

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

высшего образования

«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(ФГБОУ ВО «КубГУ»)

Среднее профессиональное образование

ИНДИВИДУАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ

РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА

Работу выполнил

Рашевская 18.12.2018  
(подпись, дата)

О.О. Рашевская  
(ФИО)

Филиал ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет» в г. Тихорецке  
Специальность 38.02.01 Экономика и бухгалтерский учет (по отраслям)

Научный руководитель канд. экон. наук,

преподаватель СПО

Вандрикова 18.12.2018  
(подпись, дата)

О.В. Вандрикова  
(ФИО)

Тихорецк 2018

## СОДЕРЖАНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	3
1 Бюджетные линии и кривые безразличия.....	4
2 Понятие спроса и предложения, его факторы.....	7
3 Спрос и предложение фирмы в условиях совершенной конкуренции.....	13
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	16
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ.....	17
ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.....	18

## ВВЕДЕНИЕ

Современная рыночная экономика представляет собой сложнейший организм, состоящий из огромного количества разнообразных производственных, коммерческих, финансовых и информационных структур, взаимодействующих на фоне разветвленной системы правовых норм бизнеса, и объединяемых единым понятием – рынок.

Самое упрощенное определение рынка - это место, где люди в качестве продавцов и покупателей находят друг друга.

Будучи общей экономической системой, рыночная экономика развивается по единым для всех стран законам. Их универсальность обуславливает общую природу рыночной экономики, проявляющуюся в общности не только предпосылок, но и ее функций и механизмов на всех этапах развития. Вместе с тем в зависимости от конкретных исторических условий каждой страны эти общие закономерности реализуются в разнообразных страновых моделях рыночной экономики.

Цель индивидуального проекта – рассмотреть основные особенности спроса и предложения.

В соответствии с поставленной целью, выделены следующие задачи:

- Изучить бюджетные линии и кривые безразличия.
- Рассмотреть понятие спроса и предложения.
- Раскрыть спрос и предложение фирмы в условиях совершенной конкуренции.

## I Бюджетные линии и кривые безразличия

В основе метода определения потребительского поведения лежит геометрическое совмещение бюджетной линии и кривых безразличия. Бюджетная линия – линия, являющаяся геометрическим местом расположения комбинаций количества товаров, которые могут быть куплены на заданный бюджет. Таким образом, бюджетная линия указывает пределы индивидуального потребления.

Бюджетная линия. Диапазон вариантов выбора, открывающихся перед потребителем, ограничивается его доходами. То есть потребитель, как правило, соотносит свои расходы и свои доходы, или, как говорят, имеет свой бюджет.

Бюджетные линии показывают возможность покупки того или иного товара потребителем при сложившемся уровне дохода, но не учитывают при этом желания потребителя. Предпочтения потребителей исследуются с помощью кривых безразличия.

Кривая безразличия показывает различные комбинации двух продуктов, имеющих одинаковое потребительское значение, или полезность. Соизмерение потребностей предполагает в данном случае не количественное их измерение, а лишь ранжирование.

Кривая безразличия. Одна из главных трудностей теории предельной полезности состоит в том, что категория «полезность» – чисто субъективное понятие; его нельзя измерить с помощью какого-либо прибора. Полезность – как боль, можно лишь сказать больше она или меньше, но измерить ее невозможно. Таким образом, перед создателями теории предельной полезности возникла проблема размерности, разрешить которую удалось при помощи так называемой «кривой безразличия», т.е. заменив абсолютные единицы полезности относительными величинами.

Подводя итог краткому анализу теории предельной полезности, можем сделать вывод, что эта теория дает ключ к пониманию многих

экономических явлений и процессов – в первую очередь объясняет типологию потребительского поведения, а также то, почему кривая спроса имеет вид обратно пропорциональной зависимости.

Понятие предельной полезности явилось подтверждением закона постепенного убывания спроса. Но существует и другой подход к этой проблеме. Хотя он и не опирается непосредственно на предельную полезность, но все же приводит к желаемому результату и помогает проникнуть в сущность тех факторов, которые обычно определяют характер взаимосвязи количества товаров на изменение их цены.

