Содержание

Контрольная карточка №7 3
Контрольная карточка №8 8
Контрольная карточка №9 13
Контрольная карточка №10 19
Контрольная карточка №11 29
Список литературы 38

Заказ работ tulgu-help.ru

Контрольная карточка №7

I. Дайте определение следующим категориям и ответьте на вопросы:

1. Экономическая категория — теоретическое выражение, мысленная форма экономических, прежде всего, производственных, отношений во взаимодействии с развитием продуктивных сил, экономических явлений и процессов, которые реально существуют.

2. Структура экономики – это соотношение различных элементов экономической системы, которые отражают народнохозяйственные пропорции и состояние общественного разделения труда.

3. Какие существуют подходы к классификации потребностей?

Подходы к классификации потребностей.

1.А.Н. Леонтьев считает, что принципиально иной природой обладают те потребности, которые не сводимы ни к биологическим нуждам, ни к материальным условиям. Это те потребности, которые возникают из отношений между людьми как из межличностных непосредственных, так и из всех других уровней отношений, которые связывают индивида с обществом. Таким образом, А.Н. Леонтьев выделяет

- потребность в признании;
- потребность в уважении;
- потребность во власти;
- потребность в солидарности.

В эту же группу он включает

- потребность в любви, дружбе, общении;
- морально-этические потребности;
- потребности в социально-значимой деятельности [1,59].

2. С.Б. Каверин разделяет потребности на:

1. Биологические потребности, призваны обеспечить индивидуальное и видовое существование человека (потребность в экономии сил, побуждающая человека искать наиболее короткий, легкий и простой путь к достижению своих целей.

Заказ работ tulgu-help.ru

2. Социальные потребности (это потребность принадлежать к социальной группе и занимать в ней определенное место, пользоваться привязанностью и вниманием окружающих, быть объектом их уважения и любви) Социальные потребности, сводящиеся к потребности настаивать на своих правах потребность “для себя”, противоположны и в то же время взаимодействуют с потребностями выполнять свои обязанности потребностями “для других”. Силы той и другой потребности контролируются социальными нормами их удовлетворения. Эти нормы формируются в результате сложнейшего взаимодействия исторических, экономических, национальных и других факторов. С точки зрения Каверина С.Б. идеальные потребности это потребности познания окружающего мира в целом и в его отдельных частностях и своего места в нем, познания смысла и назначения своего существования на земле. Каждая из перечисленных групп потребностей вызывает соответствующие виды деятельности

- материальную;
- социально-политическую;
- духовную [3, 126].

4. Перечислите допущения, которые используются в учебной модели "Кривая производственных возможностей".

Допущения. Чтобы наилучшим образом проил-люстрировать проблему экономии, мы принимаем несколько определенных допущений.

1. ЭФФЕКТИВНОСТЬ. Экономика функциони-рует в условиях полной занятости и достигает пол-ного объема производства.

2. ПОСТОЯННОЕ КОЛИЧЕСТВО РЕСУРСОВ. Имеющиеся факторы производства постоянны как по количеству, так и по качеству. Но, разумеется, в определенных пределах может изменяться соот-ношение их использования на различные цели, то есть их можно перераспределять; например, относи-тельно неквалифицированный работник может ра-ботать на ферме, в ресторане быстрого обслужива-ния или на автозаправочной станции.

Заказ работ tulgu-help.ru

3. НЕИЗМЕННАЯ ТЕХНОЛОГИЯ. Технология производства принимается постоянной, то есть в хо-де нашего анализа она не изменяется. Второе и тре-тье допущение подразумевают, что мы рассматри-ваем нашу экономику по ее состоянию на опреде-ленный момент времени или на протяжении очень короткого периода. Для относительно долгого пе-риода было бы нереалистично исключать техничес-кий прогресс и возможность изменения состава име-ющихся ресурсов.

4. ДВА ПРОДУКТА. Для еще большего упроще-ния сделаем допущение, что наша экономика произ-водит не бесчисленное множество товаров и услуг, как это имеет место в действительности, а лишь два продукта — промышленные роботы и пиццу. Пицца символизирует потребительские товары, то есть те товары, которые непосредственно удовле-творяют наши потребности. Промышленные робо-ты символизируют средства производст-ва, товары производственного на-значения, то есть те товары, которые удовлетво-ряют наши потребности косвенно, обеспечивая более эффективное производство потребительских товаров [2, 78].

II. Задачи и упражнения:

1. Из перечисленных утверждений выделите: а) позитивные, б) нормативные:

1. Темп инфляции упал почти до нуля.

2. Темп инфляции упал почти до нуля, самое время подтолкнуть экономику к новому этапу развития.

3. Уровень доходов в США выше, чем в России.

4. Американцы счастливее россиян.

Позитивные утверждения имеют описательный характер. Правильность позитивных суждений проверяется на основе фактов (закон о минимальном размере оплаты труда – основная причина безработицы).

Нормативные утверждения имеют рекомендательный характер. Нормативные суждения исходят из оценки людей и подтвердить их

Заказ работ tulgu-help.ru

фактическими данными невозможно (правительство обязано регулярно повышать минимальный уровень оплаты труда).

Позитивные утверждения:

- Темп инфляции упал почти до нуля.

Уровень доходов в США выше, чем в России

Нормативные утверждения:

- Темп инфляции упал почти до нуля, самое время подтолкнуть экономику к новому этапу развития.

- Американцы счастливее россиян.

2. Используя основные подходы к классификации материально-вещественных ресурсов, выделите сначала а) земельные и б) капитальные ресурсы, а затем в) средства труда и г) предметы труда. Какой критерий классификации использован в каждом из подходов?

1. здания, сооружения,

2. водные ресурсы;

3. транспортные системы;

4. сырье и материалы;

5. леса;

6. топливо и энергия;

7. узлы, комплектующие;

8. машины и оборудование.

Земельные ресурсы - водные ресурсы, леса.

Капитальные ресурсы - здания, сооружения, транспортные системы, машины и оборудование, узлы, комплектующие, сырье и материалы, топливо и энергия [4, 236].

По признаку участия в процессе производства:

- предметы труда (водные ресурсы, сырье и материалы, леса, топливо и энергия, узлы, комплектующие);

- средства труда (здания, сооружения, транспортные системы, машины и оборудование).

Базработ tulgu-help.ru

3. Объем промышленного производства в Тульской области в 1990-1996 г., снизился на 66%, в 1996-2000 гг. падение приостановилось, и наблюдается небольшой прирост. Охарактеризуйте, используя данные таблицы, структурные изменения в промышленности области за этот период. Назовите возможные причины этих изменений.

Отрасли	**Удельный вес в общем выпуске, в %**			
	1990	**1996**	**1999**	**2000**
Вся промышленность	100	100	100	100
Электроэнергетика и топливная промышленность	9,0	19,2	11,0	11,1
Черная металлургия	7,0	19,6	22,5	22,2
Химия и нефтехимия	22,3	23,1	25,1	28,3
Машиностроение и металлообработка	34,3	16,1	16,5	15,0
Пищевая	9,4	12,3	15,0	14,3
Прочие	18	12	9,9	9,1

Из таблицы видно, что в электроэнергетике и топливной промышленности наибольший удельный вес приходится на 1996 г. – 19,2%, наименьший удельный вес был в 1990 г. – 9%. В черной металлургии наибольший удельный вес приходится на 1999 г. – 22,5%, наименьший удельный вес был в 1990 г. – 7%. В химии и нефтехимии наибольший рост характерен в 2000 г - 28,3%. В Машиностроении и металлообработки наибольший пик приходится на 1990 г. – 34,3%, затем происходит падение до 15% в 2000 г.

