



MINISTERUL
EDUCAȚIEI, CULTURII
ȘI CERCETĂRII



ЭКОНОМИЧЕСКОЕ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ

Прикладная Экономика

*ПОСОБИЕ для преподавателей
и консультантов*

XI класс

Текст этой публикации или любой ее части не может быть воспроизведен или передан в какой-либо форме или любыми средствами, электронными или механическими, включая фотокопирование, запись, хранение в любой информационной системе или любым другим способом, за исключением преподавания зарегистрированного курса Junior Achievement или с разрешения издателя.

Издано в Республике Молдова, 2020 год.

Conținutul acestui material ține de responsabilitatea echipei de experți și nu reflectă în mod necesar viziunea USAID sau a Guvernului Statelor Unite.

Această publicație apare cu suportul financiar al Agenției Statelor Unite pentru Dezvoltare Internațională (USAID) în cadrul Programului „Susținerea educației antreprenoriale în Europa și Eurasia”.



РАБОЧАЯ ГРУППА ПОСОБИЯ:

Корина ЛУНГУ	Главный консультант Министерства образования, культуры и исследований, магистр педагогических наук, аспирант
Лауренция ФИЛИПСКИ	Исполнительный директор Junior Achievement Moldova, магистр политических наук
Аурелия ТОМША	Доктор экономических наук, доцент, Молдавская Экономическая Академия
Наталья ЯКОБ	Преподаватель экономических дисциплин, высшая дидактическая степень, магистр менеджмента, Центр Передового Опыта в Области Экономики и Финансов / Финансово-Банковский Колледж, мун. Кишинэу
Оксана БАРБЭНЯГРЭ	Доктор экономических наук, доцент, Молдавская Экономическая Академия
Диана ИГНАТЮК	Доктор экономических наук, доцент, Молдавская Экономическая Академия
Светлана ДОГОТАРУ	Начальник Главного Управления Архитектуры, Урбанистики и Земельных Отношений, мун. Кишинэу

DESCRIEREA CIP A CAMEREI NAȚIONALE A CĂRȚII DIN REPUBLICA MOLDOVA

Прикладная Экономика : 11 класс : Пособие для преподавателей и консультантов / Ministerul Educației, Culturii și Cercetării, JA Moldova ; рабочая группа: Корина Лунгу [и др.] – [Кишинэу] : S. n., 2020 (Tipogr. "Garomont-Studio"). – 46 p. : fig., tab. – (Экономическое и предпринимательское образование, ISBN 978-9975-3446-7-8).

Изд. при фин. поддержке Агентства США по междунар. развитию (USAID).
ISBN 978-9975-3451-7-0.

373.5.015:33(072)
П 759

Содержание

	Страница
Введение	5
РАЗДЕЛ VI. СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ ..	8
РАЗДЕЛ VII. МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА	20
РАЗДЕЛ VIII. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ	28
РАЗДЕЛ IX. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРИБЫЛЬ	34
РАЗДЕЛ X. МЕХАНИЗМ КОНКУРЕНЦИИ	42

Введение

«Люди не понимают, что источник дохода находится в духе экономики».

Цицерон

Это пособие предоставляет учителям и консультантам ресурсы, необходимые для эффективного внедрения программы прикладной экономики. В этом году будут изучены концепции, характерные для микроэкономики, такие как закон спроса и предложения, производительность и экономическая эффективность, вопросы конкуренции и способы ценообразования на различных типах рынков.

Человек осуществляет производственную деятельность в определенных рамках в условиях использования ограниченных ресурсов. Таким образом, необходимо, чтобы экономическая деятельность анализировалась как по значимости, так и с точки зрения ожидаемого результата. Предлагаемые цели должны быть расставлены по приоритетам в разные периоды, а человеческое поведение должно оцениваться по его отношению к технологиям и обществу. Эти и другие концепции способствуют формированию экономического мышления для решения проблемных ситуаций.

Прежде чем изучать новый материал, запланируйте урок для обобщения того, что было изучено в прошлом году.

Экономика - это исследование того, как люди используют ограниченные ресурсы, которые у них есть в данный момент, для лучшего удовлетворения потребностей в этот момент. **Рынки** способствуют **свободной торговле**, которая приносит пользу всем участникам обмена. Понимание экономики означает изучение ее содержания и использование экономических знаний для более тонкого мышления. Некоторые из наиболее важных концепций экономики - экономические **потребности и ресурсы, дефицит, альтернативные издержки, граница производственных возможностей, рациональный выбор, экономические явления, процессы и законы** были рассмотрены в предыдущем году. Каждое из этих понятий помогает глубже задуматься о решениях, которые необходимо принять в отношении окружающего нас мира.

Дефицит - это неспособность удовлетворить все желания. Не все желания могут быть удовлетворены, потому что **ресурсы** - финансовые, человеческие, природные - ограничены. Поскольку ресурсы ограничены, нужно выбрать наиболее рациональный способ их использования. Каждый выбор имеет **альтернативные издержки**, мы отказываемся от других альтернатив, когда принимаем какое-то решение. Экономисты уделяют особое внимание **издержкам** или **предельным выгодам** любого варианта. Находясь в ситуации **свободного выбора**, потребители и производители принимают рациональные решения, отказываясь от чего-то, чтобы получить больше от чего-то другого.

