

ЗАДАЧИ И ВЪПРОСИ ЗА ДИСКУСИЯ ПО ЛЕКЦИЯ 3

III. Какво кара потребителите да купуват?

1. Какво е търсенето? Всички потребители търсят определени стоки и услуги. Това търсенето може да се опише като взаимовръзка между:

- А) дохода, който някой има и цената, която е готов да плати за дадено благо.
- Б) сегашната цена на благо и количеството, което потребителите биха искали и могат да закупят *само* по тази цена.
- В) количеството, което производителите предлагат на пазара и цената, която потребителите са готови да платят.
- Г) всяка една възможна цена на дадено благо и количеството, които потребителите биха искали и могат да закупят при тези цени.
- Д) нито едно от изброените.

2. От какво зависи търсенето – обща и пределна полезност. Всеки ден вие прекарвате определено време във Фейсбук. Да кажем, че днес сте прекарвали 4 часа във Фейсбук. Първият час ви е донесъл най-голямо удоволствие, да кажем 15 единици. Вторият час ви е донесъл допълнителни 10 единици удоволствие. Ние, икономистите, наричаме това удоволствие полезност. Общата полезност от три часа във Фейсбук е 30 единици. През четвъртия час вие не научавате нищо ново и вече ви е омръзнало да гледате въпдейтите, които стотиците ви фейсбук приятели правят. Общата ви полезност е останала 30. Въпросът е колко ви е пределната полезност от четвъртия час във Фейсбук? Пределната полезност от четвъртия ми час във Фейсбук е:

- А) 5
- Б) 10
- В) 15
- Г) 25
- Д) 0

3. Какво е пределната полезност? Пределната полезност е:

- А) Допълнителното удоволствие, получено от потреблението на допълнителна единица от дадено благо.
- Б) Общото удоволствие, получено от потреблението на цялото количество на дадено благо.
- В) Общото удоволствие от потреблението само на първата единица, прибавено към общото удоволствие от всички останали единици.
- Г) Допълнителното потребление, разделено на допълнителното удоволствие от допълнителното потребление.
- Д) Нито едно от горните.

4. Изменение на пределната полезност. Вие правите преход в планината, но сте забравили да си вземете вода. Вечерта стигате до хижата, ожаднели както никога преди. Започвате да се наливате с вода и първата чаша ви носи огромна полезност. Много е вероятно всяка следваща чаша вода да ви носи _____.

- А) все повече полезност
- Б) същата полезност
- В) все по-малко полезност
- Г) допълнителната единица продукт не може да носи допълнително удоволствие

Д) нито едно от изброените

5. Пределна полезност и готовност да платим за нещо (потребителска стойност). Вие отивате на кино, решени да гледате един филм няколко пъти подред. Купувате си билет от 10 лв. и гледате филма за първи път. След това го гледате втори път, но някак си тези втори 10 лв. ви изглеждат вече много. За да ви накарат да гледате филма трети път, от киното вероятно трябва да намалят цената на билета. Това е така, защото пределната ви полезност от гледането на филма намалява. От закона за намаляващата пределна полезност следва, че:

- А) кривите на търсенето винаги сочат надолу и надясно.
- Б) кривите на предлагането винаги сочат нагоре и надясно.
- В) потребителят винаги би гледал филма, независимо колко струва билета.
- Г) общата полезност винаги се увеличава с нарастващи темпове, когато потреблението расте.
- Д) когато потребяваме повече филми, пределната полезност винаги се увеличава с намаляващи темпове.

6. Основната причина цената да влияе на това колко ще потребяваме. Защо възниква законът на търсенето? Заради _____.

- А) това, че производството на продукта се увеличава с намаляващи темпове
- Б) противопоставянето на бедни и богати
- В) предпочитанията на потребителите към повече пари
- Г) противопоставянето на нормалните и луксозните блага
- Д) намаляващата пределна полезност

7. Други фактори, влияещи на търсенето. Освен цената, има и други фактори, които влияят на оптималното за потребителя търсено количество при всяка една цена. Сред изброените по-долу фактори всички влияят *пряко* на оптималното за потребителите търсено количество, освен един. Кой е той?

- А) Цените на свързаните продукти.
- Б) Доходът.
- В) Предпочитанията на потребителите.
- Г) Очакваната цена в следващия период.
- Д) Количеството, което производителите са готови да произведат за дадените цени.

8. Изместване на кривата на търсене. Кривата на търсене се измества, когато при всяка цена оптималното за потребителя количество се променя. Всяко едно изменение от изброените по-долу може да измести цялата крива на търсене, *освен*:

- А) изменение на собствената цена.
- Б) изменение на цената на допълваща се в потреблението стока.
- В) изменение на цената на стока-заместител.
- Г) изменение на дохода.
- Д) изменение на данъците върху дохода.

9. Демографски фактори за изменение на търсенето. Поради увеличена раждаемост в определени градове и миграцията на млади хора към тях, търсенето на детски градини и начално образование след определен период от време се измества _____.

- А) надясно
- Б) наляво
- В) наляво или надясно
- Г) нагоре или надолу

Д) търсенето на начално образование няма връзка с раждаемостта

10. Търсене на музика с легални авторски права. _____ предизвиква изместване на кривата на търсене на легално произведени музикални CD-та наляво.