В пищевой промышленности наибольший удельный вес приходится на 1999 г. – 15%, наименьший удельный вес был в 1990 г. – 9,4%.

Заказ работ tulgu

Контрольная карточка №8

I. Дайте определение следующим категориям и ответьте на вопросы:

1. Отчуждение — 1) отношения между субъектом и к.-л. его функцией, складывающиеся в результате разрыва их изначального единства, что ведет к обеднению природы субъекта и изменению, извращению, перерождению природы отчужденной функции; 2) сам процесс разрыва этого единства.

2. Командная экономика - способ ориентации и управления экономической системой, хозяйством страны, основанный на высоком уровне централизации функций руководства экономикой, применении директивных методов управления, сосредоточении основных видов ресурсов производства в государственной собственности [3, 89].

3. Приведите примеры коллективной формы собственности. Коллективная собственность - это общая (совместная) долевая собственность, предполагающая коллективно-групповой характер присвоения, а также совместное владение, пользование и распоряжение факторами и результатами производства. Возникает она за счет как объединения имущественных, денежных взносов ее субъектов, так и распределения выкупленной трудовым коллективом собственности на соответствующие доли. При этом единственный собственник - сам коллектив, а его члены имеют право на определенную часть дохода, на участие в управлении, на изъятие своей доли (но в денежном выражении) при выходе из коллектива. К коллективной собственности можно отнести товарищества, кооперативы, акционерные общества (закрытого типа).

4. За что получил Нобелевскую премию американский экономист Р. Коуз?

Премия памяти Альфреда Нобеля по экономике была присуждена Коуз в 1991 г. "за открытие им и прояснение значения стоимости сделок и права собственности для институциональной структуры и функционирования экономики". В заключении Нобелевского комитета отмечалось, что своими работами, раздвинувшими рамки микроэкономической теории, Коуз

Заказ работ tulgu-help.ru

совершил прорыв в понимании институциональной структуры экономики, внеся существенный вклад в осознание механизма ее функционирования. Сегодня его идеи в значительной степени питают и определяют исследования в области как экономической теории, так и юриспруденции [5, 327].

II. Задачи и упражнения:

1. На основе имеющихся данных проанализируйте структуру собственности в Швеции. Какие факторы определяют соотношение форм собственности в экономике страны?

Формасобственности	**Удельный вес в общем числе фирм, %**	**Отрасли производства**
Частная	75	автомобиле- и авиастроение, электротехника, фармацевтика, производство стали
Государственная	12	горнодобывающая, коммунальные услуги, транспорт, судостроение
Коллективная	13	сельское хозяйство, розничная торговля, жилищное строительство, здравоохранение

Существующая в Швеции экономическая система обычно характеризуется как смешанная экономика. В ее основе лежат рыночные отношения на конкурентных началах с активным использованием государственного регулирования, что составляет экономический базис шведской модели. Под смешанной экономикой понимается сочетание, соотношение и взаимодействие основных форм собственности в капиталистическом рыночном хозяйстве Швеции: частной, государственной и кооперативной. Каждая из этих форм заняла свою “нишу”, выполняет свою функцию в общей системе экономических и социальных взаимосвязей. Подавляющее большинство (около 85%) всех шведских компаний с числом занятых свыше 50 человек принадлежат частному капиталу. На частные

предприятия приходится 75% занятых в производственном секторе, из них 8% работают в принадлежащих иностранному капиталу фирмах. Остальная часть приходится на государство и кооперативы, на каждый по 11-13% [6, 301].

2. Какие из нижеперечисленных фондов распределения акций и систем премирования акциями относятся к ИСОП?

1. 50% взносов в фонд распределения акций вносят наемные работники и 50% фирма;

2. фирма продает своим работникам акции со скидкой в 10-15%;

3. за счет части прибыли фирмы создается фонд распределения наемным работникам закрытых акций и дивидендов на них.

Ответ: 1, 2.

В США и в ряде стран Западной Европы демократизация собственности принята как государственная программа. В США эта программа называется ИСОП (ESOP - Employee Stock Ownership Plan) - план акционерной собственности наемных работников. Участвующая в ИСОП фирма получает налоговые льготы, если часть ее текущей прибыли идет на погашение ссуды, взятой доверительным фондом для покупки акций фирмы. Сумма распределяемых акций в данном году не может превышать 25 % годового фонда основной заработной платы наемных работников. Каждый работник получает долю акций, как правило, в зависимости от размера основной заработной платы и стажа работы в фирме, при этом высокооплачиваемые работники не могут иметь более трети фондов траста. Уходя на пенсию или увольняясь с фирмы, работник через определенный срок получает сумму денег, равную рыночной стоимости накопленных на его счету акций и дивидендов на них. В конце 1980-х годов средний размер накопленной таким образом суммы составил 124 тыс. долл. на одного работника. В ИСОП участвуют 10 тысяч фирм, на которых работают 10 % занятого населения США, производительность труда в фирмах-участницах

Заказ работ tulgu-help.ru

программы значительно выше, чем в среднем по стране, что говорит о хорошем результате демократизации собственности [5, 148].

Наряду с программами типа ИСОП вводятся системы премирования акциями или создаются фонды распределения акций, в которых 50 % взносов вносят наемные работники из своей заработной платы или премии, а 50 % - фирма. Кроме того, некоторые фирмы продают своим работникам акции со скидкой в 10 - 15%. Наемные работники также могут приобрести акции за счет своих сбережений.

Тем не менее, следует подчеркнуть, что пока доля наёмных работников в рыночной стоимости акционерного капитала в США составляет не более 15%.

Таким образом, усиление роли человеческого фактора в экономическом прогрессе воздействует на дальнейшее эволюционное развитие частной собственности: при сохранении её частнособственнической формы часть властных функций (участие в распределении прибыли, участие в управлении, участие в акционерном капитале) начинает соответствовать критериям коллективной собственности.

3. Выберите из перечисленных характеристик те, которые присущи командной экономике:

Преобладающая форма собственности: 1) частная индивидуальная; 2) корпоративная; 3) государственная; 4) коллективная.

Цель производства: 5) максимизация дохода, прибыли; 6) экономический рост; 7) экономическая и социальная стабильность.

Формы конкуренции (её наличие): 8) совершенная; 9) несовершенная; 10) конкуренция отсутствует.

Механизм регулирования экономики: 11) рыночный, посредством свободных, равновесных цен и экономических циклов; 12) корпоративное регулирование, сочетающее рыночные и плановые методы; 13) государственное регулирование хозяйства преимущественно на основе

Заказ работ tulgu-help.ru

экономических методов; 14) всеобъемлющий характер государственного регулирования преимущественно на основе администрирования.

Ответ: 1, 5, 10,14.

Заказ работ tulgu-help.ru

Контрольная карточка №9

I. Дайте определение следующим категориям и ответьте на вопросы:

1. Закон спроса - это намерение потребителей, обеспеченное платежными средствами, приобрести данный товар.

2. "Потолок" цены - это государственное ограничение роста цен, путем законодательного установления максимального уровня, который вводится как по политическим, так и по социальным причинам [7, 157].

3. Объясните влияние эффекта дохода и эффекта замещения на спрос.

Эффект дохода (Income effect) — воздействие, оказываемое на структуру спроса потребителя за счет изменения его реального дохода, вызванного изменением цены блага.