Первая причина сокращения потребления при повышении цены вполне очевидна. Если цена на чай растет, в то время как другие цены остаются неизменными, чай становится относительно более дорогим. Следовательно, для того, чтобы поддержать уровень жизни с наименьшими затратами, имеет смысл заменить чай какими-нибудь иными продуктами. Таким образом, чай становится относительно более дорогим напитком, чем раньше, и его потребление сокращается, тогда как потребление кофе и какао растет. Точно также повышение цен на билеты в кино по сравнению с театральными билетами может привести к тому, что потребитель будет искать меньше развлечений, но зато более дорогих. В этих случаях потребитель действует так же, как и предприниматель, который при относительном росте цены какого-либо фактора производства заменяет его другими, более дешевыми факторами, соответственно приспособливая к этой замене свое производство. Это позволяет ему выпускать прежнее количество продукции с наименьшими издержками.

С другой стороны, если потребители вынуждены покупать какой-либо товар по более высокой цене, чем раньше, то это, по сути дела, даже при неизменном денежном доходе равносильно снижению реального дохода или покупательной способности, особенно если до этого товар приобретался в больших количествах. А имея более низкий реальный доход, потребители смогут покупать меньше других товаров. И поскольку реальный доход упал,

потребители будут покупать меньше того товара, цена на который выросла.

Естественно, количественное воздействие каждого из этих факторов зависит и от товара, и от потребителя. При одних условиях, когда потребитель очень мало тратит на данный товар и когда имеются взаимозаменяемые товары, кривая спроса будет весьма эластичной. Но если взять такой товар, как соль, на который приходится незначительная доля бюджета потребителя, который трудно заменить другим товаром и который необходим лишь в небольших количествах, то в этом случае спрос, как правило, будет неэластичным.

Ограниченность денежных доходов потребителя в пределах, в которых могут быть осуществлены расходы на потребления называется бюджетными ограничениями. Это условия, в рамки которых попадает потребитель. Они показывают все комбинации товаров, которые могут быть приобретены при данных доходах и данных ценах.

Таким образом, использование теории предпочтения, бюджетных ограничений и кривых безразличия позволяет решить проблему потребительского выбора. Оптимальный набор потребительских товаров (услуг) должен отвечать двум требованиям:

- находиться на бюджетной линии;
- состоять из наиболее предпочтительного сочетания товаров. Эти два условия сводят проблему максимизации удовлетворения потребностей потребителя к выбору подходящей точки на бюджетной линии.

## 2 Понятие спроса и предложения, его факторы

Рынок потребительских товаров и услуг, как и любой рынок, имеет тонкую организацию и высокую чувствительность к внешнему вмешательству, особенно это касается конкуренции. Поэтому воздействие государства на него осуществляется путем регулирования. Регулирование предполагает мягкое влияние на рынок, в результате которого экономические агенты, не отказываясь от своих интересов, действуют в рамках установленных правил. Регулирующие меры и средства направляются государством на создание условий для корректировки хозяйствующими субъектами своего поведения с учетом потребностей общества.

Регулирование рынка может быть экономическим и социальным. Экономическое регулирование предполагает воздействие на количественное соотношение между спросом и предложением товаров и услуг. Влияя на денежные доходы населения, способствуя уменьшению неравенства в их распределении, государство воздействует на покупательский спрос. Стимулируя предпринимательскую деятельность, от которой зависит предложение товаров и услуг, государство также создает предпосылки для большей сбалансированности рынка.

Социальное регулирование связано с качественными аспектами функционирования рынка потребительских товаров и услуг. Свобода потребительского выбора должна быть защищена от недобросовестности предпринимателей, что также относится к числу важнейших задач государства.

Саморегулирование рынка происходит за счет взаимодействия рыночных механизмов: спрос и предложение. Поэтому для адаптации в современных условиях необходимы знания по формированию спроса, предложения и рыночных цен.

Цена в рыночной экономике – это сигнал, на который ориентируются

производители товаров и услуг, которые принимают решения о том, сколько производить продукции. На цену ориентируются и потребители, когда принимают решение, какие товары и в каком количестве им можно купить. Ценовой ориентир играет важную роль в развитии экономики на микро- и макроуровне.

Спрос – общественная потребность в товарах и услугах, обеспеченная платежными средствами; его размеры зависят прежде всего от уровня денежных доходов населения и объема средств, выделяемых производителями на инвестирование в производство. Под предложением обычно понимается совокупность товаров и услуг, которые могут быть реализованы на рынке.

