

<<范里安《微观经济学》>>

图书基本信息

书名：<<范里安《微观经济学》>>

13位ISBN编号：9787511418081

10位ISBN编号：7511418082

出版时间：2013-4

出版时间：翔高教育经济学教学研究中心 中国石化出版社 (2013-04出版)

作者：翔高教育经济学教学研究中心 编

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<范里安《微观经济学》>>

内容概要

《高等教育经典教材学习辅导用书:范里安 名校考研真题详解》精选考研参考书为范里安的高校历年考研微观经济学部分真题,并提供参考答案。

将所选试题按微观经济学知识体系的章节排列,全书分为8章,每章分为若干节,试题按考查知识点编排在对应的章节中。

<<范里安《微观经济学》>>

书籍目录

第1章 需求与供给 第1节 弹性分析 第2节 政府对市场的干预 第2章 消费者行为理论 第1节 预算约束 第2节 偏好 第3节 效用 第4节 选择、需求与显示偏好 第5节 斯勒茨基方程 第6节 跨时期选择 第7节 不确定性 第8节 消费者剩余 第3章 生产者行为理论 第1节 生产理论 第2节 成本理论 第3节 生产者剩余 第4章 市场结构与竞争策略 第1节 完全竞争市场 第2节 完全垄断市场 第3节 寡头垄断市场 第5章 博弈论及其应用 第1节 博弈论 第2节 博弈论的应用 第6章 生产要素理论 第1节 生产要素的需求 第2节 生产要素的供给 第7章 一般均衡理论与福利经济学 第1节 生产与交换的一般均衡 第2节 福利经济学 第8章 市场失灵和微观经济政策 第1节 外部效应 第2节 公共物品 第3节 不对称信息

<<范里安《微观经济学》>>

章节摘录

版权页：插图：（2）产品同质。

即同一行业中的每一个厂商生产的产品是完全无差别的。

因此对于消费者来说，购买哪一家的商品都是一样的，如果有一个厂商提价，它的商品就会完全卖不出去。

单个厂商总是可以按照由整个市场所决定的价格实现属于自己的那一份相对来说很小的销售份额。

（3）资源完全流动性。

即厂商进入或退出一个行业都是完全自由的，不存在任何障碍，所有的资源都可以在各个行业之间自由流动。

厂商总是可以及时的进入有利可图的行业，及时退出亏损的行业。

（4）市场信息完全。

即市场中的每一个买者和卖者都掌握与自己的经济决策有关的商品和市场的全部信息。

他们可以根据这些完全信息确定自己的最优购买量和最优生产量，从而实现自身利益最大化。

上述几个市场特征或条件决定了厂商没有必要采取一些竞争策略，因为完全竞争厂商是价格接受者，他能按市场价格卖出任何数量的产品。

而本题中，各厂商进行广告宣传的目的在于说明产品的特征，向消费者传递一种信息、提供优质的售后服务或进行产品外观设计等，最终目的也是为了影响和诱导消费者购买，从而在激烈的竞争中占据市场份额。

所以，家电行业不能认为是完全竞争行业。

2.完全竞争厂商的长期经济利润为零，说明企业的经营结果与企业家才能的高低无关，这个观点正确吗？

为什么？

（厦门大学2009研）【参考答案】完全竞争厂商的长期经济利润为零，并不能说明企业的经营结果与企业家才能的高低无关。

（1）一方面，经济利润和会计利润存在着差别。

会计利润可通过收入和成本之间（包括实际支出和减少的费用）的差别计算出来，但经济利润要考虑机会成本。

也就是： $\text{经济利润} = \text{会计利润} - \text{企业家才能的机会成本}$ 在经济学中，如果一项资源可以用于多种，机会成本由此所放弃的最佳用途的代价来衡量。

在这里，如果企业家去别的企业工作可以获得的最大收入就是企业家才能的机会成本。

企业家去别的企业获得收入被看成是正常利润的话，那么它被计入到了机会成本之中，因而与会计利润不同，厂商的经济利润不包含正常利润。

这就是说，经济学中所指出的利润是超出正常水平的那一部分利润，即超额利润。

企业所有者提供的企业家才能的报酬便是正常利润。

正常利润也是企业家机会成本的一部分，因为他放弃了经营另一家企业。

企业所有者提供劳动时，企业家在企业工作的机会成本是他所放弃的在其他工作岗位上所获得的最高工资收入。

<<范里安《微观经济学》>>

编辑推荐

《高等教育经典教材学习辅导用书:范里安名校考研真题详解》适合参考书为范里安《微观经济学：现代观点》的考研考生使用，也可供高等院校学习范里安《微观经济学：现代观点》课程的学生使用。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>