1. Б)
2. В)
3. Г)
4. А)
5. Г)

Задача 1.

Постоянные издержки не изменяют своей величины при изменении объемов производства. Тогда к постоянным издержкам отнесем аренду помещения в размере 25 тыс. ден. ед. и выплату процентов в размере 11 тыс. ден. ед., т.е. 25+11=36 тыс. ден. ед.

Переменные издержки определяются как сумма затрат труда и затрат на сырье. К переменным издержкам относятся оплата труда при выпуске единицы изделия составляют 20 ден. ед. и затраты на сырье и материалы 12 ден. ед. Тогда 20+12=32 ден. ед. Чтобы почучить переменные издержки, умножим их среднюю величину на объем выпуска продукции: 2000/32=64 тыс. ден. ед.

Для определения общих издержек необходимо сложить величину постоянных и переменных издержек:
36000+64000=100 тыс. ден. ед.

Для расчета средних издержек, необходимо общие издержки разделить на объем выпуска продукции:
100000/2000=50 ден. ед.

Задача 2.

1. Вычислим сумму вклада через год с процентной ставкой – 8%

80000-100%

 Х -108%

Х=86400 руб

Разделим х на 12 мес. 86400/12=7200руб

7200\*3=21600 руб- сумма вклада за 3 месяца

1. Вычислим сумму вклада через год с процентной ставкой – 2%

80000-100%

 Х -102%

Х=81600 руб

Разделим х на 365 дней. 81600/365=223,561644

223,561644\*45=10060,274руб – сумма вклада при досрочном расторжении договора

1. Вычислим сумму вклада через год с процентной ставкой – 3%

80000-100%

 Х -103%

Х=82400 руб

Разделим х на 365 дней. 81600/365=223,561644

22,561644\*71=15872,8767 руб

Задача 3.

Если Мария поступит в институт и проучится там 4 года, то за ее обучение родители заплатят 800000 руб. Мария после окончания обучения за 4 года сможет выплатить долг родителям. Если Мария вместо института пойдет работать, то ей не придется выплачивать долг.

Кейс 1.

1. Основная причина повышения цен в указанные периоды – это повышение спроса над предложением.
2. В этой ситуации задействованы: закон спроса, количество покупателей, сезонность.
3. Средняя цена цветов, продаваемых в точке внутри вуза, оказывается выше, чем тех же самых цветов, продаваемых в точке, находящейся вне вуза обусловлена расположением точки ближе к потребителю.