Суть этого эффекта заключается в том, что при снижении цены на какое-либо благо человек может купить этого блага больше, не отказывая себе в приобретении других благ. Эффект дохода отражает воздействие на величину спроса изменения реального дохода покупателя. Падение цены одного товара оказывает, пусть незначительное, влияние на общий уровень цен и делает потребителя относительно богаче, его реальные доходы, пусть незначительно, но растут. Свой дополнительный доход, получаемый в результате снижения цены данного блага, он может направить как на приобретение его дополнительных единиц, так и на увеличение потребления других благ.

Например, при снижении цены мяса с 200 до 100 руб. за кг. человек на свой доход в 10 000 руб. сможет вместо 50 кг. купить уже 100 кг. Если он захочет сохранить уровень потребления и будет и дальше покупать 50 кг. мяса, то оставшиеся средства он сможет пустить на покупку других товаров, что сделает его богаче. Вследствие этого увеличится спрос.

Эффект замещения (Substitution effect) — изменение структуры потребительского спроса в результате изменения цены одного из благ, входящих в потребительский набор.

Заказ работ tulgu-help.ru

Суть этого эффекта сводится к тому, что потребитель при росте цен одного блага переориентируется на другое благо с похожими потребительскими свойствами, но с неизменной ценой. Иными словами, потребители склонны замещать более дорогие блага более дешевыми. В результате спрос на первоначальное благо падает.

Например, кофе и чай являются товарами-заменителями. Когда цена кофе повышается, то для потребителей чай становится относительно дешевле и они будут заменять им относительно более дорогой кофе. Это приведет к повышению спроса на чай.

4. Как преодолевается избыток на рынке совершенной конкуренции?

В тех случаях, когда преобладает спрос, покупатели стремятся увеличить закупки и цена растет. В этих условиях рынок стабилизи-руется, если рост цены сокращает избыточный спрос. И обратно: если спрос меньше предложения, то продавцы стремятся снизить свои це-ны и избыток предложения исчезает. Все зависит от соответствующе-го наклона кривых спроса и предложения.

II. Задачи и упражнения:

1. Как объясняется природа стоимости товара а) в теории трех факторов производства, б) в марксистской теории, в) маржиналистами, г) неоклассиками?

1. В теории трех факторов - каждый из факторов производства создает определенный элемент в стоимости чистого продукта: труд-зарплату, капитал-процент, прибыль, земля-ренту. При этом труд (рабочая сила) не участвует в создании прибыли;

2. Маржиналистами ценность товара измеряется предельной полезностью товара. По мере удовлетворения потребности степень её насыщения растет, а полезность каждой последующей единицы блага падает (например, при жажде полезность первого стакана воды наибольшая, но эта полезность падает от стакана к стакану);

Заказ работ tulgu-help.ru

3. В марксистской теории стоимость товара складывается из 1) материальных затрат (стоимости израсходованных средств и предметов труда) и 2) чистого продукта, в т.ч. прибыли, который создается исключительно живым трудом наёмных работников. Материально-вещественные факторы производства не создают прибыли;

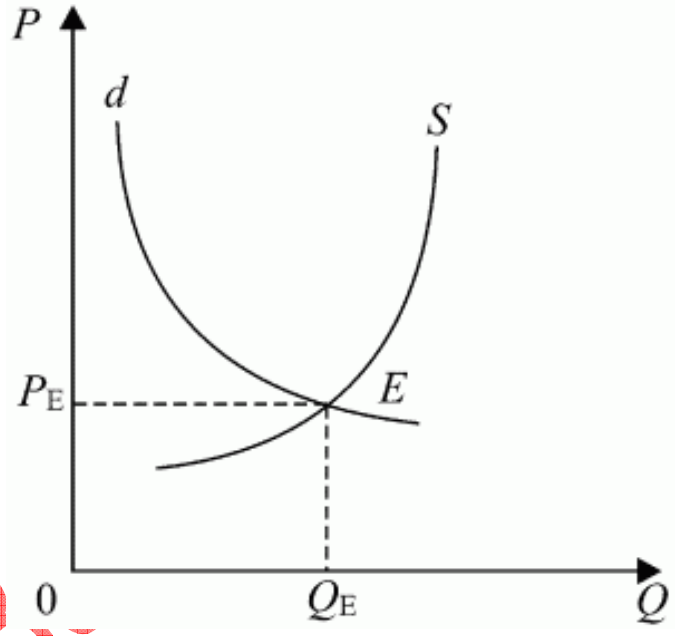
4. Неоклассиками рыночная цена (стоимость) определяется и полезностью товара, и издержками на его производство. Все факторы производства, в т.ч. труд, создают прибыль [3, 87].

2. Приведите конкретные примеры воздействия на предложение следующих факторов и покажите эти изменения с помощью графика:

а) цена данного товара;

б) налоги и субсидии;

в) число производителей (продавцов) на рынке.



Рыночная цена считается ценой равновесия тогда, когда она определяет тот уровень, при котором продавец еще согласен продать, а покупатель уже согласен купить товар.

Графически состояние равновесия на рынке конкретного товара можно представить, совместив кривые спроса и предложения на одном рисунке.

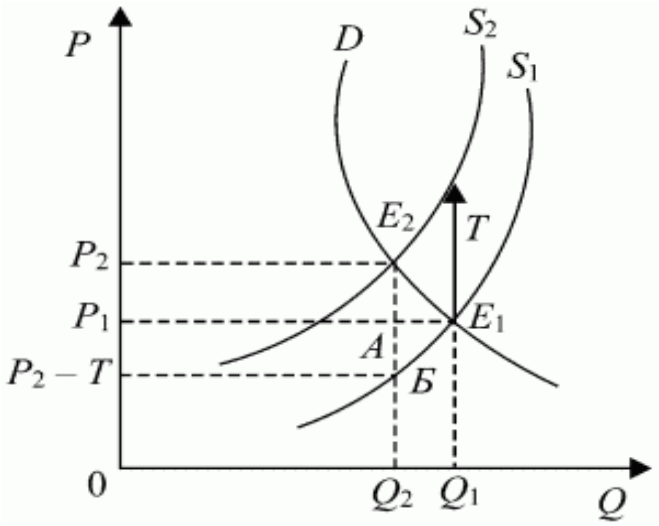
Точка пересечения кривых E - это точка равновесия спроса и предложения. Тогда при данном количестве товара QE максимальная цена,

по которой его могут приобрести покупатели (цена спроса PD), совпадет с ценой, минимально приемлемой для продавцов (ценой предложения Ps), что и будет означать установление на данном рынке устойчивой равновесной цены PE, по которой и будет продаваться и покупаться равновесное количество товара QE.

Вмешательство внешних сил в действие закона спроса и предложения может влиять на сформировавшееся рыночное равновесие. Одним из рычагов регулирования рыночной системы, не нарушающим закона спроса и предложения, являются налоги. Они не изменяют условий протекания рыночных процессов и не ограничивают свободы действий рыночных субъектов. Однако как потребители, так и производители товаров воспринимают увеличение налогов крайне отрицательно, поскольку любой налог, прямой или косвенный, непременно включается в цену продаваемого товара. Рост цены, неизбежно следующий за увеличением налога, вызывает снижение как потребительских покупок, так и предложения товаров, облагаемых налогом.