Величина спроса – это количество товара, которое покупатели готовы купить по данной цене в определенное время и в определенном месте.

Закон спроса – закон, в соответствии с которым при увеличении цены на товар спрос на этот товар снижается при прочих неизменных факторах.

Действие закона спроса может быть объяснено на основе действия двух взаимосвязанных эффектов: эффекта дохода и эффекта замещения. Суть этих эффектов в следующем:

– с одной стороны, рост цен сокращает реальный доход потребителя при неизменной величине его денежного дохода, снижает его покупательную способность, что ведет к относительному сокращению величины спроса на подорожавший товар (эффект дохода);

– с другой стороны, этот же рост цен делает более привлекательными для потребителя другие товары, побуждает его заменить подорожавший товар более дешевым аналогом, что опять таки ведет к сокращению величины спроса на него (эффект замещения).

Закон спроса не действует в следующих случаях:

– парадокс Гриффена (рост цен на основную группу товаров первой необходимости приводит к отказу от более дорогих и качественных товаров, и к увеличению объема спроса на данный основной продукт (может



наблюдаться в период голода), например, во время голода в Ирландии в середине 19 века объем спроса на картофель увеличился, Гиффен связан это с тем, что в бюджете бедных семей расходы на картофель занимали значительную долю, повышение цен на данный товар приводило к тому, что реальные доходы этих слоев населения падали, и они были вынуждены сокращать покупки прочих товаров, увеличивая потребление картофеля, чтобы выжить и не умереть с голода);

– когда цена является показателем качества (в этом случае потребитель может считать, что высокая цена товара свидетельствует о его высоком качестве и увеличении спроса);

– эффект Веблена (связан с престижным спросом, ориентированном на приобретение товаром, свидетельствующих по мнению покупателю о его высоком статусе или принадлежности к «товарам — льготникам»);

– эффект ожидаемой динамики цен (если цена товара снижается и потребители ожидают сохранения этой тенденции, то размер спроса в данный временной период может уменьшаться и наоборот);

– для редких и дорогостоящих товаров, являющихся средством вложения денег.

Закон предложения – закон, в соответствии с которым при увеличении цены на товар предложение этого товара повышается при прочих неизменных факторах.

Закон предложения может иметь исключения. Так, для целого ряда товаров сдерживающим фактором роста производства является ограниченность ресурсов. При достижении границы максимального использования ресурсов никакой рост цен не сможет увеличить производство, а с ним и предложение товаров.

Величина предложения – это количество товара, которое продавец предложить к продаже по данной цене в определенное время и в определенном месте.

Соотношение спроса и предложения – один из ценообразующих

факторов: превышение спроса над предложением способствует повышению цен, и наоборот, превышение предложения над спросом действует в сторону понижения цен.

Факторы спроса и предложения – факторы, влияющие на величину спроса и предложения. Основным фактором, как для спроса, так и для предложения, является цена товара. Кроме того, существует ряд других факторов, которые принято называть неценовыми факторами.

Факторы спроса (детерминанты спроса) – факторы, влияющие на величину спроса. Основным детерминантом является цена товара, влияющая на спрос в соответствии с законом спроса. Кроме того, существует ряд других факторов, которые принято называть неценовыми факторами спроса.

Неценовые факторы спроса (неценовые детерминанты спроса) – факторы, влияющие на величину спроса, и не связанные с ценой товара. При изменении неценовых факторов изменяется величина спроса при заданных величинах цены; таким образом, изменяется кривая спроса. В этом случае обычно говорят о смещении кривой спроса. При росте спроса кривая смещается вправо, при уменьшении – влево.

К неценовым факторам влияющим на спрос относят:

- изменения в денежных доходах населения;
- изменения в структуре и количестве населения;
- изменения цен на другие товары (особенно на товары заменители, или взаимодополняющие товары);
- экономическая политика государства;
- изменение потребительских предпочтений, под воздействием рекламы, моды.

Факторы предложения (детерминанты предложения) – факторы, влияющие на величину предложения. Основным детерминантом является цена товара, влияющая на предложение в соответствии с законом предложения. Кроме того, существует ряд других факторов, которые принято называть неценовыми факторами предложения.