Экономика изучает, как люди справляются с ограниченными ресурсами с помощью множества решений, которые мы делаем как потребители, сотрудники, владельцы бизнеса и правительственные чиновники. Все эти варианты можно сгруппировать в широкие категории: **какие** товары и услуги производить, **как** их производить и **кому они** выгодны.

В странах с развитой экономикой **рынки** являются главным критерием выбора ответа на фундаментальные экономические вопросы: **что, как** и для **кого**. Такая система называется **рыночной экономикой** или **свободной инициативой**.

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните понятия экономических категорий:

1. Совершенная конкуренция.
2. Монополия.

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

1. Л. Олигополисты тайно пытаются максимизировать общую прибыль.
2. Л. При определении цены и объема продаж фирмы, работающие на рынке с олигополистической конкуренцией, принимают во внимание возможную реакцию конкурентов.

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ.

1. г.
2. а.

IV. Задача

Компания, работающая в условиях совершенной конкуренции, имеет функцию предельных затрат, выраженную соотношением: $MC = 27 + 3Q$. Рыночная цена составляет 54 у.е. Определите оптимальный объем производства, который компания будет производить, зная, что в условиях совершенной конкуренции оптимальный объем производства находится на уровне, где $P = MC = MR$.

Решение:

Если производство фирмы оптимально, когда $P = MC = MR$, то равновесие достигается, когда:

$$P = MC \Rightarrow 54 = 27 + 9Q$$

$$9Q = 27$$

$$Q = 3$$

Ответ: Производство фирмы оптимально, когда объем производства равен 9 единицам.

V. Комментарии и рассуждения

Почему поведение на олигополистическом рынке имеет характеристики стратегической игры?

Потому что он имеет характеристики стратегической игры:

1. *Прибыль каждой компании будет зависеть как от их собственных ценовых стратегий, так и от стратегии конкурентов.*
2. *Если фирма X выбирает стратегию высоких цен, то конкурирующая фирма Y может увеличить свою прибыль, выбрав стратегию низких цен и, таким образом, увеличивая долю рынка в ущерб X.*
3. *Стратегия высоких цен компании X эффективна только в случае, когда компания Y следует той же стратегии.*

Повторение основных идей

(1) Идеальная конкуренция; (2) много покупателей и продавцов, (3) одинаковые товары, (4) полная информация, (5) свободный вход; (6) персонализация (продажа украшенных вручную футболок, рубашек с забавными надписями, нестандартных рубашек или рубашек с логотипами дизайнеров (ответы будут разными)); (7) монополистическим; (8) есть много продавцов, никто не может контролировать рынок, и все компании пытаются дифференцировать свою продукцию; (9) олигополия; (10) аналогичные; (11) единый продавец; (12) близкие аналоги; (13) высокие барьеры для доступа; (14) электроэнергетическая компания и другие государственные услуги (ответы будут разными); (15) патент; (16) товарный знак; (17) продукты; (18) цены; (19) продвижение.

Составьте пару

д-1, г-2, ж-3, а-4, з-5, б-6, е-7, в-8, к-9, и-10.

Множественный выбор

а-1, г-2, в-3, г-4, а-5, б-6, г-7, г-8, в-9, в-10, б-11.

Ответы на вопросы для экономических дискуссий и рассуждений

- а. Ответы будут базироваться на экономии за счет масштаба. б. Уменьшая конкуренцию, слияния также приводят к уменьшению стимулов к повышению эффективности и снижению затрат. В то время когда большинство компаний получают прибыль за счет экономии на масштабе, также есть примеры, когда мелкие фирмы более эффективны, чем их гигантские противники (например, в черной металлургии).
- Извилистая кривая спроса - возникает, если олигополист снижает цены ниже рыночных, побуждая конкурентов сделать то же самое, чтобы предотвратить появление нового конкурента. Однако в результате таких действий не меняется ни цена, ни количество товара, что свидетельствует о негибкости цен, характерных для олигополистических рынков.
Секретные соглашения - неформальное (часто не оглашаемое) соглашение между компаниями о ценообразовании или ограничении конкуренции. Олигополисты тайно пытаются максимизировать общую прибыль. Однако эта форма контроля цен сталкивается с препятствиями в виде мошенничества по снижению цен, различий в спросе и затратах, антимонопольного законодательства и так далее.
- Ответы будут разными, поскольку учащиеся оценивают телесети как конкурентов по фильмам, спорту и другим формам развлечения.
- Кража нововведений - это кража денег, которые можно было бы получить за это нововведение. Они защищены патентами, лицензиями, авторскими правами.
- Реклама - это инструмент борьбы с конкуренцией.

В зависимости от конкретного способа использования ограниченных экономических ресурсов, организации производственного процесса и передачи созданных товаров от производителя к потребителю мы различаем несколько **экономических систем** (традиционные - на основе натурального хозяйства; децентрализованные - на основе рыночной экономики; централизованные, плановые - на основе плановой экономики). Частная собственность, система цен, конкуренция и предпринимательство - вот ключи к успеху системы рыночной экономики. Право владеть **собственностью** и управлять ею с целью **получения прибыли** стимулирует частных лиц и предприятия к рациональному использованию ресурсов. **Цены** предоставляют потребителям и производителям важную информацию для принятия оптимальных решений. А **конкуренция** стимулирует рациональное использование ресурсов и создание товаров и услуг, востребованных и доступных потребителю. **Предпринимательство** - это желание и способность определять возможности и превращать их в новые продукты для рынка. Обмен на рынке осуществляется при помощи **денег**. Основные функции денег: **средство обмена, накопления и измерения стоимости**.