Графически эту ситуацию можно представить следующим образом. В результате введения нового налога или увеличения процентных ставок уже существующих налогов кривая предложения S1 переместится влево и вверх на величину налога T, поскольку для получения прежней выручки продавец теперь вынужден запрашивать большую цену за товар. В ответ на это сокращение предложения точка рыночного равновесия переместится вдоль кривой спроса из положения E1 вплоть до пересечения с новой кривой предложения S2, т. е. в точку E2. В результате на рьшке установится новое равновесие, при котором объем товара снизится с Q1 до Q2 а цена возрастет с P1 до P2 [4, 59].

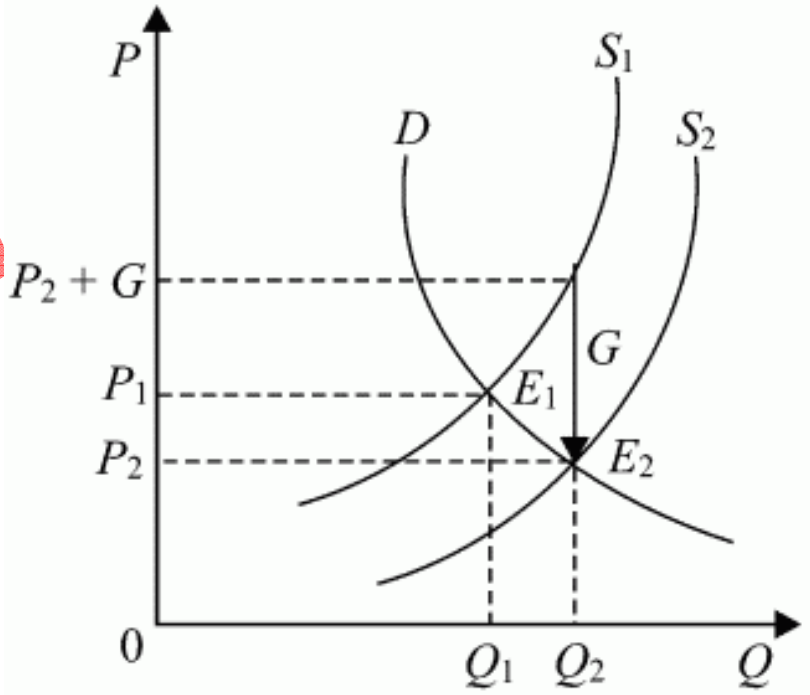
Заказ работ tulpu-help.ru



Противоположный результат достигается при предоставлении субсидии (их можно рассматривать как отрицательные налоги) как покупателю, так и продавцу.

Смещение кривых спроса и предложения на величину субсидии G будет противоположно их смещению при налогообложении.

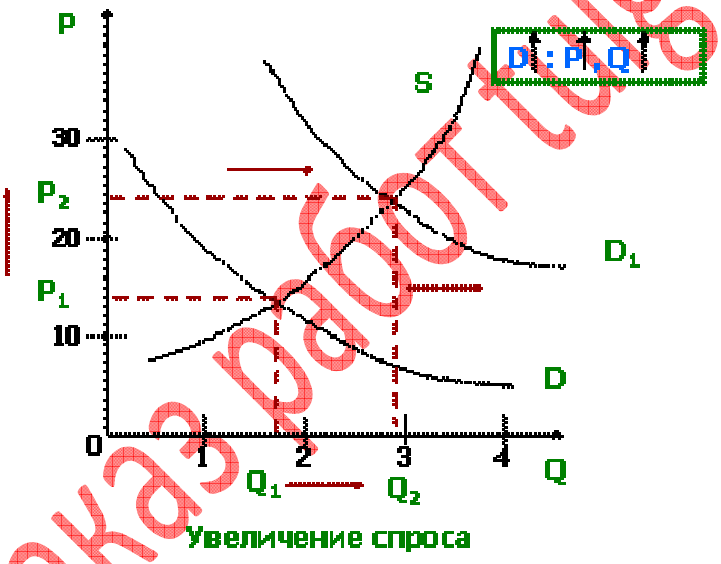
Например, получение субсидии продавцом будет равнозначно снижению его издержек и на графике приведет к смещению кривой предложения вниз на величину G (рис. 4.5), что приведет к увеличению равновесного количества товара с Q1 до Q2 и одновременно к снижению равновесной цены с P1 до P2.



Работу тебе-help.ru

3. Как изменяется равновесная цена и равновесный объем спроса и предложения на рынке потребительских товаров, если и продавцы и покупатели ожидают повышения цен? Обоснуйте ответ, используя график.

Равновесная цена и спрос повысится краткосрочном периоде. Так как покупатели зная предстоящее повышение цен будут стремиться купить товар сейчас по более низкой цене, что приведёт к увеличению спроса. В свою очередь продавцы из-за увеличения спроса поднимут цену (примером может послужить ситуация с гречневой крупой в этом году, когда до сбора урожая гречихи, цены подскочили из-за повышенного спроса, который в свою очередь был вызван ожиданием повышения цен из-за неурожая) . Так же продавцы будут делать запасы товара, дабы продать его позже по более высокой цене. В свою очередь увеличения цены и "заначки" продавцов оставят спрос на прежнем уровне.



Заказ работ tdgu-help.ru

Контрольная карточка №10

I. Дайте определение следующим категориям и ответьте на вопросы:

1. Мотивация потребителя - совокупность процессов, побуждающих, направляющих и поддерживающих поведение.

2. Предельная норма замещения - в микроэкономике это величина, определяющая количество данного одного товара, от которого потребитель готов отказаться ради увеличения другого товара на единицу [7, 100].

3. Охарактеризуйте институциональный подход к анализу потребительского поведения.

Сущность институционального подхода заключается в акцентировании внимания на нормах, правилах и стереотипах мышления, управляющих поведением людей в реальном мире. Более детально институциональный подход можно описать как характеризующийся следующими свойствами.

Большое внимание в институциональной теории уделяется внутренней структуре домохозяйства, мотивам его образования, целям деятельности. Домохозяйства и индивиды не тождественны друг другу (подробнее см. гл. 3). Аналогичным образом, нельзя редуцировать домохозяйство к семье. Домохозяйство - это "...группа людей, объединенных общей задачей воспроизводства человеческого капитала, местом проживания, бюджетом и семейно-родственными связями. В основе домашнего хозяйства лежат властные отношения - права по контролю над совместной экономической деятельностью передаются одному из его членов - главе семьи" (такой акцент на родственных, а следовательно, в значительной мере обусловленных этическими соображениями, связях и властных отношениях делает институциональный подход совершенно чуждым неоклассике). При этом цели деятельности домохозяйства различаются в разных типах экономических систем, т.е. при различных типах доминирующих формальных и неформальных правил игры. Таким образом, в рамках институционального анализа домохозяйство перестает быть "черным ящиком".

Заказ работ tulgu-help.ru

Домохозяйство трактуется как хозяйствующий субъект, "вписанный" в соответствующую социальную структуру. Конкретные цели отдельно взятого домохозяйства подвергаются воздействию со стороны всей социальной и правовой среды (см. также предыдущий пункт), и в частности, зависят от взаимодействий с другими домохозяйствами и их группами. Кроме того, не только цели, но и средства их достижения могут определяться извне по отношению к домохозяйству. Таким образом, многие действия домохозяйства осуществляются при отсутствии его независимости, что фундаментально не соответствует рациональному поведению, предполагающему абсолютную свободу выбора.

Институциональный анализ признает неопределенность важнейшей характеристикой внешних условий, с которыми сталкивается домохозяйство, осуществляющее свою хозяйственную деятельность. При принятии многих важных хозяйственных решений, и в первую очередь, касающихся структуры портфеля (портфельных решений), домохозяйства сталкиваются с ситуацией, при которой невозможно даже с помощью вероятностных распределений оценить будущие результаты осуществляемого сегодня выбора.

