

ЗАДАЧИ И ВЪПРОСИ ЗА ДИСКУСИЯ ПО ЛЕКЦИЯ 5 И 6

V. Еластичности на търсенето и значение на еластичностите на търсене

1. Дефиниция за собствена ценова еластичност. Собствената ценова еластичност на търсенето е:

- А) процентното изменение на търсеното количество, предизвикано от един процент изменение на цената.
- Б) процентното изменение на цената, предизвикано от един процент изменение на търсеното количество.
- В) изменението на цената, разделено на изменението на количеството.
- Г) изменението на количеството, разделено на изменението на цената.
- Д) еластичността, която дадено благо има спрямо изменението на цената на определени блага, които са свързани в потреблението.

2. Приложение на дефиницията. Ако търсенето на даден продукт е еластично спрямо собствената цена, то тогава 10-процентно увеличение на цената му ще доведе до:

- А) увеличение на търсените количества с 10%.
- Б) увеличение на търсените количества с повече от 10%.
- В) намаление на търсените количества с по-малко от 10%.
- Г) намаление на търсените количества с повече от 10%.
- Д) намаление на предлагането с повече от 5%.

3. Видове еластичности на търсенето спрямо собствената цена. Когато цената на кабелната телевизия нарасне с 5%, количеството на абонатите спада с 5%. Можем да заключим, че търсенето на кабелна телевизия е:

- А) нееластично.
- Б) еластично.
- В) перфектно еластично.
- Г) -1.
- Д) идеално нееластично.

4. Още видове еластичности спрямо собствената цена. Ако цената на кафето се увеличи с 5%, търсеното количество намалява с 3%. Можем да кажем, че търсенето на кафе е:

- А) нееластично.
- Б) еластично.
- В) перфектно еластично.
- Г) -1.
- Д) идеално нееластично.

5. Още приложения на дефиницията за еластичност на търсенето спрямо собствената цена. Ако цената се измени от 5 до 6, а търсеното количество се измени от 11 на 10, то можем да твърдим, че в този ценови диапазон, търсенето е:

- А) уникално.
- Б) еластично.
- В) безкрайно еластично.
- Г) нееластично.
- Д) безкрайно нееластично.

6. Видове еластичности на търсенето. Цената на новите издания на учебниците и помагалата на преподавателите в УНСС се покачи с 10% за една година. Това доведе до спад на количеството продадени нови учебници с 11%, до нарастване на търсенето на копия на тези учебници с 13% и до нарастване на търсенето на учебници на старо с 8%. От тази информация можем да заключим, че търсенето на новите издания на учебниците спрямо собствената цена е _____; че търсенето на копия спрямо цената на новите издания е _____; и че търсенето на учебници на старо спрямо цената на новите издания е _____.

- А) еластично; еластично; еластично.
- Б) нееластично; нееластично; нееластично.
- В) еластично; еластично; нееластично.
- Г) нееластично; еластично; еластично.
- Д) еластично; нееластично; нееластично.

7. Еластичност и приходи. Да предположим, че произвеждате вафли и обмисляте дали да повишите цената на вафлите, или не. Да предположим, че решавате въз основа на това дали увеличението на цената ще ви повиши приходите. Едно увеличение на цената ще ви повиши приходите, ако:

- А) търсенето е еластично.
- Б) търсенето е нееластично.
- В) предлагането е нееластично.
- Г) предлагането е еластично.
- Д) производителите никога не увеличават цените.

8. Сладка дискусия. На основата на извода от горния въпрос и вашите наблюдения върху броя на марките вафли на пазара, моля дискутирайте дали увеличението на цената е най-добрият начин един производител на вафли да увеличи приходите си. Ако не е, какви са алтернативите?

9. Цена на тока, еластичност и приходи. Търсенето на ток е нееластично спрямо собствената цена. Това е така, защото не можете да замените лесно тока с друг енергоизточник. Ако производителите на ток увеличат цената му, какъв ще бъде резултатът?

- А) Търсеното количество ще спадне относително малко и приходите на производителите и разпределителите на електроенергия ще намалее.
- Б) Търсеното количество ще се увеличи в краткосрочен план, но ще намалее в дългосрочен план.
- В) Търсеното количество ще намалее много, защото хората не издържат вече.
- Г) Цената на тока няма никакво отношение към търсеното количество, защото търсенето на ток е безкрайно еластично.
- Д) Търсеното количество ще спадне относително малко и приходите на производителите и разпределителите на електроенергия ще се увеличат.

10. Лесно ли е да си шеф? Вие сте мениджър на ресторант в средния ценови сегмент, където търсенето е еластично. Вие обмисляте увеличение на цените. Какво можете да очаквате като резултат от увеличението на цените?

- А) Сравнително голям спад на търсенето и намаляване на приходите.
- Б) Сравнително малък спад на търсенето и увеличаване на приходите.
- В) Увеличаване на търсенето и спад на приходите.