Неценовые факторы предложения (неценовые детерминанты предложения) – факторы, влияющие на величину предложения, и не связанные с ценой товара. При изменении неценовых факторов изменяется величина предложения при заданных величинах цены; таким образом, изменяется кривая предложения. В этом случае обычно говорят о смещении кривой предложения. При росте предложения кривая смещается вправо, при уменьшении – влево.

К неценовым факторам предложения относят:

- изменение издержек производства в результате технических нововведений, изменения источников ресурсов, изменения связанные с налоговой политикой, а также характеристики, которые влияют на формирование стоимости факторов производства;
- выход на рынок новых фирм;
- изменения цен на другие товары приводящих к уходу фирмы из отрасли;
- природные катастрофы;
- политические действия и войны;
- перспективные экономические ожидания;
- фирмы занятые в отрасли при увеличении цены задействуют резервные или быстровводимые новые мощности, что автоматически приводит к увеличению предложения;
- в случае продолжительного увеличения цены в эту отрасль устремятся другие производители, что еще больше увеличит производство и как факт возможно увеличение предложения.

Таким образом, спрос и предложение «встречаясь» на рынке, вступают во взаимодействие друг с другом. При свободных рыночных отношениях без жестокого государственного регулирования они рано или поздно уравниваются друг друга. Такое состояние называется рыночным равновесием.

### 3 Спрос и предложение фирмы в условиях совершенной конкуренции.

Ключевым понятием, выражающим сущность рыночных отношений, является понятие конкуренции. Конкуренция – это центр тяжести всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями по поводу установления цен и объемов предложения товаров на рынке. Стимулом, побуждающим человека к конкурентной борьбе, является стремление превзойти других. Конкуренция – это динамический, ускоряющий движение процесс. Он служит лучшему обеспечению рынка товарами. Конкуренция – это элемент рыночного механизма, обеспечивающий взаимодействие рыночных субъектов в производстве и сбыте продукции, а также в сфере приложения капитала.

Конкуренция (от латинского «concurrere» – сталкиваться) означает соперничество между отдельными субъектами рыночного хозяйства за наиболее выгодные условия производства и реализации (купли и продажи) товаров».

Совершенная конкуренция означает такое состояние экономической системы, когда влияние каждого участника экономического процесса на общую ситуацию настолько мало, что им можно пренебречь. Обычно выделяются следующие признаки совершенной конкуренции: множественность продавцов и покупателей, однородность выпускаемого продукта, отсутствие возможности покупателей и продавцов влиять на цены, абсолютная мобильность производственных ресурсов, полное знание предпринимателями состояния рынка.

Фирмы в условиях совершенной конкуренции быстро реагируют на изменение потребительского спроса. Так, если спрос на какой-то вид товара возрастает, фирмы, выпускающие его, начнут получать экономическую прибыль за счет разницы между возросшей ценой и издержками.

Экономические прибыли привлекут новые фирмы к производству данной

продукции, предложение увеличится и спрос будет удовлетворен. Поскольку нет ограничений для входа в отрасль, производство реагирует на спрос максимально гибко.

В условиях совершенной конкуренции фирма настолько мала по сравнению с рынком как целостной системой, что принимаемые ею решения практически не влияют на рыночную цену. Сложившееся при единой цене равновесие между спросом и предложением не изменится, если отдельная фирма увеличит (уменьшит) количество производимой продукции. Поскольку каждый продавец имеет возможность реализовать по текущей цене любой желаемый им объем продукции, у него нет резона снижать цену. Это значит, что совершенно конкурентная фирма сталкивается с кривой спроса.

В условиях совершенной конкуренции фирмы производят такое количество продукции, которое соответствует точке пересечения кривых рыночного спроса и предложения. Кривая предложения каждой фирмы является отрезком кривой ее предельных издержек, лежащим выше кривой средних переменных издержек.

Если ранее мы рассматривали равновесие фирмы безотносительно к формам рынка, то теперь попытаемся представить рыночное равновесие в условиях совершенной конкуренции, имея в виду, что равновесие устанавливается на пересечении кривых спроса и предложения.

Если при существующей рыночной цене несколько фирм терпят убытки и прекращают производство, предложение на рынке сокращается. Результатом сокращения предложения (при постоянном спросе) является повышение цены. Возросшая цена позволит фирмам, оставшимся в отрасли, получать экономическую прибыль. В условиях совершенной конкуренции, когда нет ограничений доступа на рынок, появятся новые фирмы, привлеченные возросшей прибылью. В результате предложение возрастет, а цена снизится, при совершенной конкуренции такие колебания носят постоянный характер.