Счетные и когнитивные способности домохозяйства несовершенны. Домохозяйство не является "счетной машиной", как это постулируется неоклассической теорией. Возможности членов домохозяйства в сборе и обработке информации ограничены.

Предпочтения и ограничения не отделены друг от друга "водонепроницаемым барьером". Целевые установки домохозяйств в определенной мере зависят от доступности средств к их достижению, во многом задаваемой институциональным пространством.

Перечисленные свойства не позволяют строить логически безупречные оптимизационные модели. Но зато они отражают действительные характеристики поведения домохозяйств и, таким образом, дают возможность создавать реалистичные теории, чего нельзя сказать о неоклассическом подходе [2, 89].

Заказ работ tulgu-help.ru

4. Какие особенности поведения потребителя в России Вы можете назвать?

Индивидуалистический рационализм проявляется во взвешивании потребителем своих выгод и издержек, в его эгоизме, в главенстве личного интереса. Такая модель поведения потребителей лучше всего подходит для тех цивилизаций Запада, чье развитие основано на ценностях протестантской этики. Российская же цивилизация основана на ценностях коллективистских, когда нужды общества (семьи, общины, трудового коллектива, государства) ставятся заведомо выше личных. В результате у потребителя давно сложился стереотип поведения, который оптимисты называют не стяжательством и одухотворенностью (душевные ценности ставятся выше рассудочных), а пессимисты - безалаберностью и инфантильностью (человек не осознает себя как самостоятельную, полноценную личность). Поэтому потребитель - россиянин не приучен к тщательно обдуманному поведению, склонен к импульсивным поступкам или присоединению к большинству.

Низкий уровень потребительской грамотности, сохранение черт поведения, свойственных командной экономике, можно назвать главной отличительной особенностью поведения потребителей России в начале 90-х годов XX в. Она обусловлена как спецификой российской цивилизации, так и своеобразием момента - переходом от командной экономики к рыночному хозяйству.. В командной экономике была иная модель поведения потребителей.

Расточительное отношение ко времени

Расточительное отношение к своему времени, но бережное - к вещам - неоклассики объясняют низким уровнем производительности труда в России, что является одной из особенностей поведения потребителей. В "экономиксе" есть понятие "ценность времени", проявляющаяся в стоимости часа труда. Ценность времени на потребление в совокупности с рыночной ценой образуют "полную цену" товара. Простаивая часами в очередях за покупками в недалеком прошлом, люди не учитывали ценность времени, ибо

Заказ работ tulgu-help.ru

она была невысока. Для американца это были бы крайне дорогие товары. У россиянина своё объяснение бережливости. Она идёт из глубины веков. Вспомним "Домострой", наставляющий бережно относиться к одежде, сохранять припасы, беречь домашнюю утварь, чтобы иметь всё необходимое самому, и иметь возможность отдать излишки нуждающемуся, помочь соседу [5, 169].

Неприхотливость потребителей

Низким уровнем производительности труда можно объяснить и такую особенность поведения потребителя, как неприхотливость. Наш покупатель долго не был избалован качеством, разнообразием и сервисом. Низкое качество многих российских товаров, ненадежность в эксплуатации, неповоротливость наших производителей в следовании моде лежали в основе предпочтения большинством потребителей западных товаров отечественным. Это касалось, например, одежды, обуви, радиоэлектроники, прочих промышленных потребительских товаров. К концу 90-х, правда, потребитель стал более разборчив; пересмотрел своё отношение к российским товарам. Продукты питания, некоторые косметические средства, образцы одежды, обуви и другое он оценил по достоинству.

Есть у неприхотливости и исторические корни. Полнейшее равнодушие славян к роскоши и комфорту отмечал Н.М.Карамзин, а В.О.Ключевский противопоставлял ей одухотворённость: "Дома жили неприхотливо кой-как. Домой приходили как будто поесть и отдохнуть, а работали и чувствовали где-то на стороне. Местом лучших чувств и мыслей была церковь". Не гедонистический, а аскетический принцип (приоритет духовного над материальным) характерен потребительскому поведению россиянина.

Демонстративное потребление в России имеет свою специфику. Если Т.Веблен объяснил его завистническим сравнением и "инстинктом мастерства"(склонностью к добросовестному труду), то В.О.Ключевский называл ещё два "очень симпатичных побуждения": желание потребителей

Заказ работ tulgu-help.ru

казаться самим себе лучше, т.е. стремление к самоусовершенствованию, и уважение к людскому мнению, почтение к ближнему.

II. Задачи и упражнения:

1. Как изменится положение бюджетной линии на графике, если все цены и доход изменятся в одинаковой пропорции?

1. изменится ее наклон по отношению к оси ОХ;

2. изменится ее наклон по отношению к оси ОУ;

3. сместится вверх вправо;

4. сместится вниз влево;

5. останется без изменения.

Ответ: 5.

Если все цены и денежный доход изменились в одной и той же пропорции, то бюджетная линия не изменила своего положения и выбор потребителя остался прежним. Индекс реального дохода при этом равен единице.

2. Предположим, что приведенные в таблице данные характеризуют кривую безразличия студента N. Изобразите на графике эту кривую. Добавьте к построенному графику бюджетную линию, чтобы найти точку оптимума потребителя, предварительно введя недостающие данные.

Товар X						
Товар У					,5	,25

Заказ работ tulgu-help.ru

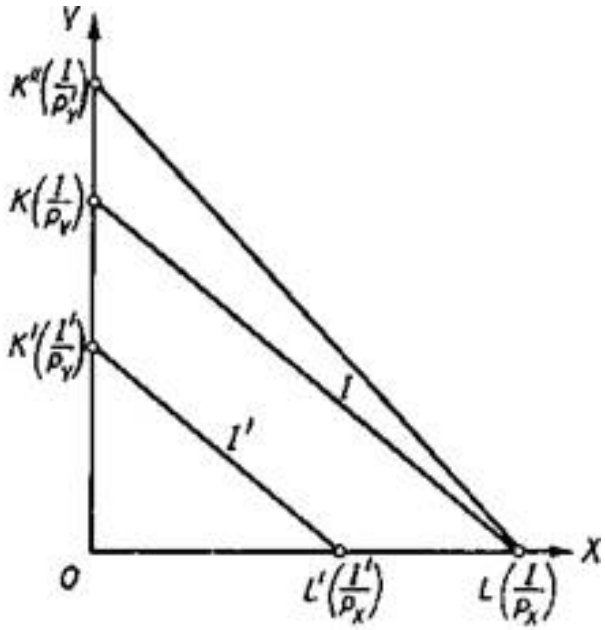


Рис. 3.8. Бюджетная линия.

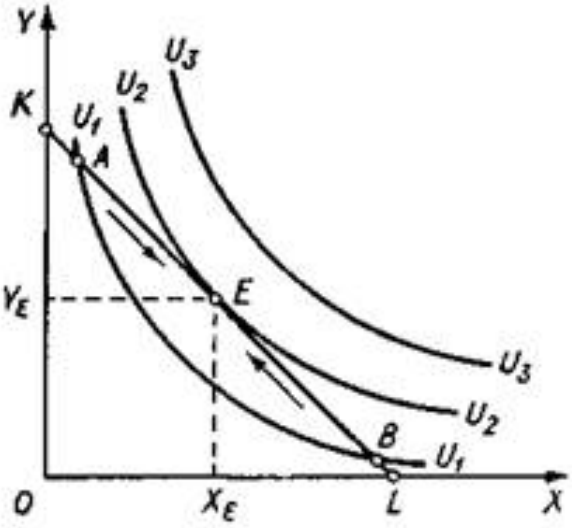


Рис. 3.9. Оптимум потребителя.