Экономическая деятельность включает в себя сложные экономические процессы, человеческое поведение, экономические цели и решения, меры и действия, экономическую мотивацию, критерии эффективности распределения и использования ресурсов, ограниченных для удовлетворения человеческих потребностей и экономических интересов. Полюсами экономической деятельности являются **производство и потребление**, поэтому потребление придает смысл и цель экономической деятельности, а производство - средство достижения цели.

В рыночной экономике существует множество **экономических агентов** (предприятия, домашние хозяйства, государство, финансовые учреждения), которые, преследуя свои собственные цели, выполняют определенные функции.

Экономисты используют модели, **схемы** чтобы проиллюстрировать, как создается поток денег, продуктов и ресурсов, а также как свободная торговля между производителями и потребителями отвечает на вопросы о **что, как и для кого**. **Модель кругового потока** позволяет понять, как экономические агенты взаимодействуют друг с другом на различных типах рынков.

Считается, что **рациональное** поведение потребителя - это то, что обеспечивает максимальное удовлетворение потребления при минимуме затрат, руководствуясь при этом **критериями экономической эффективности**. В экономике ожидаемое удовлетворение достигается за счет потребления и характеризуется сроком **полезности**.

Потребительское поведение подчинено требованиям **рациональности и эффективности**. Человеческое существование обусловлено потреблением элементов, называемых **товарами**. Товары могут быть результатом экономической деятельности (экономические товары) или могут быть найдены в природе (свободные товары).

Люди получают большую часть своего дохода от оплачиваемой работы, но собственность также может приносить доход и увеличивать благосостояние. Богатство или **наследство** представляют собой деньги и личное имущество. Со временем люди могут увеличить свое богатство за счет **сбережений**. Необходимо знать варианты и риски экономии, выбирая те, которые предполагают **безопасность**.

Бюджет помогает потребителям максимально эффективно использовать свои доходы. Основными этапами составления бюджета являются: постановка целей, оценка доходов и планирование расходов и экономии.

Рыночная экономика по своей природе является жизненно важным источником защиты потребителей, поскольку конкуренция стимулирует оптимальное удовлетворение желаний и потребностей. Государственные агентства законодательно регулируют защиту потребителей.

Экономика постоянно меняется, но не все события воспринимаются в повседневной жизни. Предприниматели влияют на эти изменения, создавая компании, новые продукты, новые методы производства и распространения. **Предприниматели** - это люди, которые определяют способы эффективного использования ресурсов для полного удовлетворения запросов потребителей. Прибыльность побуждает предпринимателей соглашаться на **риск** потери денег, если их бизнес окажется неудачным.

Во всех развитых странах малые предприятия являются основой свободного предпринимательства, обеспечивая жизнеспособность, гибкость и восходящее развитие для всей экономики. Большинство компаний организованы в форме **индивидуальных предприятий, товариществ или акционерных обществ**. Небольшие фирмы, организованные в форме индивидуальных предприятий и товариществ, обычно в несколько раз превышают количество крупных предприятий и акционерных обществ. Они являются основным источником новых идей и рабочих мест в рыночной экономике. Крупные предприятия, акционерные общества, благодаря преимуществам (неограниченный срок действия и ограниченная ответственность), работают с гораздо большими суммами, чем отдельные предприятия и товарищества, производя больше товаров и услуг.

скопировать программу на компьютер? Что предусматривает законодательство для таких действий?

Ответы на упражнения в Тетради ученика

Лаборатория экономических приложений

Анализ уровня конкуренции в разных отраслях

1. Автозапчасти и винодельческая промышленность (по доле стоимости).
2. Крупные компании более эффективны в этих отраслях, потому что есть препятствия для входа в эту отрасль (высокая стоимость оборудования, земли, рабочей силы и т.д.).
3. Легкая промышленность и деревянная мебель (по доли 4-х крупнейших компаний).
4. Благодаря простоте входа и трудоемкости более мелкие фирмы более эффективны в этих отраслях.
5. Когда несколько крупных компаний с большой долей рынка могут влиять на рыночную цену или устанавливать ее, тогда возникает олигополия. В условиях монополистической конкуренции и совершенной конкуренции отдельные компании не могут влиять на рыночную цену.

Новости из экономики

Конкуренция на рынке мобильных телефонов и спортивной обуви

- 1) Олигополия.
- 2) а. Ответы будут разными (Orange, Moldcell, Unite).
б. Ответы будут разными, но в большинстве сообществ деятельность мобильных операторов близка к чистой ценовой конкуренции.
- 3) Цена, сервис и разнообразие товаров. Конкуренция по любой причине, кроме цены (услуги, выбор и т.д.), свидетельствует о монополистической конкуренции.
- 4) Олигополия. На рынке спортивной обуви доминируют несколько крупных компаний.
- 5) Интенсивные и продуманные рекламные кампании с участием знаменитостей из мира профессионального спорта, а также производство высококачественной обуви специального назначения.
- 6) Ответы будут разными.
- 7) Состоятельные покупатели интересуются последней модой.
- 8) а. Люди думали, что Nike следует использовать больше сотрудников в Соединенных Штатах, до того как столько американцев купят продукцию Nike.
б. Наверное, нет. Если производственные затраты Nike вырастут, вероятно, она будет вынуждена поднять цены.