В условиях совершенно конкурентного рынка труда равновесная ставка заработной платы уравнивает спрос на труд со стороны фирм и предложение труда. Если ставка заработной платы превышает равновесный уровень, то возникает безработица если ставка заработной платы ниже равновесного уровня, то образуется излишек рабочих мест. В условиях совершенной конкуренции все работники (одной профессии, одной квалификации) должны получать равную заработную плату независимо от того, на какой фирме они работают. Однако под воздействием государственного регулирования фактическая заработная плата, как правило, отклоняется от равновесной. Государство регулирует рынок труда, определяя продолжительностью рабочего времени и условия труда, устанавливая минимальную заработную плату или верхний предел роста номинальной заработной платы, выплачивая пособия по безработице и др.

На рынке совершенной конкуренции отдельная фирма не контролирует цены, по которым она реализует свою продукцию, так как цена определяется условиями совокупного спроса и предложения. Отдельная фирма не ощущает давления со стороны других фирм, но ощущает поведение конкурентов в целом. Фирма принимает цену как нечто лежащее за пределами контроля и регулирует свой объем выпуска при данной цене и собственных затратах так, чтобы получить максимально возможную прибыль.

Эти сложности возникают потому, что рынок полуфабрикатов несовершенен. Важно точно установить, имеет ли место совершенная конкуренция на данном рынке, если да, то цена должна быть установлена на уровне рыночной цены. Любые превышения спроса над предложением внутри фирмы могут быть устранены покупкой или продажей полуфабрикатов на внешнем рынке. Совокупная прибыль компании будет оптимизирована. Если условия совершенного рынка не соблюдаются, использование рыночной цены в качестве базы для ТЦ может привести к тому, что поставляющее подразделение будет побуждаться поставлять меньше или получающее подразделение – брать меньше, и прибыль

компании не будет оптимизирована.

Если же в отрасль, где хозяйничает монополист, привлечены фирмы с относительно высокими издержками (а привлечены они тем, что монополист предъявляет спрос и на их продукцию), то эти производители тоже принимают условия монополии: «Я заплачу за каждую дополнительную единицу купленной продукции в соответствии с повышающейся ценой предложения, но закуплю» (редукции меньше чем это было в условиях совершенной конкуренции).

Важнейшими элементами механизма любой рыночной структуры являются спрос и предложение. В условиях совершенной конкуренции фирма, являющаяся ценополучателем, может продать продукт либо по существующей рыночной цене, либо низкой. Это влияет на спрос. Понижение цены ниже рыночной способно увеличить спрос и объем предложения.

На рынке ресурсов также возможны все рассмотренные виды структур предложения. Но покупателями здесь являются фирмы. Их может быть много или мало, а может быть всего один покупатель.

Таким образом, в условиях совершенной конкуренции ни одна фирма на рынке не играет в ценообразовании сколько-нибудь заметной роли, а цены складываются под воздействием только спроса и предложения.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключении можно отметить некоторые тенденции исправления указанных недостатков рыночной экономики. Среди них выделяются функция государственного регулирования экономики и структурные изменения форм предпринимательской деятельности. Современная рыночная экономика промышленно развитых стран характеризуется, во-первых, насыщенностью товарами массового производства, строгой направленностью на удовлетворение потребностей определенных групп покупателей. Во-вторых, ей присуще гибкое, адаптивное производство, способное отвечать самым сложным запросам потребителей. В-третьих, меняются целевые функции фирм. В-четвертых, происходит изменение форм предпринимательской деятельности, малый бизнес превратился в весомую экономическую силу наряду с корпорациями, государством и профсоюзами. В-пятых, в современных условиях конкуренция становится регулируемой. В-шестых, в современной рыночной экономике идет процесс становления нового типа трудовых отношений, предполагающего участие наемных работников в управлении и в собственности фирмы.

Таким образом, прибыль, по-прежнему служит основным стимулом в предпринимательской деятельности, фирмы для поддержания конкурентоспособности заинтересованы: в расширении рынка, модификации продукта, повышении качества и снижении затрат.

В последнее время корпорации идут на разукрупнение, создание субфирм, которые функционируют достаточно самостоятельно, быстро реагируют на меняющуюся ситуацию на рынке.