3. Прокомментируйте следующее высказывание:

"Товары производятся и потребляются как средства к более полному развертыванию человеческой деятельности, и их утилитарность, в первую очередь, заключается в их пригодности в качестве средств достижения этой цели. Это, в первую очередь, полнота проявления жизни индивида, взятая абсолютно безотносительно к обществу. Однако человеческая склонность к соперничеству воспользовалась потреблением товаров как средством установления различий при завистническом сравнении, наделив товары

ulgu-help.ru

второстепенной утилитарностью и превратив их потребление в доказательство относительной платежеспособности." (Т.Веблен. Теория праздного класса. - М.: Изд-во "Прогресс", 1984. - С. 173).

Со всей очевидностью проявляется свойственное Веблену игнорирование производственных отношений, преувеличение роли потребления и психологических факторов при рассмотрении товара и его свойств. В концепции Веблена потребительная стоимость товара характеризуется двумя видами «утилитарности»: во-первых, «функциональной утилитарностью», т. е. удовлетворением необходимых потребностей (в пище, одежде, жилище и проч.), и, во-вторых, способностью приносить покупателю товара соответствующий почет, признание — «дополнительная утилитарность». Однако этой дополнительной утилитарности Веблен придает решающее значение. Он пишет о критериях оценки полезности товаров: «Привычка искать в товарах признаки избыточной дороговизны и требовать, чтобы во всех товарах была видна какая-то дополнительная, выгодная для завистнического сравнения утилитарность, приводит к изменению в критериях, по которым выводится общая оценка полезности товаров. В оценке товаров потребителем то, что доставляет почет, и то, что является грубо функциональным, не существует отдельно друг от друга, оба эти компонента составляют неразрывную в своей совокупности полезность товаров». По Веблену, целевое назначение производства товаров одинаково при всех способах производства и связано лишь с потенциальной ценностью товара для потребителя, с его потребительной стоимостью. Здесь он игнорирует второе свойство товара — стоимость, которая в капиталистическом обществе приобретает доминирующее значение, поскольку целью производства товаров становится получение прибавочной стоимости, присваиваемой капиталистами в результате реализации товара как стоимости.

С позиции универсального «закона демонстративного расточительства» Веблен рассматривает товары, созданные в результате

Заказ работ tulgu-help.ru

процесса машинного производства или ручного труда. Все симпатии Веблена на стороне машинного производства. Он утверждает, что товары, созданные машиной, содержат меньше дефектов и вообще лучше могут удовлетворять рациональные потребности покупателей. Но в силу действия «закона демонстративного расточительства» потребители зачастую выбирают именно продукты ручного труда. «Ручной труд — более расточительный способ производства; следовательно, получаемые этим способом товары надежнее служат цели приобретения денежной репутации; следовательно, следы ручного труда оказываются престижными, и товары, в которых такие следы налицо, становятся сортом выше, чем соответственный продукт машинного производства». Отсюда вытекает зачастую неприятие для праздного класса товаров, созданных машиной, — в силу их «заурядности», доступности в денежном отношении для многих людей. Потребление такого товара «не доставляет почета, так как оно не служит цели благоприятного завистнического сравнения себя с другими потребителями».

На многих страницах своей книги Веблен образно рисует губительные последствия праздности и паразитизма собственников денежного богатства для развития производства и культуры, для этических норм поведения людей в условиях «денежной цивилизации». Веблен вводит в свою книгу своеобразный термин «подставная праздность» (vicarious leisure), которым характеризует функциональное назначение многочисленного слоя людей, обслуживающих праздный класс. Развитие выполняемых ими функций — это развитие функции прислуги, первоначально домашней прислуги. Они так или иначе, прямо или опосредованно — через религию, филантропическую деятельность, систему образования, спорт и др. — обслуживают собственников денежного богатства.

Веблен справедливо подчеркивает, что представление о ложной престижности праздности, ее демонстрация даже там, где нет достаточных средств для действительно праздного образа жизни, сохраняет свою силу и для семей со средним достатком, в которых глава семьи работает, но

Заказ работ tulgu.help.ru

стремится обеспечить праздную жизнь жене, с тем чтобы она занималась оформлением жилища, его эстетикой, собою — все ради поддержания благопристойности семейства, «денежной репутации»: «…подставные праздность и потребление, воспроизводимые женой, а также вспомогательное представление праздности посредством слуг остаются в моде как условность, пренебречь которой не позволят требования репутации». При этом Веблен отмечает, что представители «подставного праздного класса», женщины в частности, начинают испытывать отвращение к статусу своей бесполезности для общества и протестовать, требуя включения их в общественно полезную деятельность и производственный процесс.

По мнению Веблена, идеология культа праздности, которую сеют господствующие классы, нужна им для оправдания собственной праздности. Яркий пример тому, как «подставная праздность» не служит на благо самого человека, а превращается в работу по восстановлению лица имущего, — сфера религии. «Соблюдение обрядов благочестия» — таким термином обозначает Веблен эту сферу. «…Священнослужители, приближенные божеству, не должны участвовать в производительном труде… никакое занятие, которое приносит ощутимую пользу людям, не должно выполняться в присутствии божества… в праздники, отводимые для восславления божества или для причастия, никакая работа, полезная обществу, не должна выполняться никем». Боги — идеальный праздный класс. Однако образ жизни этого «сверхъестественного праздного класса» — точная копия образа жизни сильных мира сего. Соблюдение обрядов благочестия ведет, по словам Веблена, к расхождению эгоистических интересов праздного класса с интересами жизнедеятельности всего человеческого общества.

Пагубное влияние праздного класса распространяется на спорт. В буржуазном обществе «футбол имеет такое же отношение к подлинной физической культуре, как бой быков к сельскому хозяйству». Специальную главу, названную «Вера в удачу», Веблен отводит такому неотъемлемому

Заказ работ tulgu-help.ru

атрибуту праздности, как азартные игры. Но и здесь предпочтение отдается автором «Теории праздного класса» психологическим факторам. Он рассматривает пристрастие к азартным играм как проявление «веры в удачу», свойственной людям на всех ступенях эволюции общества.

Наконец, «демонстративную праздность» Веблен анализирует на примере современного ему высшего образования в буржуазном обществе. Этой важной теме автор посвящает пространную заключительную главу книги — «Высшее образование как выражение денежной культуры». Высшее образование — это тоже одна из обширных сфер деятельности, подчиненная законам праздного образа жизни. Большим почетом в системе буржуазного высшего образования пользуется, например, классическая филология, древние языки. Классическое образование — залог и свидетельство освобожденности от производства, так как, чтобы его получить, нужно потратить недоступное неимущим людям количество времени и расточительных, а потому и почетных усилий. Веблен с горечью пишет, что люди, которые старались расширить горизонты человеческого знания, в современных буржуазных университетах «находили отнюдь не сердечный прием, их нехотя терпели».

Заказ работ tulgu-help.ru

Контрольная карточка №11

I. Дайте определения следующим категориям ответьте на вопросы:

1. Нормальная прибыль - уровень прибыли на вложенный капитал, который мог бы быть получен, если бы капитал был использован простейшим, "обычным" способом, то есть представлен в виде ссуды, аренды [7, 125].