- Г) Увеличаване на търсенето и ръст на приходите.
- Д) Няма да слушам никого, защото аз съм Шефа. Какво тук значи някаква си еластичност?!

11. Отново за еластичността и приходите. Намаление на цените в ресторанта от горния пример би увеличило приходите, ако:

- А) търсенето е нееластично.
- Б) процентното изменение в търсеното количество е по-малко от процентното изменение в цената.
- В) потребителите спрат да ядат в ресторанта и започнат да ядат вкъщи.
- Г) процентното изменение в търсеното количество е по-голямо от процентното изменение в цената.
- Д) търсенето е безкрайно нееластично.

12. Еластичност и пределни приходи. Когато търсенето е еластично, пределният приход от намалението в цената е:

- А) положителен.
- Б) отрицателен.
- В) нула.
- Г) не може да се определи.
- Д) пределният приход не зависи от цената.

13. Числов пример. (Не забравяйте минуса! Какво означава той?) Еластичността на търсене на портокали от собствената цена е -0.43 . Тогава намаление на цената на портокалите с 10 процента ще доведе до:

- А) увеличение на количеството търсени портокали с 4.3 процента.
- Б) намаление на количеството търсени портокали с 4.3 процента.
- В) увеличение на количеството търсени портокали с 43 процента.
- Г) намаление на количеството търсени портокали с 43 процента.
- Д) нито едно от изброените.

14. Още един числов пример. (Не забравяйте минуса! Какво означава той?) Според едно изследване, ценовата еластичност на търсенето на вечери в ресторант е -2.27 . Това означава, че ако ресторантът би искал да *увеличи* приходите си от вечери, то той трябва да:

- А) намали цените, особено в следобедните часове, в които няма много клиенти, като въведе *Happy Hour* между 14-16 часа.
- Б) остави цените непроменени.
- В) увеличи цените.
- Г) намали цените във вечерните часове.
- Д) не може да се определи от дадената информация.

15. За минуса на една ценова еластичност. Ако законът за търсенето е верен, то еластичността на търсенето от собствената цена винаги е отрицателна. Обяснете защо, като използвате дефиницията за еластичност. Като имате предвид, че знакът минус винаги стои пред собствената ценова еластичност, отговорете на следните въпроси: 1) Дали еластичността става по-малка или по-голяма от математическа гледна точка, когато търсенето става по-еластично?; 2) Какво всъщност измерва еластичността?; 3) Какъв е знакът при кръстосаната ценова еластичност на търсенето? Може ли той да бъде и положителен, и отрицателен?; 4) Анализирайте дали е възможна ситуация, при която

собствената ценова еластичност е положителна. Какво означава това за закона на търсенето?; 5) Можете ли да дадете пример за такива блага или за потребители, които купуват блага, нарушаващи закона за търсенето?

VI. Предлагане и еластичност на предлагането

1. Закон за предлагането? Вярно или грешно е твърдението: При равни други условия, увеличение на цената на дадена стока ще доведе до увеличение на нейното предлагане.

2. Крива на предлагането. Кривата на предлагането изразява връзката между:

- А) възможните пазарни цени на даден продукт и количеството, което за фирмите е изгодно да доставят на пазара при всяка една от тези възможни цени.
- Б) цената, която потребителите са готови да платят и произволно количество, което фирмите предлагат.
- В) цената в бъдещ период и количеството, което днес производителите предлагат.
- Г) разходите за производство на даденото благо и цената, която потребителите са готови да платят за него.
- Д) нито едно от изброените.

3. Цената на щастieto. Защо яйцата от свободни (щастливи) кокошки са по-скъпи за произвеждане?

- А) Защото за производството на екологично чисти яйца са необходими по-високи разходи за земя, заради изискването на ЕС свободните кокошки да разполагат с повече площ на всяка кокошка.
- Б) Защото свободните кокошки се хранят с по-скъпа и по-качествена храна.
- В) Защото поддържането на курниците за свободните кокошки струва повече пари.
- Г) Защото има потребители, които са готови да платят повече пари за яйца от свободни кокошки.
- Д) Всичко от изброените е вярно.

4. Движение по кривата на предлагане. Кое от долните ще предизвика движение по кривата на предлагането на пица в дадена пицария?

- А) Увеличение на цената на продуктите в McDonalds, Burger King, Subway и KFC едновременно.
- Б) Намаляване на цените на брашното и подправките, използвани за производство на пица.
- В) Намаляване на цената на пицата.
- Г) Увеличаване на броя на пицариите.
- Д) Изместване на предпочитанията на потребителите от Левски към ЦСКА или обратно.

5. Изменение на предлагането при всяка една цена. На пазара на смартфони, кривата на предлагане се измества при всички случаи, освен при:

- А) подобряване на технологията за производство на смартфони.
- Б) увеличаване на броя на потребителите на смартфони.
- В) изменение в очакваните печалби на производителите на смартфони.
- Г) намаление на цената на тока.
- Д) намаляване на заплатите на работниците във фабриките за смартфони.