Лаборатория экономических приложений

Как создать рекламный ролик?

1. В отрасли доминируют несколько крупных компаний, но каждая из них производит разнообразную продукцию. Конкуренция кажется монополистической.
2. Ответы будут разными. Компании по производству зубной пасты проводят агрессивные маркетинговые кампании, чтобы побудить людей использовать новые продукты.

вероятность **секретного соглашения**, которое включает договоренность между компаниями об ограничении производства и тем самым повышении их цен и прибылей. Хотя есть много причин для тайного сотрудничества, есть и существенные препятствия на пути его реализации. Часто крупные компании и рынки с высокой степенью концентрации появляются в результате эффективности масштабного производства, что позволяет добиться эффекта масштаба.

Хотя монополии обычно запрещены законом, существует несколько типов законных монополий. Это **естественные монополии**, а также предприятия, защищенные **товарными знаками, патентами и авторскими правами**.

Предлагаемые стратегии обучения

➤ Структура рынка

- Попросите учащихся составить список продуктов / услуг, с которыми они пользовались с момента рождения и до поступления в школу; напишите их на доске. Сделайте некоторые предположения о том, как устанавливаются цены в различных производственных отраслях и среди продавцов.
- На примере вымышленной компании Taustee Dog в местном спортивном комплексе проиллюстрируйте концепцию монопольной цены. Могут ли монополисты устанавливать цену на любом уровне, котором они хотят?
- Обратите внимание учащихся на персональные (настольные) компьютеры как на легальную монополию (Apple или Microsoft). Попросите класс объяснить, почему в рыночной экономике правительство выдает патенты и принимает законы об авторском праве, и попросите перечислить другие факторы, ограничивающие возможность компаний устанавливать цены на продукцию.
- Сделайте так, чтобы учащимся было легче понять различия продуктов. Выберите примеры продуктов, таких как автомобили, моющие средства, лекарства, колбасы, зубные пасты, выпечка, безалкогольные напитки, сладости и т.д. Разделите класс на небольшие группы и распределите каждой группе один или несколько типов продуктов и попросите их составить как можно более полный список различий между продуктами, производимыми различными компаниями (также предупредите учащихся, чтобы они определяли рекламные стратегии). Обсудите, как дифференциация продуктов может повлиять на стратегии ценообразования.
- Составьте список продуктов и услуг, которые покупают учащиеся и их семьи. Составьте список самых «популярных» брендов этих продуктов (убедитесь, что в списке есть бакалейные продукты). Классифицируйте отрасли, которые производят эти продукты и услуги, по категориям: «монополистическая конкуренция», «олигополия», «монополия». Обсудите стратегии конкуренции, используемые в каждой рыночной структуре.

Стратегии оценивания

- Попросите учащихся перечислить предприятия-монополисты в стране. (Например, электроэнергетические, железнодорожные, водные компании).
- Понятие «интеллектуальная собственность» включает в себя множество тем, которые можно изучать и обсуждать с учащимися. Могут ли они носить футболки с персонажами из мультфильмов? Пытались ли они когда-нибудь сделать копию видеокассеты или

Единицы компетенции:

1. Оценка роли спроса и предложения как важнейших факторов в решении основной экономической проблемы «Что, как, для кого?».
2. Определение уровня чувствительности спроса и предложения к изменению цены или дохода для принятия рационального решения.

Единицы содержания:

Спрос: индивидуальный и общий. Спрос и объем спроса. Закон спроса. Определители спроса. Эластичность спроса.

Предложение: индивидуальное и общее. Предложение и объем предложения. Закон предложения. Определители предложения. Эластичность предложения.

Ключевые понятия: спрос, закон спроса, продукт, сырье, взаимозаменяемые товары, сопутствующие продукты, эластичность спроса, эластичный спрос, неэластичный спрос, предложение, закон предложения, индивидуальное предложение, рыночное предложение, эластичность предложения, эластичное предложение, неэластичное предложение, предложение с единичной эластичностью, идеально эластичное предложение, совершенно неэластичное предложение.

Навыки: коммуникативные навыки, аргументация, графическое представление.

Рекомендуемое количество часов: 7

Цели:

Учащиеся будут способны:

- ✓ определять понятие спроса и предложения;
- ✓ объяснять факторы, определяющие изменение спроса и предложения;
- ✓ определять соотношение между общим и индивидуальным предложением;
- ✓ различать типы эластичности спроса и предложения по изменению цены и определяющим факторам;
- ✓ определять разницу между изменением объема спроса / предложения и изменением спроса / предложения.

Концептуальные основы

В экономике *спрос* представляет собой количество продуктов, которое человек хочет и может купить по разным уровням цен в данный момент. Согласно **закону спроса**, люди покупают больше товаров по более низким ценам, чем по более высоким ценам.

Индивидуальные потребности людей объединяются, чтобы сформировать общий спрос. Степень чувствительности спроса к изменению цены на товар или услугу выражает **эластичность спроса** по цене. Когда небольшое изменение цены приводит к значительному изменению объема спроса, **спрос является эластичным**. В этом случае повышение цены представляет собой уменьшение общего дохода (цена, умноженная на количество). Когда влияние цены невелико, **спрос неэластичен**, и более высокая цена увеличивает общий доход.