- А) Задържането на цената на компакт дисковете постоянна
- Б) Намаляването на цената на компакт дисковете
- В) Увеличаването на цената на компакт дисковете
- Г) Наличието на повече пиратски сайтове и софтуер за споделяне на файлове в мрежата
- Д) Усилията на полицията и прокуратурата за затваряне на пиратските торент сайтове

11. Предпочитания и търсене, независимо от цената. Някои коли харчат много гориво. Да предположим, че търсенето им намалее значително, заради преориентирането на потребителите към екологични автомобили. При равни други условия, тогава ще наблюдаваме _____.

- А) намаление на цената на горивото.
- Б) увеличение на предлагането на автомобили, които харчат много гориво.
- В) увеличение на предлагането на гориво.
- Г) увеличение на равновесната цена на автомобилите, които харчат много гориво.
- Д) увеличение на цената на горивото.

12. Учене или Facebook. Кое да изберем? За потребител, който максимизира своята полезност, отношението между пределната полезност от ученето и пределната полезност от Facebook, е 2. Това означава, че:

- А) този човек винаги консумира ученето и Facebook.
- Б) за този потребител ученето е два пъти по-ценно, отколкото Facebook.
- В) ученето е два пъти по-малко ценно от Facebook.
- Г) ученето за нищо не струва.
- Д) Facebook за нищо не струва.

13. Малко теория на потреблението. Потребителят, който максимизира своята полезност, комбинира покупките си по такъв начин, че за всички X и Y, които си купува, е вярно, че:

- А) $TU_x = TU_y$.
- Б) $MU_x = MU_y$.
- В) $TU_x/P_x = TU_y/P_y$.
- Г) $MU_x/MU_y = P_x/P_y$.
- Д) нито едно от изброените.

14. Малко практика на потреблението. Вие имате възможност да боядисате два типа великденски яйца: от щастливи кокошки и от щастливи щрауси. Едно кокоше яйце от щастлива кокошка струва 0.50 лв, докато едно яйце от щастлив щраус струва 40 лв. Колко пъти по-голяма наслада трябва да ви носи великденското щраусово яйце, за да е рационално да си купите и боядисате него, вместо обикновеното кокоше яйце?

- А) 10
- Б) 30
- В) 50
- Г) 70
- Д) 80

15. Как да разбираме ограничения си бюджет? Вие имате 20 лв. за вечерта и искате да се забавлявате в някое от заведенията в Студентски град. Вие обичате бира и сандвичи. Цената на

една бира в любимото ви заведение е 2.50, докато цената на любимия ви сандвич е 4 лв. Изчислете колко бири можете да изпиете, ако изхарчите всичките си пари само за бира. Изчислете колко сандвича можете да си купите, ако изхарчите всичките си пари само за сандвичи. Обозначете на една и съща графика максималните количества бира и сандвичи, които можете да си купите. Обозначете максималното количество сандвичи по абсцисата и максималното количество бира по ординатата. Сега свържете двата максимума. Точките, които току-що свързахте, са вашето бюджетно ограничение. Сега отговорете на следните въпроси: 1) Ако цената на сандвичите падне, как ще се промени бюджетното ви ограничение?; 2) Ако цената на бирата се увеличи, как ще се промени бюджетното ви ограничение?; 3) Ако цените на двете блага се променят с 20%, как ще се промени бюджетното ви ограничение?; 4) Кой регион на графиката обозначава комбинациите от блага, които можете да си позволите и кой регион на графиката обозначава комбинациите, които не можете да си позволите?; 5) Ако цената на сандвичите по понижи, ще можете ли да си купите повече сандвичи?; 6) Ако цената на *сандвичите* се повиши, ще можете ли да си позволите същото количество *бира*, колкото и преди?; 7) Ако цената на сандвичите са понижи, ще можете ли да си позволите *повече* бира?; 8) Можем ли да твърдим, че потреблението на някое от двете блага зависи не само от собствената му цена, но и от цената на другото благо?

16. Как да разберем колко доход имаме от една графика? На една графика вие виждате бюджетно ограничение. Вие знаете, че потребителят може да си позволи 10 единици от стока А и 20 единици от стока Б. Вие знаете, че цената на А е 2 лв., а цената на Б е 1 лв. Колко е доходът на този потребител?

17. Неограничени потребности, ограничени възможности. Гаджето ви има 300лв. седмично, които харчи за дрехи и храна. Цената на дрехите е 30 лв., а цената на храната е 5 лв. Комбинациите от дрехи и храна, които гаджето ви може да си купи, изразходвайки целия си бюджет, включват _____ дрехи и _____ храненияя.

А) 10; 60

Б) 0; 200

В) 10; 125

Г) 20; 50

Д) Гаджето ми не може да си позволи нито една от комбинациите.

18. Удоволствието като бизнес. Рецесия е състояние на икономиката, при което на повечето пазари в една икономика има спад на търсенето. Един от отраслите, които пострадаха най-много от последната рецесия в САЩ, е производството и разпространението на порно-филми. В предишните рецесии от 1992г. и от 2001г. не се е наблюдавал спад на търсенето на продуктите на порно-индустрията. Дискутирайте възможните причини за спада на търсенето на тази индустрия по време на настоящата рецесия в сравнение с предишни рецесии, когато спад на търсенето не е имало. Как ще се отрази този спад на търсенето върху цените на филмите с еротично съдържание? Как, според вас, ще се отрази този спад на хонорарите на заетите в индустрията? Може ли това да обясни появата на други продукти в рамките на порно-индустрията? Кои са те? Ако вие бяхте порно-продуцент, как щяхте да преориентирате стратегията си?