Конкуренция становится регулируемой при разделении труда, повышении информированности всех хозяйствующих субъектов, развития межфирменных кооперационных связей, так и вследствие предпринимаемых государством мер по сужению или расширению конкуренции.



## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

- 1 Борисов, Е. Ф. Основы экономики: учебник и практикум для СПО/ Е. Ф. Борисов. – 7-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2018. – 383с.
- 2 Маховикова, Г.А. Экономическая теория: учебник и практикум / Г.А. Маховикова и др. – М.: Юрайт, 2015. – 443 с.
- 3 Основы экономической теории: учебник для 10–11 классов общеобразовательных организаций. Углубленный уровень образования: В 2–кн. Кн. 1/ под ред. С.И. Иванова и др. – М.: Вита–Пресс, 2015. – 287 с.
- 4 Основы экономики: учебное пособие для среднего (полного) общего образования / под ред. Н.Н. Кожевникова. – М.: Академия, 2014. – 287 с.
- 5 Основы экономической теории : учебник и практикум для СПО/ С. А. Толкачев [и др.]; под ред. С. А. Толкачева. – М.: Юрайт, 2017. – 444 с
- 6 Экономика. Основы экономической теории: учебник для 10–11 классов общеобразовательных организаций. Углубленный уровень образования: В 2-кн. Кн. 2/ под ред. С.И. Иванова и др. – М.: Вита–Пресс, 2015. – 304 с.
- 7 Экономика организации (предприятия) : учебник и практикум для СПО / И.В. Сергеев, и.и. Веретенникова. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 511 с.
- 8 Основы экономики организации : Учебник для СПО / под общ. Ред. Р.Г. Ахметова. – М. : Издательство Юрайт, 2018. – 431 с.

Тестовое задание

1. Первым ввел в употребление термин “глобализация” ...
  - a) Ф.Энгельс
  - b) В.Жириновский
  - c) Т.Левит
  - d) К.Маркс
2. Главной предпосылкой глобализации, которая начала формироваться с 70–х годов 20 века, является... (укажите не менее двух вариантов ответа)
  - a) либерализация, как общемировой процесс
  - b) протекционизм
  - c) валютное регулирование
  - d) свободная торговля
3. До промышленного переворота в 19 веке международное разделение труда базировалось на... (укажите не менее двух вариантов ответа)
  - a) основе политического устройства общества
  - b) различиях в обеспеченности стран природными ресурсами
  - c) различиях в обеспеченности капиталом
  - d) исторических традициях производства в различных регионах
4. Формами международного разделения труда являются ... (укажите не менее двух вариантов ответа)
  - a) интернационализация хозяйственной жизни
  - b) международная интеграция
  - c) международная специализация
  - d) международное кооперирование
5. Международная специализация производства (производственное направление) подразделяется на ... (укажите не менее двух вариантов ответа)
  - a) межотраслевую
  - b) профессиональную
  - c) внутриотраслевую
  - d) специализацию отдельных предприятий
6. Специализация предприятий проявляется в таких формах, как ... (укажите не менее двух вариантов ответа)
  - a) территориальная
  - b) локальная
  - c) технологическая
  - d) предметная
7. Природные ресурсы в целом...
  - a) не ограничены
  - b) ограничены сегодня, но не ограничены в будущем
  - c) не ограничены сегодня, но ограничены в будущем
  - d) ограничены