Изменение цены приводит к **изменению требуемых объемов**, в то время как **изменение спроса** означает, что люди хотят покупать разное количество продукта на всех возможных уровнях цен. **Изменение спроса** графически представлено сдвигом кривой спроса вправо или влево. Напротив, изменение цены подразумевает **движение вдоль кривой спроса**.

ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ X. МЕХАНИЗМ КОНКУРЕНЦИИ

В экономике **предложение** представляет собой количество продуктов, которые производитель готов продать по возможным уровням цен в течение определенного периода времени. Согласно **закону предложения**, производители будут продавать больше по более высоким ценам, чем по более низким ценам.

Совокупность **отдельных предложений** продавцов составляет **общее предложение**. Степень чувствительности предложения к колебаниям цены выражает **эластичность предложения в зависимости от цены**. Когда цена сильно влияет на количество предлагаемых товаров, предложение является **эластичным**, а когда влияние цены невелико, предложение **неэластично**. Предложение более эластично, когда легче привлечь дополнительные ресурсы в производственный процесс. Эластичность предложения в зависимости от цены также зависит от времени, необходимого производителям для увеличения или уменьшения объема производства в случае изменения цен. Чем дольше производятся необходимые регулировки, тем более неэластичным будет предложение.

Изменение цены, которое обуславливает изменения количества предлагаемых продуктов (которое **не** представляет собой изменение предложения), представлено графически в виде движения вдоль кривой предложения. **Изменение предложения** предполагает, что производители изменяют предлагаемое количество по всем возможным ценам. Графически изменение предложения представляет **собой сдвиг** кривой влево или вправо. Факторы, которые могут изменить (сместить) предложение: производственные затраты, количество продавцов, прогнозы в отношении колебания цен, производительность или эффективность использования факторов производства, природные условия, налоги и субсидии и т.д.

Тип эластичности спроса	$\Delta Q\% > \Delta P\%$ $E_p^D > 1$	Наклон кривой спроса как функция эластичности 	Типы эластичности предложения $E_p^S E_p^S > 1$
Эластичный	$\Delta Q\% > \Delta P\%$ $E_p^D > 1$		Эластичное предложение по цене $E_p^S E_p^S > 1$
Спрос с единичной эластичностью	$\Delta Q\% = \Delta P\%$ $E_p^D = 1$		Предложение с единичной эластичностью $E_p^S = 1 E_p^S = 1$
Неэластичный спрос	$0 < \Delta Q\% < \Delta P\%$ $E_p^D < 1$		Неэластичное предложение по цене $E_p^S < E_p^S < 1$
Совершенно неэластичный спрос	$E_p^D = 0$		Совершенно неэластичное предложение $E_p^S E_p^S = 0$

Единицы компетенции:

1. Оценка роли конкуренции в рыночной экономике.
2. Описание механизма конкуренции и секретных соглашений, заключенных между экономическими агентами для доминирования на рынке.

Единицы содержания

Конкуренция - определяющие элементы, типы. Роль конкуренции в экономике. Виды и формы конкуренции в экономике свободной инициативы. Особенности рынка с совершенной конкуренцией. Характеристики несовершенных структур конкуренции: монополия, монополия, олигополия, олигополия, рынок с монополистической конкуренцией.

Ключевые понятия: конкуренция, совершенная конкуренция, несовершенная конкуренция, монополия, олигополия, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия, патент.

Навыки: коммуникативные навыки, аргументация, графическое представление.

Рекомендуемое количество часов: 7

Цели:

Учащиеся будут способны:

- ✓ определять понятие конкуренции, монополии, олигополии;
- ✓ определять роль конкуренции в экономике;
- ✓ различать виды и формы конкуренции в экономике свободной инициативы;
- ✓ определять характеристики рынка с совершенной конкуренцией;
- ✓ различать характеристики несовершенных конкурентных структур.

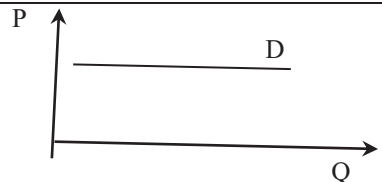
Концептуальные основы

В экономике свободной инициативы люди **конкурируют**, координируя усилия друг друга для производства товаров, которые востребованы, по разумным ценам. В результате в таком соревновании «победителем» может стать каждый. Потребители получают более качественную продукцию по более низким ценам, сотрудники получают больше рабочих мест и лучше оплачиваемую работу, а предприниматели получают более высокую прибыль от своих инвестиций.

Если конкуренция может привести к таким результатам, то способ конкуренции фирм на рынке зависит от структуры рынка. Структура рынка варьируется от **совершенной конкуренции**, в которой много покупателей и много продавцов, до **монополистической и олигопольной конкуренции**, и до **чистой монополии**, которая предполагает существование только одного продавца. В условиях совершенной конкуренции компании являются **принимающими цену**, потому что они принимают рыночную цену, а затем решают, в каком количестве производить, чтобы продавать по этой цене. В других рыночных структурах фирмы являются **создателями цен**, могут устанавливать разные цены в поисках оптимальной.

