

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/141672>

**Тип работы:** Контрольная работа

**Предмет:** Экономическая теория

1. Тема 2.1. Ответы на вопросы 3
  2. Тема 2.1. Ответы на вопросы тестов 13
  3. Тема 2.1. Решение задачи 15
  4. Тема 2.2. Ответы на вопросы 16
  5. Тема 2.2. Ответы на вопросы тестов 27
  6. Тема 2.2. Решение задачи 28
- Список использованных источников 29

Тема 2.1. Основы теории спроса и предложения. Вопросы.

1. Какие основные экономические проблемы должно решить любое общество, и в чем они заключаются? Каковы особенности решения этих проблем в рыночной, командной и смешанной системе?

Ответ. Главной экономической задачей является выбор наиболее эффективного варианта распределения факторов производства в целях решения проблемы ограниченности возможностей, которая обусловлена беспредельными потребностями общества и ограниченностью ресурсов. Любое общество должно ответить на три вопроса:

□ Что производить (проблема выбора). Это принятие решений о том, какие именно блага, какого качества, в каком количестве должны быть произведены.

Общество в целом не может получить все нужные товары и немедленно. В силу этого оно должно определиться, что хотело бы иметь немедленно, с получением чего можно подождать, а от чего вообще отказаться.

□ Как производить (проблема эффективности). Это принятие решений о том, с помощью каких ограниченных ресурсов и их комбинаций, с помощью каких технологий будут произведены товары и услуги.

□ Для кого производить (проблема распределения). Это проблема, связанная с распределением благ: кому достанутся произведенные блага, и в каком количестве будет располагать ими экономический субъект. Количество созданных товаров и услуг ограничено, поэтому и возникает проблема их распределения. В рыночной экономике ответы на вопросы Что? Как? Для кого производить? определяют рынок, цены, прибыль и убытки.

«Что?» решается платёжеспособным спросом, потребитель сам решает, за что он готов платить деньги. Производитель же будет стремиться удовлетворить спрос.

«Как?» решается производителем, стремящимся получить больший доход. Поскольку установление цен от производителя не зависит (за исключением монопольных случаев), то производитель должен произвести и продать как можно больше товара с минимальными издержками.

«Для кого?» решается в пользу потребителей с наибольшими доходами.

В командной экономике все решения по основным экономическим проблемам принимает государство. Централизованное экономическое планирование охватывает все уровни – от домашнего хозяйства до государственного. Распределение ресурсов осуществляется на основе долговременных приоритетов, в силу этого производство благ постоянно отрывается от общественных потребностей.

Смешанные системы имеют различные формы. Так, например, шведская система характеризуется значительным участием государства в обеспечении экономической стабильности и перераспределении доходов. Для этого в стране установлен высокий уровень налогообложения, который составляет более 50% валового национального продукта. Японская модель экономики отличается развитым планированием и координацией деятельности правительства и частного сектора. Экономическое планирование государства носит рекомендательный характер.

2. Чем отличаются понятия «спрос» и «потребность»?

Ответ. Спрос является внешней формой проявления потребностей как таковых.

Для того чтобы удовлетворить потребности, необходимо иметь определённое количество конкретных благ, способных удовлетворить данную потребность.

Спрос отражает потребность в конкретных количествах товаров определённого потребительского назначения, но не всю потребность, а только ту её часть, которая обеспечена денежными средствами. Спрос — это запрос фактического или потенциального покупателя, потребителя на приобретение товара по имеющимся у него средствам, которые предназначены для этой покупки. Спрос отражает, с одной стороны, потребность покупателя в некоторых товарах или услугах, желание приобрести эти товары или услуги в определённом количестве и, с другой стороны, возможность оплатить покупку по цене, находящейся в пределах «доступного» диапазона.

Потребность, нужда — внутреннее состояние психологического или функционального ощущения недостаточности чего-либо, проявляется в зависимости от ситуационных факторов.

Например, жажда — острое чувство потребности в воде, которое возникает при обеднении влагой организма. Физиологический механизм этого чувства вызывает реакции сохранения воды в организме, направляет на поиск воды.

Потребность — вид функциональной или психологической нужды или недостатка какого-либо объекта, субъекта, индивида, социальной группы, общества. Являясь внутренними возбудителями активности, потребности проявляются по-разному в зависимости от ситуации.

3. Какую взаимосвязь отражает кривая (график) спроса? Что показывает закон спроса?

Ответ. Спрос — это одна из сторон процесса рыночного ценообразования. Причинно-следственная зависимость спроса является действующим экономическим законом. Закон спроса выражает:

обратную зависимость между ценой и покупаемым количеством товара

постепенное убывание спроса на данный товар и услугу

Согласно закону спроса при прочих равных условиях количество покупаемых товаров и услуг зависит от уровня их цен. Чем выше цена и отчётливее её тенденция к росту, тем меньшее количество товаров и услуг будет куплено потребителями. Если цена товара возрастает, то объём продаж товара в соответствии с падением спроса снижается. И, наоборот, если цена снижается, то объём продаж данного товара возрастает.

Закон спроса отражает и другой важный момент: постепенное убывание спроса. Снижение количества продаж данного товара или услуги происходит не только вследствие роста их цены, но и вследствие насыщения потребительского спроса.