2. Трансакционные издержки - издержки, возникающие в процессе поиска партнера, ведения переговоров о коммерческой сделке, ее заключения и контроля за ходом ее выполнения. Они включают как собственно издержки (напр., на обработку информации или на транспорт), так и — что важно — затрачиваемое время. В широкой трактовке это, собственно, все издержки общества, которые не относятся непосредственно к физическому процессу производства благ. Смысл и значение Т. и. впервые раскрыл Р. Коуз, удостоенный за это Нобелевской премии по экономике (см. Коуза теорема). Одна из задач государства — такое совершенствование социально-экономического механизма, при котором Т. и. участников рыночного обмена были бы минимальны.

3. Объясните динамику валовых издержек с ростом объемов производства в краткосрочном периоде.

Помимо постоянных и переменных издержек в краткосрочном периоде выделяют еще один вид издержек — валовые (сов-купные, суммарные, общие). Валовые издержки (TC) — сумма постоянных и переменных издержек, исчисляемая для каждого данного объема производства: TC= TFC+ TVC. Поскольку TFC равны некоторой константе, динамика валовых издержек будет зависеть от поведения TVC, т. е. будет определяться действием закона убывающей предельной производительности.

Чтобы получить кривую валовых издержек, необходимо просуммировать графики постоянных и переменных издержек — сместить график tvc вверх вдоль оси ординат на величину TFC, которая неизменна при любом Qx краткосрочном периоде.

Заказ работ tulgu-help.ru

В краткосрочном периоде валовые издержки зависят от объема выпуска продукции. Валовые издержки определяются по формуле:

TC = FC + VC.

Валовые издержки увеличиваются по мере увеличения объема производства.

Издержки на единицу производимых благ имеют форму средних постоянных издержек, средних переменных издержек и средних валовых (общих, совокупных издержек).

4. Назовите признаки рынка чистой монополии. Приведите пример.

Единственный продавец. Чистый, или абсолютный, монополист — это отрасль, состоящая из одной фирмы, которая является единственным производителем данного продукта или единственным поставщиком услуги; следовательно, в данном случае слова «фирма» и «отрасль» — синонимы.

2. Нет близких заменителей. Продукт монополии уникален в том смысле, что не существует хороших или близких заменителей. С точки зрения покупателя, это означает, что нет приемлемых альтернатив. Покупатель вынужден приобретать продукт у монополиста или обходиться без него.

3. «Диктующий цену». Отдельная фирма, действующая в условиях чистой конкуренции, не оказывает влияния на цену продукта, а «соглашается с ценой».

Это связано с незначительностью ее доли совокупного предложения. Чистый монополист, напротив, «диктует цену», поскольку он контролирует общий объем предложения данного продукта. При нисходящей кривой спроса на свой продукт монополист может изменить его цену, манипулируя количеством предложенного продукта.

4. Заблокированное вхождение. Чистый монополист не имеет конкурентов по определению. Но в чем же причина отсутствия конкурентов? Оказывается, возникновение монополии обусловлено существованием барьеров для вхождения в отрасль. Причем барьеры могут быть

Заказ работ tulgu-help.ru

экономическими, техническими, юридическими и т.д. Определенные препятствия позволяют монополии удерживать конкурентов от вхождения в отрасль, другими словами, в условиях чистой монополии вхождение в отрасль заблокировано.

5. Реклама. Как же отсутствие заменителей продукции монополистов отражается на их рекламной деятельности? В зависимости от типа предлагаемого продукта или услуги монополист может рекламировать их, а может и отказаться от рекламы. Например, чистый монополист, продающий такой предмет роскоши, как бриллианты, мог бы разместить рекламу во многих изданиях, чтобы увеличить спрос. В результате некоторые люди, вместо того чтобы поехать в отпуск, купили бы разрекламированные бриллианты. Коммунальные предприятия, напротив, не видят смысла в широкой рекламе своих услуг и продуктов, поскольку люди, которым нужна вода, газ, электричество или телефонная сеть, знают, к кому обращаться.

Примеры

В большинстве городов принадлежащие государству или регулируемые им предприятия коммунального обслуживания - газовые и электрические компании, водопроводные компании, компании кабельного телевидения и телефонные компании – являются монополиями, поскольку нет близких заменителей их услуг и продуктов. Конечно, почти всегда существует некоторая конкуренция. Например, свечи и керосиновые лампы являются заменителями электричества, однако очень несовершенными; телефон может быть заменен телеграммами, письмами и услугами посыльных, но такие заменители либо дороги, либо неудобны и непривлекательны.

Классическим примером частной нерегулируемой монополии является корпорация De Beers, которая эффективно контролирует от 80 до 90% мирового предложения алмазов («Последний штрих»). Хотя монополий в чистом виде в американской промышленности нет, существует ряд фирм, приближающихся к монополии по типу.

Заказ работ tulgu-help.ru

II. Задачи и упражнения:

1. Выделите признаки: а) совершенной, б) несовершенной конкуренции. Приведите примеры.

1. производитель соглашается с ценой, которая складывается стихийно под влиянием сил рыночного спроса и предложения;

2. фирма в той или иной мере контролирует цену;

3. свободный вход и выход с рынка;

4. вход на рынок затруднен / заблокирован;

5. ценовая конкуренция;

6. неценовая конкуренция;

7. свободный доступ к информации;

8. наличие трансакционных издержек.

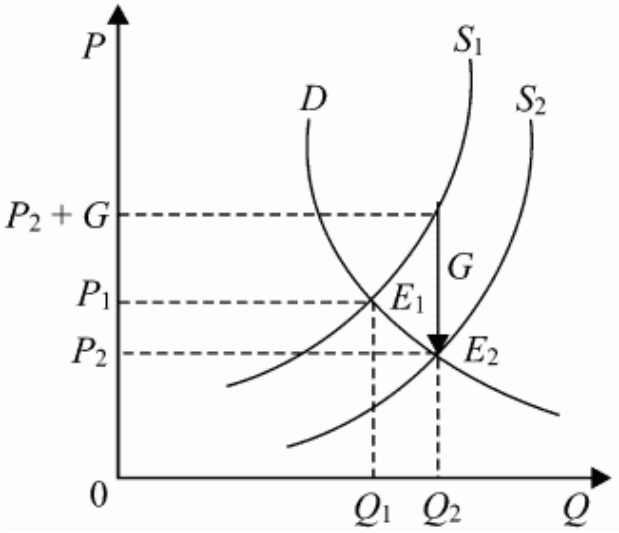
Признаки совершенной конкуренции: свободный вход и выход с рынка, свободный доступ к информации, производитель соглашается с ценой, которая складывается стихийно под влиянием сил рыночного спроса и предложения, неценовая конкуренция, наличие трансакционных издержек.

Признаки несовершенной конкуренции: вход на рынок затруднен / заблокирован, фирма в той или иной мере контролирует цену, ценовая конкуренция.

2. а) Определите оптимальный объем производства при цене 130 долл. для чистоконкурентной фирмы; б) Рассчитайте экономическую прибыль/убыток при оптимальном объеме производства на единицу продукции и ее общую величину; в) Какое решение примет производитель? Обоснуйте свой ответ, используя график.

Q	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
AFC, долл.		100									
AVC, долл.		90	85	80	75	74	75	77,1	81,2	86,7	93
MC		90	80	70	60	70	80	90	110	130	150

Заказ работ tulgu-help.ru



3. Укажите основные методы борьбы на рынке монополистической конкуренции. Приведите примеры.