В современной рыночной экономике большинство компаний занимаются исследованием цен, а в условиях монополистической конкуренции несколько продавцов предлагают множество похожих, но не идентичных продуктов, каждый со своими уникальными характеристиками. В олигополии производство товаров и услуг сосредоточено в нескольких крупных компаниях. Из-за такой концентрации на рынке существует большая

б. До точки, в которой предельный доход равен предельным затратам, в данной точке дополнительная готовая продукция приводит к доходу, превышающему расходы. После этого дополнительная готовая продукция приведет к убыткам.

Идеально эластичный спрос	$E_p^D = \infty$		Идеально эластичное предложение по цене
			$E_p^S E_p^D = \infty$

Предлагаемые стратегии обучения

❖ *Спрос, влияние цены, эластичность, изменение спроса*

- Воспользуйтесь помощью учащихся для определения влияния цены на спрос. Проведите «аукцион» лучшего сотового телефона. Начните с более высокой цены и спросите, кто готов предложить эти деньги за данный телефон. Напишите на доске цену и количество учащихся, которые хотят его «купить». Постепенно снижайте цену и обратите внимание, как меняется количество покупателей. Представьте данные в табличной и графической форме.
- Проанализируйте факторы, которые могут вызвать колебания спроса на аналогичные продукты - например, изменение доходов потребителей, изменение популярности этого мобильного телефона, цены на другие модели.

Повторите упражнение с примерами менее дорогих товаров (например, тетрадей, пирожков, конфет, кроссовок, футболок), предметов первой необходимости (жилья, хлеба, бензина).

❖ *Предложение, влияние цены, эластичность, изменение предложения.*

- В целом, предложение является более трудным для понимания учащихся, поскольку образ мышления производителя или поставщика им чужд. Таким образом, вы можете помочь им развить свой образ мышления как поставщиков труда. Например, вы предлагаете возможность «найма» учащихся на работу по совместительству после уроков. Начните с низкой заработной платы в 15 лей в час и постепенно увеличивайте ее до уровня, при котором все учащиеся согласятся устроиться на работу. Таким образом, вы предлагаете очень четкую модель предложения.
- Используйте выдержки из каталогов или журналов о новых продуктах, представленных на рынке. Обсудите затраты, которые несет компания при создании и производстве новых продуктов. Аргументируйте влияние затрат на производственные решения.
- Создайте «покупательскую корзину», состоящую из предметов, которые учащиеся и их семьи обычно покупают (например, фрукты, овощи, хлеб, бензин, автомобили, дома, сладости). Попросите учащихся работать в группах, чтобы описать эластичность предложения для каждого продукта. Предложите им обратиться к учебнику и определить факторы, которые могут повлиять на эластичность.

Стратегии оценивания

- Попросите учащихся провести исследование рынка для дальнейшего изучения спроса на товары, продаваемые рядом со школой - например, футболки, сладости, пирожки, учебники, школьную газету, цветы в канун и День святого Валентина, билеты на спортивные соревнования. Например, может ли школьная столовая увеличить свой доход за счет снижения цен на закуски и плагинды? Стоит ли столовой поднять цены на

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните понятия экономических категорий:

1. Затраты, рассчитанные на единицу продукции со средней стоимостью.
2. Разница между выручкой компании от продажи товаров и затратами на производство... прибыль.

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

1. Л. Увеличение объема производства приводит к увеличению переменных затрат.
2. Л. Разница между общей выручкой и общими затратами составляет общую прибыль.

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ

1. д.
2. б. $ATC = AFC + AVC = 20 + 5 = 25$

IV. Задача

Предприниматель знает, что цена за единицу продукции, которую он производит, составляет 100 у.е. Постоянные затраты равны 60 000 у.е., а переменные затраты на единицу продукта - 20 у.е. В каком количестве этот предприниматель должен произвести и продать продукт, чтобы:

1. получить общую прибыль в размере 80 000 у.е;
 $P = V - C = 100Q - (60000 + 20Q); \quad 80000 = 100q - 60000 + 20Q; \quad 140000 = 80Q;$
 $Q = 1750$

2. для возмещения понесенных затрат?

$Прибыль = 0; 0 = V - C = 100Q - 60000 - 20Q; 60000 = 80Q; \quad Q = 75$

V. Комментарии и рассуждения

В этой ситуации компания увеличит производство до уровня, при котором предельные издержки будут равны предельным доходам. На этом этапе компания получит максимальную прибыль.

некоторые продукты? Правильно ли установлены цены на спортивные мероприятия? Приведут ли низкие цены к увеличению доходов школы?

- Учащиеся могут сделать краткие презентации об эластичности спроса в зависимости от цены на выбранные продукты, наличия заменителей, влияния сопутствующих продуктов на спрос на товары и услуги, исследуемые ими.
- Попросите учащихся сделать вырезки из журналов или электронных статей, которые отражают изменение спроса или его влияние на цены.
- Создайте «покупательскую корзину», состоящую из предметов, которые учащиеся и их семьи обычно покупают (например, фрукты, овощи, сладости и т.д.). Попросите учащихся работать в группах, чтобы описать эластичность предложения для каждого продукта. Предложите им обратиться к «Проверке эластичности» в учебнике и определить факторы, которые могут повлиять на эластичность.
- Измените данные задачи, предоставив им «покупательскую корзину», аналогичную описанной выше. Попросите их создать ситуации, основанные на увеличении или уменьшении предложения.
- Попросите учащихся опросить розничных продавцов в регионе, чтобы определить, как они решают, какие товары следует предлагать и сколько товаров следует заказать для продажи. Попросите их поделиться своими выводами со всем классом.