Характер зависимости между ценой товара и количеством его продаж, а также постепенное убывание спроса, показано на графике. Кривая спроса имеет вид полого опускающейся кривой с отрицательной линией наклона, что отражает обратную линейную зависимость между двумя переменными — ценой и количеством продаж товара, а также снижающуюся предельную полезность каждой дополнительной покупки товара, что объясняет падение его цены.

Если цена возрастает от точки В до точки А, то объём продаж снижается. Любой точке на кривой спроса DD соответствует определённое значение двух переменных — количества товара Q и цены товара P. Движение по кривой спроса из одной точки в другую показывает, как изменение одной переменной, цены, вызывает обратное движение другой переменной — объёма продаж. Кривая DD не изменилась, её смещения в ту или иную сторону не произошло. Это означает, что спрос не изменился, он остался прежним: изменение цен меняет лишь объём продаж товаров, но не спрос.

4. Приведите основные неценовые факторы спроса и покажите их влияние на спрос. В чем состоит различие понятий «изменение объёма (величины) спроса» и «изменение спроса»?

Ответ. Неценовой фактор спроса — это причина, приводящая к изменению объёма спроса при каждой цене. Действие неценового фактора спроса изображают сдвигом кривой спроса.

Основные неценовые факторы спроса:

Изменение доходов потребителей. Увеличение доходов приводит, как правило, к сдвигу кривой спроса вправо. Однако для «некачественных» товаров (хлеб, картофель, маргарин) увеличение доходов вызывает сдвиг кривой спроса влево, поскольку такое потребление является вынужденным и рост доходов позволяет «переключиться» на потребление более качественных товаров (например, заменить маргарин сливочным маслом)

Изменение ставки подоходного налога. Увеличение ставки подоходного налога приводит к сокращению чистого дохода потребителей, а её снижение — к увеличению чистого дохода. Таким образом, изменение

ставки подоходного налога приводит к тем же изменениям кривой спроса, что изменение доходов; - Изменение цен товаров-заменителей. Если цены товаров-заменителей возрастают, то потребители «переключаются» на данный товар, поскольку он становится относительно дешевле. Как следствие, спрос на него возрастает, а кривая спроса сдвигается вправо. Если же товары-заменители дешевеют, то кривая спроса на наш товар сдвигается влево

□ Изменение вкусов потребителей. В результате успешной рекламной кампании потребители начинают покупать больше рекламируемого товара по каждой цене, т.е. кривая спроса сдвигается вправо. Наоборот, успешная социальная антиреклама вредных продуктов (сигарет, алкоголя и др.) приводит к сдвигу соответствующих кривых спроса влево

□ Изменение количества покупателей. Увеличение количества покупателей вызывает увеличение рыночного спроса, а уменьшение их количества вызывает его сокращение

□ Инфляционные ожидания. Ожидаемое повышение цены на товар побуждает потребителей закупать этот товар впрок, поэтому текущий спрос на него временно возрастает

Не следует смешивать увеличение объёма спроса вследствие снижения цены (движение точки вниз вдоль неподвижной кривой спроса) и увеличение спроса при каждой цене под воздействием неценового фактора спроса (сдвиг кривой спроса вправо). Изменение объёма спроса не меняет сам спрос, спрос остаётся прежним, изменение цены меняет лишь объём продаж. Изменение спроса – смещение кривой спроса, что означает изменение объёма продаж по прежней неизменившейся цене.

5. Сформулируйте понятие предложения. Чем отличаются предложение и производство?

Ответ. Предложением называется количество товара или услуги, которое производители готовы продать по определённой цене за определённый период. Предложение – это понятие, которое отражает желание и физическую возможность продавца/производителя продать некий товар. Предложение измеряют в единицах товара: штуках, килограммах и т.п. Производство – это возможность произвести некий товар, объём производства может быть больше объёма предложения и наоборот.

6. Какую зависимость отражает кривая (график) предложения? Определите закон предложения.

Ответ. Предложение товаров имеет вид кривой с положительным наклоном, отражающим прямую зависимость между двумя переменными – ценой товара и его количеством, или объёмом продаж. Двигаясь по кривой предложения вправо, видно, что растёт объём товара под влиянием возросшей цены. Закон предложения — прямая зависимость между ценой и величиной предложения товара или услуги в течение определённого периода. Другими словами, по мере роста цен производители предлагают к продаже большее количество товаров, а по мере падения цен – меньшее количество.

1. Василенок В.Л., Макаренченко М.А. Экономика. Микроэкономика и макроэкономика: Учеб. пособие. - СПб.: СПбГУНИПТ, 2003. - 217 с.

2. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Макроэкономика. - С-Пб, 1994 – 402 с.

3. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Микроэкономика. - С-Пб, 1994 – 448 с.

4. Ивашковский С.Н. Микроэкономика: Учеб. – 2-е изд., испр. и доп.- М.: Дело, 2007. - 416 с.

5. Коротков М.В. Макроэкономика. Учеб. Изд. – БГТУ, 2004

6. Учебник по основам экономической теории. Под ред Камаева В.Д. – М., «ВЛАДОС», 2003. – с.380

7. Экономика. Учебник для экономических специальностей вузов. Под ред. Булатова М.С. – Юристъ, 2002 – 896 с.

*Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:*

<https://studservis.ru/gotovye-raboty/kontrolnaya-rabota/141672>