означает ли это, что для того, чтобы понять структуру мирового рынка, фирме Беларуси необходимо изучать рыночные структуры других стран?

- Какой аспект зарубежного производства имеет наиболее сильное влияние на решения фирм Беларуси относительно цен и объемов производства?

- Как влияют правительственные субсидии и другие торговые льготы на решения других стран относительно цен и объемов производства?

Тест

Закончите фразу, выбрав правильный вариант ответа из предложенных ниже.

1. Из перечисленных рынков больше всего соответствует условиям совершенной конкуренции рынок:

- а) стали;
- б) услуг и парикмахерских;
- в) акций и облигаций фирм;
- г) бензина.

2. Из перечисленных условий, относящихся к рынку, совершенным является следующее:

- а) незначительное влияние со стороны фирмы на цену;
- б) фирма – единственный производитель данного товара;
- в) единственному продавцу противостоит единственный покупатель;
- г) продажа однородного товара.

3. Предложением на совершенно конкурентном рынке является следующее:

- а) марочный бензин на заправочной станции, расположенной на автобазе;
- б) гостиница в маленьком городе;
- в) хлопок определенного стандарта на товарной бирже;
- г) киоск, установленный директором на территории завода.

4. Примером естественной монополии является:

- а) ОПЕК – международный нефтяной картель;
- б) компания IBM;
- в) издательство «Известия»;
- г) городской метрополитен.

5. Большинство рынков в экономике Беларуси представляют собой:

- а) совершенную конкуренцию;
- б) нерегулируемые монополии;
- в) совокупность конкурентных и монополистических элементов;
- г) естественные монополии.

6. Олигополистический рынок схож с рынком монополистической конкуренции в том, что:

- а) отсутствуют любые барьеры для проникновения в отрасль;
- б) для фирм характерно стратегическое поведение;
- в) действует незначительное количество продавцов;
- г) фирмы обладают рыночной властью.

7. Ценовая война представляет собой линию поведения, которой свойственна:

- а) совершенная конкуренция;
- б) дуополия;
- в) монополия;
- г) монополистическая конкуренция.

8. На рынке господствует один крупный производитель и действует множество мелких фирм. Эта ситуация характерна:

- а) для монополии;
- б) для дуополии;
- в) для олигополии;
- г) для совершенной конкуренции.

Тема 10. Практика ценообразования и принятие решений фирмы

План

1. Цели ценообразования.
2. Методы и подходы ценообразования.
3. Сущность и типы ценовой дискриминации.
4. Стратегии ценообразования и среда их применения.

Темы рефератов и докладов

1. Цели ценообразования.
2. Методы и подходы ценообразования.
3. Сущность и типы ценовой дискриминации.
4. Стратегии ценообразования и среда их применения.

Ситуационные задания

Ситуация 10.1. Если большинство фирм стремятся устанавливать цены на базе затрат (например, по полным затратам), то почему компании вообще должны показывать свои прибыли и убытки в бухгалтерских отчетах?

Ситуация 10.2. Как вы считаете, надбавка на товары повседневного спроса (такие, как картофель, мука и сахар) должна быть выше или ниже надбавки на товары, не являющиеся предметом первой необходимости? Какая из этих продовольственных групп имеет более эластичный спрос с точки зрения отдельного супермаркета? Относится ли обратная зависимость между надбавкой и эластичностью как к товарам первой необходимости, так и к товарам, не являющимся предметом первой необходимости? И, наконец, какие из этих двух групп должны включать товары, продаваемые в убыток? Поясните свой ответ.

Ситуация 10.3. В типовом издательском договоре об авторском гонораре уже заложена причина конфликта между автором и издателем, что объясняется политикой ценообразования издателя.

В большинстве случаев авторский гонорар – это процент от общих доходов, которые издатель получает от продажи книги. Издатель

определяет цену книги (а также несет все затраты по ее производству, продвижению на рынок и распространению). Следовательно, цена, которая максимизирует прибыль для издателя, выше, а производство ниже, чем цена и производство, максимизирующие выплату авторского гонорара. Объясните, почему. Продемонстрируйте эту пропорцию графически с применением методов предельного анализа.

Ситуация 10.4. Фирма «A2Z Company» производит мелкие электроприборы, которые продаются на рынках Беларуси в значительной мере благодаря продвижению на рынок торгового знака «A2Z». В числе наиболее известных изделий – пищевая смеситель. При нормативном уровне производства в 100 000 ед. нормативные полностью распределенные затраты составляют 10 долл. США на единицу, из которых 6 долл. США являются средними переменными затратами. Нормальная надбавка на стоимость составляет 50%.