1. дифференциация продукта;

2. ценовая конкуренция;

3. реклама;

4. послепродажное обслуживание;

5. формирование благоприятного общественного мнения.

Ответ: 1, 3,4.

Под неценовой конкуренцией понимают использование экономических и внеэкономических методов борьбы на рынке за увеличение и поддержание желательной величины спроса. Среди этих методов и приемов следует выделить: улучшение качества изделий, рекламу, маркетинг, лоббизм и т.п., тогда как ценовая конкуренция – это способы борьбы конкурентов посредством снижения и повышения цен.

Учитывая то, что монополистический конкурент действует на рынке и как монополист – способен влиять на цену, производимого им товара, - и то, что кроме него на рынке, в его отрасли, присутствуют и другие производители неценовая конкуренция становится основным способом борьбы и защиты своей доли рынка.

Заказ работ tulgu-help.ru

Неценовая конкуренция в современных условиях чаще базируется на дифференциации продукции. Так же особое внимание в неценовой конкуренции отводится рекламе.

Выпускаемый каждой фирмой, участвующей в монополистической конкуренции, товар чем-то отличается от изделий других компаний. Дифференциация товара приводит к тому, что единый рынок распадается на отдельные, сравнительно самостоятельные части – сегменты рынка.

Дифференциация продукта возникает из-за существования между ними различий в качестве, сервисе, рекламе.

1) Качество.

Качество не является одномерной характеристикой, т.е. не сводится только к тому, плохой это товар или хороший. Даже простые потребительские свойства самых простых продуктов удивительно разнообразны. Так, зубная паста должна:

- очищать зубы (это естественно – она же зубная паста);
- дезинфицировать полость рта;
- укреплять эмаль зубов;
- укреплять десны;
- быть приятной на вкус.

И все эти свойства лишь в порядке исключения могут быть гармонично объединены в одном товаре. Во многих случаях выигрыш в одном свойстве продукта ведет к проигрышу в другом. Поэтому выбор приоритетов в основных потребительских качествах продукта открывает возможности для широкого разнообразия продуктов, и все они становятся, по своему, уникальны и находят своего потребителя – занимают свою нишу на рынке.

Основой дифференциации продуктов могут служить даже мнимые качественные различия между ними. Давно известен, в частности, тот факт, что значительный процент курильщиков на тестовых испытаниях оказывается неспособным отличить «свою» марку от других, хотя в обычной жизни преданно покупают только ее.

Заказ работ tulgu-help.ru

Обратим на это обстоятельство особое внимание: с точки зрения рыночного поведения потребителя не имеет значения, действительно ли отличаются товары. Главное – чтобы ему так казалось.

2. Условия и услуги.

Различия в сервисе объединяют вторую (после качества) крупную группу факторов дифференциации продукции. Дело в том, что для широкой группы продуктов, в особенности для технически сложных потребительских товаров и многих товаров производственного назначения свойственен долговременный характер взаимодействия продавца и покупателя. Дорогая машина должна исправно работать не только в момент покупки, но и на протяжении всего срока службы.

Полный цикл сервиса включает в себя предпродажное обслуживание; сервис в момент покупки и послепродажное обслуживание. Каждая из этих операций может выполняться в разном объеме (или вообще не выполняться). В результате один и тот же продукт, как бы разлагается на целый спектр разновидностей, резко отличающихся по своим сервисным характеристикам и поэтому превращающихся вроде бы в совершенно разные товары.

3. Реклама.

Третья крупная группа факторов дифференциации продукта связана с рекламой. Например, по данным «Финансовой газеты», более 10 отечественных фирм тратят только на рекламу в прессе более 1 млн. рублей. Это такие фирмы как «Партия», «Вист», «Самос» и другие.

Во-первых, реклама, подобно фотореактивам, проявляет скрытые в товаре отличия от аналогичных. Редкий потребитель, например, выберет сам правильно сорт пасты из многих сотен присутствующих на рынке.

Во-вторых, как продолжение первого, реклама носит просто информационную функцию. Она является способом предоставления информации о наличии того или иного товара на рынке, его стоимости и качестве.

Заказ работ tulgu-help.ru

В-третьих, она способствует формированию новых потребностей. Вспомним популярный на нашем телеэкране ролик: многие ли ощущали потребность иметь «салон-шампунь и кондиционер в одном флаконе», а не, скажем, в двух, пока удобство этого не объяснила реклама («я просто мою волосы и иду»)?

В-четвертых, реклама создает дифференциацию продукта там, где действительной разницы между ними нет. Как уже отмечалось, на рынке сигарет многие качественные отличия носят мнимый характер. Так вот за мнимыми отличиями качества очень часто скрываются вполне реальные отличия в рекламной подаче товара, хотя потребитель об этом может и не подозревать.

Подводя итог рассмотрения возможностей по дифференциации продукции можно отметить следующие основные принципы:

- товары разного качества – это разные товары;
- товары, которые кажутся потребителю разными – это разные товары;
- товары, продаваемые в различных условиях – это разные товары;
- по-разному рекламируемые товары – это разные товары.

Дифференциация продукции обеспечивает фирмам известные монополистические преимущества. Но у ситуации есть и еще одна интересная сторона. Теперь можно уточнить одно свойство, определяющее монополистически конкурентный рынок: выход на такой рынок не блокирован никакими барьерами, за исключением препятствий связанных с дифференциацией продукции.

Иными словами, дифференциация продукта не только создает для фирмы преимущества, но помогает защитить их от конкурентов: не так-то легко точно повторить тонкий вкус изысканного ликера или хотя бы найти равноценный ответ на удачную рекламную компанию.

Хочется отметить, что все расходы фирм, связанные с неценовой конкуренцией, включаются в издержки производства и соответственно в цену и, следовательно, оплачиваются конечным потребителем-покупателем.

Заказ работ tulgu-help.ru

Примером использования дифференциации продукта в практической деятельности компаний может служить патиентная, или нишевая, стратегия конкурентной борьбы. Она является одной из наиболее эффективных линий рыночного поведения мелких и средних фирм, позволяющей им добиваться успеха не только в условиях монополистической конкуренции, но и в куда более сложной для них обстановке господства олигополии или монополии.

Заказ работ tulgu-help.ru

Список литературы

1. Абрютина М.В., Грачёв А.В. Анализ финансово-экономической деятельности предприятия: Учебно-практическое пособие. – М.: Издательство «Дело и сервис», 2009.

2. Акчурина Е.В. Управленческий учет: Учеб. – практ. пособие/ Е.В. Акчурина, Л.П. Солодко, А.В. Казин. – М.: ТК Велби, Изд-во Проспект, 2009.

3. Балабанов И. Т. Финансовый анализ и планирование хозяйствующего субъекта: учебник /И.Т. Балабанов. – М.: Финансы и статистика, 2010.

4. Гиляровская Л.Т. Комплексный экономический анализ хозяйственной деятельности / Л.Т. Гиляровская и др. – М.: ТК Велби, Проспект, 2011.

5. Донцова Л.В. Анализ финансовой отчетности: учебник / Л.В. Донцова, Н.А. Никифорова. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Изда¬тельство «Дело и Сервис», 2011.

6. Канке Л. А. Анализ финансово-хозяйственной деятельности предприятия: учебное пособие/ Л. А. Канке, И. П. Кошевая. – М.: ИД «ФОРУМ»: ИНФРА-М, 2009.

7. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь. 5-е изд., перераб. и доп. – М.: ИНФРА-М, 2012.

Заказ работ tulgu-help.ru