8. В природно–ресурсный потенциал мирового хозяйства не включаются...
- a) земельные и почвенные ресурсы
  - b) энергетические ресурсы
  - c) водные ресурсы
  - d) промышленные ресурсы
9. Главным водным ресурсом является...
- a) крупнейшие озера
  - b) северные моря
  - c) Мировой океан
  - d) речная сеть
10. Среди регионов мира наиболее крупные запасы нефти сосредоточены в ...
- a) Северной Америке
  - b) Австралии и Океании
  - c) Азии
  - d) Европе
11. Основная часть населения планеты проживает в странах...
- a) развитых
  - b) с переходной экономикой
  - c) Слаборазвитых
  - d) развивающихся
12. Отраслевая структура мирового хозяйства состоит из ...
- a) денежного и финансового секторов
  - b) сельского хозяйства, промышленности, сферы услуг
  - c) сферы услуг и перерабатывающих отраслей
  - d) добывающих и перерабатывающих отраслей
13. Агропромышленный комплекс представляет собой единую систему...
- a) сельскохозяйственных, промышленных и сервисных предприятий
  - b) сельскохозяйственных и сервисных предприятий
  - c) личных подсобных хозяйств и сервисных предприятий
  - d) мелких товарных хозяйств, промышленных и сервисных предприятий
14. В отраслевой структуре промышленности происходит постепенное ...
- a) уменьшение доли обрабатывающих отраслей
  - b) увеличение доли трудоемких отраслей в обрабатывающей промышленности
  - c) уменьшение значения добывающих отраслей и возрастание доли обрабатывающих отраслей
  - d) увеличение доли нефтедобывающих и горнодобывающих отраслей
15. Для изучения структуры мирового хозяйства и ее изменений используются относительные показатели, такие как ...
- a) доля занятого в отрасли экономически активного населения
  - b) общий объем ВВП
  - c) уровень безработицы
  - d) валовые частные инвестиции
16. К новым индустриальным странам (НИС) относятся ... (укажите не менее двух вариантов ответа)
- a) Южная Корея

- b) Мексика
  - c) Австралия
  - d) Швейцария
17. К числу новых индустриальных стран относятся ... (укажите не менее двух вариантов ответа)
- a) Португалия
  - b) Чехия
  - c) Тайвань
  - d) Сингапур
18. Развивающиеся страны в основном экспортируют...
- a) товары обрабатывающей промышленности
  - b) капиталоемкую продукцию
  - c) «ноу-хау»
  - d) трудоемкую продукцию
19. Экономическая стратегия, преследующая цель преодолеть отставание страны по уровню развития, называется ... развитием
- a) ускоренным
  - b) устойчивым
  - c) догоняющим
  - d) нормальным
20. Глобальные проблемы человечества должны решаться...
- a) международными организациями
  - b) каждой страной самостоятельно
  - c) всеми странами сообща
  - d) интеграционными объединениями
21. На деградацию мировой экологической системы не оказывает влияния ... (укажите не менее двух вариантов ответа)
- a) либерализация хозяйственной жизни
  - b) загрязнение природной среды отходами человеческой деятельности
  - c) истощение лесных ресурсов
  - d) изменение состава воздуха и истощение озонового слоя атмосферы
22. Сфера устойчивых товарно-денежных отношений между странами, основанных на международном разделении труда и других факторах производства, называется...
- a) мировым рынком
  - b) мировым хозяйством
  - c) внутренним рынком
  - d) национальным рынком
23. Рынок, включающий в себя совокупность экспортных отраслей экономик от-дельных стран, называется ...
- a) международный
  - b) мировой
  - c) национальный
  - d) внутренний
24. Под общехозяйственной конъюнктурой рынка понимается ...

- a) выявление перспективных технических требований к товарам для ориентации экспорта
- b) наличие внешнеэкономических связей у предприятий
- c) число потенциальных контрагентов в других странах
- d) состояние экономики на данный момент, определяемое изменениями различных экономических показателей
25. Если спрос на импортный товар  $QD = 30 - P$ , и предложение импортного товара  $QS = -10 + P$ , где  $P$  – цена товара (ден. ед.), то величина импорта составит ...
- Введите правильный ответ: 90
26. Если функция спроса на товар в стране с малой экономикой имеет вид:  $QD = 500 - 2P$ , а функция предложения  $QS = -100 + 4P$  ( $P$  в \$,  $Q$  в млн. ед.), то при мировой цене 85\$ объем импорта составит ...
- Введите правильный ответ: 10
27. К мировому рынку товаров относится рынок...
- a) грузоперевозок
- b) туристических услуг
- c) услуг
- d) автомобилей
28. К способам установления контактов при подготовке импортной сделки относятся ... (укажите не менее двух вариантов ответа)
- a) объявление торгов с приглашением к участию фирм
- b) предоставление кредита
- c) получение кредита
- d) направление заказа продавцу
29. Под институциональной единицей понимается ...
- a) любой человек
- b) экономический агент
- c) нерезидент
- d) резидент
30. К субъектам МЭО можно отнести ... (укажите не менее двух вариантов ответа)
- a) транснациональные компании (ТНК)
- b) международные экономические организации
- c) международное разделение труда (МРТ)
- d) научно-техническую революцию (НТР)