Компания получает предложение от российской фирмы об оптовой закупке 50 000 ед., причем торговая марка российской фирмы должна быть указана вместо A2Z при реализации в России. Российская фирма предлагает цену в 12 долл. США за единицу. Производство дополнительных 50 000 ед. потребует введения второй смены и повысит нормативные переменные затраты до 8 долл. США за единицу. Объясните, должна ли фирма «A2Z Company» принимать предложение российской фирмы. Подтвердите свой ответ соответствующими расчетами.

Ситуация 10.5. Компания выпускает два ежемесячных журнала. Она взимает одну и ту же цену за оба журнала, но объем продаж 2-го почти вдвое превышает объем продаж 1-го. Оба журнала являются лидерами в своей области (их совокупный объем продаж составляет 5–6 млн экз. в месяц). Следовательно, в этом диапазоне продаж предельные производственные затраты на выпуск этих двух журналов являются практически постоянными. На основании проведенных экспериментов установлено, что при нынешней цене эластичность спроса на оба журнала одинакова.

Недавно президент компании спросил, согласуется ли одинаковая цена на журналы с целью максимизации прибыли. Руководитель отдела реализации ответил, что для того, чтобы компания могла максимизировать свою прибыль, она должна взимать более высокую цену за 2-й журнал, чем за 1-й, поскольку спрос на 2-й выше.

Президент пригласил вас в качестве экономиста-консультанта для решения этого вопроса. И президент, и руководитель отдела реализа-

ции изучали экономику, когда учились в университете, и они довольно хорошо знакомы с такими понятиями, как средние доходы, предельные доходы, предельные затраты и т. д. Предложите им аналитическое решение этой задачи.

Тест

Закончите фразу, выбрав один или несколько правильных вариантов из предложенных ниже.

1. Метод текущей цены целесообразно использовать в случаях:
 - а) когда несколько компаний ведут серьезную конкуренцию за получение определенного контракта;
 - б) на рынках однородных товаров;
 - в) когда присутствует на рынке несколько крупных производителей.

2. Политика ценообразования – это:
 - а) общие цели, которых фирма хочет достичь с помощью установления цен на свою продукцию;
 - б) совокупность методов и приемов при определении рыночных цен на продукцию, выпускаемую фирмой;
 - в) максимум получения прибыли;
 - г) деятельность фирмы по разработке, уточнению и определению цен;
 - д) изменение издержек в результате расширения объемов производства товара.

3. Параметрический ряд товаров – это:
 - а) группа товаров одинакового функционального назначения;
 - б) группа товаров, различающихся уровнями основных потребительских параметров (мощности, грузоподъемности и т. п.);
 - в) верны варианты *а* и *б*.

4. Ценообразование затратным методом может основываться на:
 - а) сумме постоянных и переменных затрат;
 - б) предельных затратах;
 - в) общих затратах;
 - г) верны все предыдущие ответы.

5. Из перечисленных к параметрическим методам ценообразования относится следующий:

- а) метод структурной аналогии;
- б) метод удельных показателей;
- в) балловый;
- г) все ответы верны.

6. Определение цен на основе методов маркетинговых оценок осуществляется:

- а) на основе анализа безубыточности и обеспечения целевой прибыли;
- б) методом рентабельности инвестиций;
- в) методом сходной цены (ориентация на конкуренцию);
- г) методом структурной аналогии.

7. К типу маркетинговых стратегий можно отнести:

- а) коммерческую практику ценообразования;
- б) выработку мероприятий по формированию цен;
- в) стратегический анализ;
- г) определение окончательной ценовой стратегии;
- д) премиальное ценообразование.

8. Стратегия ценообразования – это:

- а) определение целей и задач, которых должна добиться фирма;
- б) деятельность фирмы по разработке, уточнению, определению цены на товар, выпускаемый фирмой;
- в) набор методов и практических фактов, которых целесообразно придерживаться при установлении рыночных цен на товар;
- г) разработка мероприятий по совершенствованию ценообразования на продукцию предприятия.

9. Стратегический анализ включает:

- а) определение потенциальных покупателей;
- б) уточнение маркетинговых стратегий;
- в) финансовый анализ;
- г) оценку влияния государственного регулирования;
- д) оценку затрат.

10. Для стадии зрелости жизненного цикла товаров характерно следующее:

- а) отсутствие конкуренции;
- б) продукт впервые сталкивается с конкурентами;
- в) рынок насыщается продуктом, ослабевает конкуренция;

- г) для потребителей появляется возможность выбора товара;
- д) товар заканчивает свое существование.

11. Стратегия средних цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок;
- б) стратегии нейтрального ценообразования;
- в) стратегии следования за лидером;
- г) правильные ответы б и в.

12. Стратегия высоких цен может быть представлена в виде:

- а) стратегии проникновения на рынок;
- б) стратегии премиального ценообразования;
- в) стратегии следования за лидером;
- г) стратегии справедливого ценообразования.