6. Деликатната разлика между движение по кривата и движение на кривата на предлагане. Анализирайте произволен пазар. При равни други условия, каква е

оптималната реакция на производителите, когато разберат, че доходите на потребителите растат?

А) Цялата крива на предлагане се измества надясно.

Б) Количеството предлагана продукция расте.

В) Цялата крива на предлагане се измества наляво.

Г) Производителите не реагират въобще, защото изменението на доходите променя само търсенето, но не и предлагането.

Д) Няма разлика между това цялата крива на предлагане да се измества надясно и това количеството на предлаганата продукция да расте.

7. За цената на факторите и предлагането. Ако цената на сензорните екрани, които се използват в производството на смартфони нарасне, тогава при равни други условия ще наблюдаваме _____ в _____ на смартфони.

А) нарастване; предлагането

Б) намаляване; предлагането

В) нарастване; търсенето

Г) намаляване; търсенето

Д) нито едно от горните

8. Факторите за производство като благо. Ако цената на компютърните чипове, които се използват в производството на смартфони намалее, тогава ще наблюдаваме _____ в _____ на смартфони.

А) нарастване; предлагането

Б) намаляване; предлагането

В) нарастване; търсенето

Г) намаляване; търсенето

Д) нито едно от горните

9. Заплати, разходи и предлагане. Кое от изброените по-долу със сигурност ще премести кривата на предлагането на произволен продукт нагоре и наляво?

А) Ученето през целия живот на служителите.

Б) Нарастване на количеството продукт, което фирмата предлага на пазара.

В) Нарастване на цената на производствените фактори, заети в производството.

Г) Намаляване на капитала на фирмата.

Д) Нито едно от изброените.

10. Материални фактори, разходи и предлагане. Ако цената на доматиения сос, използван в производството на пица се повиши, то _____.

А) кривата на предлагане на пици ще се измести нагоре и наляво

Б) предлаганото количество пица ще остане на същата крива на предлагане, но ще се увеличи

В) кривата на предлагане на пици ще се измести надолу и надясно

Г) предлаганото количество пица ще остане на същата крива на предлагане, но ще се намали

Д) цената на доматиения сос няма отношение към разходите за производство за пица и следователно не влияе на предлагането на пици

11. Пределен приход на фирмата. Да предположим, че когато цената, по която продаваме, е 11, търсеното количество е 9, а когато цената е 9, търсеното количество е 10. Според тази информация, какъв е пределният приход на фирмата от намалението на

цената?

A) 20

B) 19

B) 10

Г) 1

Д) -9

12. Влиянието на новите технологии върху пазара на смартфони. Дискутирайте влиянието на новите технологии върху цените на частите за производство на смартфони. По-конкретно, опитайте се да отговорите на следните въпроси: 1) Как новите технологии влияят върху разходите?; 2) Как разходите влияят върху предлагането?; 3) Ако предположим, че търсенето е фиксирано, как използването на нови технологии ще се отрази на равновесните цени на смартфоните? За да отговорите на последния въпрос, ще ви е нужна графика. Начертайте тази графика.; 4) Може ли тази графика да обясни случващото се на пазара на смартфони в последните няколко години? Ако да, защо? Ако не, защо?

13. Какво е еластичност на предлагането? Припомнете си дефиницията за еластичност на *търсенето* от собствената цена. Използвайте тази дефиниция, за да дефинирате еластичността на предлагане от собствената цена.

14. Потенциални печалби и предлагане. Да предположим, че в една икономика съществува следния казус: Според Закона за възобновяемите енергийни източници (ВЕИ), държавата гарантира на производителите на ток от ВЕИ определени изкупни цени на тока, които са много над себестойността на произведената продукция. Как ще се отрази това на предлагането на ток от ВЕИ? Можем ли да добием обща представа за еластичността на предлагане на ток от ВЕИ, ако нямаме допълнително информация за процентното увеличение на изкупните цени на тока от ВЕИ и процентното изменение на предлагането на ток от ВЕИ?

15. Еластичност при ограничено предлагане. Лионел Меси вероятно е най-добрият футболист на това поколение и всеки отбор би искал да го има. Но неговото предлагане е ограничено на един брой. Той не може да участва в няколко футболни първенства едновременно. Каква е еластичността на предлагане на Лионел Меси?

16. Еластичност на предлагането и равновесни цени. Дискутирайте други примери на спортни звезди и други известни личности, в които еластичността на предлагане е подобна или същата на тази на Лионел Меси. От какво се определя цената, по която те сключват договор? По-скоро от търсенето или по-скоро от предлагането?

17. Цената на вашия глас. Купуването и продаването на гласове по време на избори може да е престъпление, но много хора го правят и това създава нелегален пазар на гласове. Ако всеки можеше да продаде гласа си легално и много партии се конкурираха за гласа на всеки избирател, от какво щеше да зависи равновесната цена на всеки отделен глас – повече от търсенето, или повече от предлагането?