13. Применение стратегии ценового прорыва рекомендуется:

- а) при высокой эластичности спроса по цене;
- б) при низкой эластичности спроса по цене.

14. Стратегия «нейтрального ценообразования» (средних цен) означает:

- а) установление цен примерно на уровне цен фирм-конкурентов;
- б) установление цен со средним по отрасли уровнем прибыли.

15. Во время инфляции:

- а) номинальный валовой национальный продукт (ВНП) растет так же, как и реальный ВНП;
- б) номинальный ВНП растет быстрее, чем реальный ВНП;
- в) номинальный ВНП растет медленнее, чем реальный ВНП.

16. Инфляцией называют:

- а) рост цен, вызванный чрезмерным выпуском бумажных денег;
- б) рост цен, который превышает рост реального ВНП;
- в) снижение покупательной способности денег;
- г) рост цен, который ниже роста номинального ВНП.

17. Ожидаемая инфляция наносит вред:

- а) держателям денег;
- б) людям, которые получают фиксированные пенсии;
- в) владельцам ресторанов;
- г) всем вышеперечисленным.

СПИСОК РЕКОМЕНДУЕМОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

Микроэкономика : учеб. пособие для вузов / под. ред. М. И. Ноздрина-Плотницкого. – Минск : Современ. шк., 2011. – 384 с.

Микроэкономика : учеб. пособие для вузов / В. А. Воробьев [и др.] ; под. ред. В. А. Воробьева. – Минск : БГЭУ, 2011. – 239 с.

Нуреев, Р. М. Курс микроэкономики : учеб. для вузов / Р. М. Нуреев. – М. : Норма, 2004. – 576 с.

Дополнительная литература

Байе, М. Р. Управленческая экономика и стратегия бизнеса : учеб. пособие для вузов : [пер. с англ.] / М. Р. Байе ; под. ред. А. М. Никитина. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 1999. – 743 с.

Бомол, У. Дж. Экономикс. Принципы и политика : учеб. для вузов : [пер. с англ.] / У. Дж. Бомол, А. С. Блайндер ; под. ред. А. Г. Грязновой. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2004. – 927 с.

Долан, Э. Дж. Деньги, банковское дело и денежно-кредитная политика / Э. Дж. Долан, К. Д. Кэмпбелл, Р. Дж. Кэмпбелл ; под общ. ред. В. Лукашевича, М. Янцева. – СПб., 1994. – 496 с.

Симкина, Л. Г. Экономическая теория : учеб. для вузов / Л. Г. Симкина. – СПб. : Питер, 2007. – 384 с.

Сио, К. К. Управленческая экономика. Текст, задачи и краткие примеры : учеб. для вузов : [пер. с англ.] / К. К. Сио. – М. : Инфра-М, 2000. – 671 с.

СОДЕРЖАНИЕ

Пояснительная записка.....	3
Планы, темы рефератов и докладов, ситуационные задания, тесты, методические указания по выполнению ситуационных заданий.....	4
Тема 1. Введение в управленческую экономику.....	4
Тема 2. Фирма и альтернативные модели ее поведения.....	4
Тема 3. Выработка решений фирмы в условиях определенности, риска и неопределенности.....	9
Тема 4. Анализ спроса и потребительское поведение.....	21
Тема 5. Функция спроса. Подход к оценке спроса в исследовании рынка.....	23
Тема 6. Анализ производства.....	26
Тема 7. Анализ издержек. Динамика издержек и стратегия управления.....	32
Тема 8. Прибыль: концепции, измерение, планирование и управление.....	37
Тема 9. Рыночная структура и анализ ценообразования.....	42
Тема 10. Практика ценообразования и принятие решений фирмы.....	46
Список рекомендуемой литературы.....	51

Учебное издание

УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ ЭКОНОМИКА

Практикум
для реализации содержания образовательных программ
высшего образования II ступени

Автор-составитель
Кузнецов Николай Васильевич

Редактор Е. Г. Привалова
Компьютерная верстка Л. Ф. Барановская

Подписано в печать 19.03.15. Формат 60 × 84 ¹/₁₆.
Бумага типографская № 1. Гарнитура Таймс. Ризография.
Усл. печ. л. 3,02. Уч.-изд. л. 3,3. Тираж 50 экз.
Заказ №

Издатель и полиграфическое исполнение:
учреждение образования «Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации».
Свидетельство о государственной регистрации издателя,
изготовителя, распространителя печатных изданий
№ 1/138 от 08.01.2014.
Просп. Октября, 50, 246029, Гомель.
<http://www.i-bteu.by>

**БЕЛКООПСОЮЗ
УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ
«БЕЛОРУССКИЙ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ»**

Кафедра экономики торговли

**УПРАВЛЕНЧЕСКАЯ
ЭКОНОМИКА**

**Практикум
для реализации содержания образовательных программ
высшего образования II ступени**

Гомель 2015