Ответы на упражнения из Тетради ученика:

Лаборатория экономических приложений-1

Построение кривой спроса.

1. а. 250 пирогов в месяц;

б. 150 пирогов в месяц.

2. а. 15 лей;

б. 25 лей.

3. а. 250 кг в неделю;

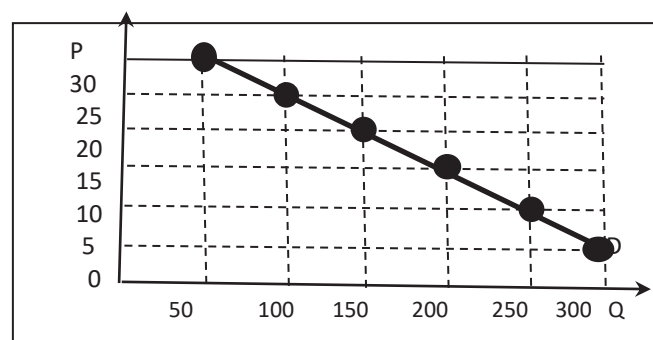
б. 100 кг в неделю.

4. Учащиеся покупают меньше пирогов или яблок по более высоким ценам и больше пирогов или яблок по более низким ценам, соответственно.

5. а. $3 \times 250 = 750$ лей;

б. $100 \times 8 = 800$ лей;

в. $15 \times 200 = 3000$ лей.



Повторение основных идей

ИСТИННО ИЛИ ЛОЖНО

- Л. Общие расходы.
- Л. Фиксированный коэффициент.
- Л. Фиксированная стоимость.
- Л. Предельная стоимость.
- Л. Средняя общая стоимость.
- Л. Неявная стоимость.
- Л. Собственный.

Составьте пару

и-1; ж-2; д-3; а-4; б-5; г-6; к-7; в-8; е-9; з-10.

Множественный выбор

а-1; в-2; г-3; г-4; в-5; б-6; б-7; б-8; в-9; в-10.

1. Прибыль = $TR - TC = 0$; $0 = 40 \times 50 - TC \Rightarrow TC = 2000$ $ATC = 2000/50 = 40$

Ответы на вопросы для экономических дискуссий и рассуждений

1.

а)

за счет:

- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓
- ✓

Основными способами снижения затрат являются:

Снижение материальных затрат на единицу продукции

Закупки факторов производства по более низким ценам.

Научная стандартизация использования материалов.

Поставка качественного сырья.

Совершенствование производственных технологий.

Модернизация и улучшение оборудования и техники.

Улучшение управления производственной деятельностью,

профессиональной подготовкой сотрудников.

б)

Повышение производительности труда.

с)

Снижение административных, бытовых расходов и

расходов на снабжение и устранение непродуктивных расходов (например, штрафов, пени, повышенных процентов и т.д.)

2. Максимизация прибыли относится к усилиям по получению максимального дохода от инвестирования в бизнес. Конечная цель бизнеса - это прибыль, а не производство. В момент снижения доходности прибыль уменьшается, даже если производство увеличивается.

а. Предельный доход - это прибавка к доходу, возникающая в результате производства дополнительной единицы. Предельные затраты возникают в результате производства дополнительной единицы.

$$VC_1 = AVC_1 * Q_1 = 10 * 1 = 10$$

$$TC_1 = VC_1 + FC_1 = 20 + 10 = 30$$

$$TC_2 = VC_2 + FC_2 = 20 + 30 = 50$$

$$MC_3 = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{TC_3 - TC_2}{Q_3 - Q_2} \Rightarrow TC_3 = \frac{MC_3 + TC_2}{Q_3 - Q_2} = \frac{12 + 50}{3 - 2} = 62$$

$$VC_3 = TC_3 - FC_3 = 62 - 20 = 42$$

$$TC_4 = ATC_4 * Q_4 = 16 * 4 = 64$$

$$VC_4 = TC_4 - FC_4 = 64 - 20 = 44$$

$$ATC = \frac{TC}{Q}$$

$$AVC = \frac{VC}{Q}$$

$$AFC = \frac{FC}{Q}$$

$$MC_1 = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{30 - 20}{1 - 0} = 10$$

$$MC_2 = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{50 - 30}{2 - 1} = 20$$

$$MC_4 = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{64 - 62}{4 - 3} = 2$$

$$TR = P * Q \Rightarrow TR_1 = P * Q_1 \Rightarrow TR_1 = 20 * 1 = 20$$

$$\text{Прибыль } TR - TC \Rightarrow \text{Прибыль}_1 = 20 - 30 = -10$$

Лаборатория экономических приложений -2

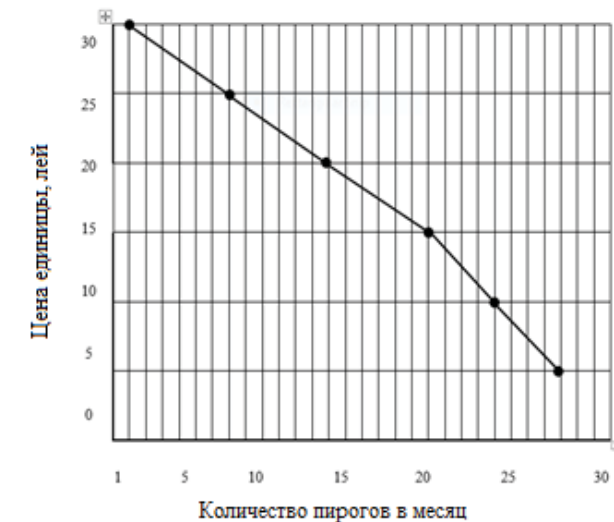
„Delicium” - интерпретация данных:

1. Компания будет производить 1000 единиц в день. Она не может производить больше, потому что в этом случае предельные издержки поднимутся выше 0,60 доллара за штуку. Таким образом, компания будет в убытке от каждой произведенной дополнительной сладости.
2. Компания увеличит производство с 1000 до 2000 сладостей в день, поскольку более высокая цена покрывает более высокие предельные издержки, когда компания будет производить больше.
3. Компания не может производить сладости по такой цене, потому что это не покрывает ее предельные издержки.
4. Влияние цены. Компания будет производить больше сладостей по более высокой цене, чем по более низкой цене.

Лаборатория экономических приложений - 2

Влияние на спрос. Используемые понятия.

1. б. Нет. Рыночный спрос представляет собой все количество, вместе взятое, по всем возможным ценам. Он состоит из всего списка количества и цен.
2. а. Количество пирогов уменьшится с 18 до 6 в месяц.
б. В этом случае мы можем говорить о влиянии цены, а не об изменении спроса.
3. Смотрите справа.
4. Да. Кривая спроса сместится вправо, поскольку цена на булочки, которые являются заменителями, повысилась.



Лаборатория экономических приложений - 3

Величина спроса. Интерпретация данных.

1. а. 0,30;
б. $1,00 + 0,80 + 0,50 + 0,30 = 2,60$.
2. Четыре яблока в день. Стоимость другого яблока (пятого) будет 0,20, что меньше цены, которую он готов был бы заплатить, поэтому покупать его не стоит.
3. Кривая спроса показывает эффект цены и наклонена вправо.
4. Ответы будут разными.

Вопрос-вызов

5. а. Очевидно, что личные предпочтения Нику повлияют на его решение. Однако альтернативная стоимость свежих яблок - одна из других возможностей использования яблок.
б. Да. Согласно данным в таблице, Нику заплатит 0,90 лей за одно яблоко.

Лаборатория экономических приложений - 4

Эластичность спроса.

1.

Товар или услуга	Какой спрос более эластичен?	Аргументируйте
а. 6 бутылок колы или велосипед с 10-ю скоростями	Велосипед с 10-ю скоростями	Требуется больший бюджет
б. Футболка с эмблемой школы или дневник ученика	Футболка с эмблемой школы	Имеет больше заменителей
в. Медицинские услуги при серьезной травме (порезе) или медицинские услуги при простуде	Медицинские услуги при простуде	Имеет несколько заменителей, требует своевременной корректировки
г. Пирог или установка кондиционера летом	Пирог	Больше многие заменители
д. Кондиционер этим летом или кондиционер следующим летом	Кондиционер следующим летом	Требуется больше времени для планирования и настройки

2. а. 230 лей; 270 лей. Спрос неэластичен, поскольку общий доход увеличился.
 б. 1,20 лей; 1,50 лей. Спрос неэластичен, поскольку общий доход увеличился.

Лаборатория экономических приложений - 5

1. Рассчитайте коэффициенты эластичности спроса по цене и представьте полученные результаты в таблице

Цена у.е.	Объем спроса, ед.	Эластичность спроса по цене в дуге	Эластичность спроса по цене в точке	Выручка от продаж (TR) у.е.
0	1000	0	0	0
20	900	0,052 неэластичный	0,111 неэластичный	18000
40	800	0,176 неэластичный	0,25 неэластичный	32000
60	700	0,333 неэластичный	0,428 неэластичный	42000
80	600	0,538 неэластичный	0,666 неэластичный	48000
100	500	0,818 неэластичный	1,0 <u>единичный</u>	50000
120	400	+1222 эластичный	1,5 эластичный	48000
140	300	+1857 эластичный	2,333 эластичный	42000
160	200	3,0 эластичный	4,0 эластичный	32000
180	100	5,666 эластичный	9 эластичный	18000
200	0	19,0 эластичный	1 <u>совершенно неэластичный</u>	0

$$E^P d = -(Q_1 - Q_0) / (P_1 - P_0) * (P_1 + P_0) / (Q_1 + Q_0)$$

$$E^P d = - \frac{(900 - 1000)}{(20 - 0)} * \frac{(20 + 0)}{(900 + 1000)} = 0,052$$

$$E^P d = -(Q_1 - Q_0) / (P_1 - P_0) * P_1 / Q_1$$

$$E^P d = - \frac{(900 - 1000)}{(20 - 0)} * \frac{20}{900} = 0,111$$

2. Определите цены, при которых спрос является эластичным, неэластичным и с единичной эластичностью. Ответ приведен в таблице 1.

1. Рассчитайте доходы продавцов и представьте их в таблице. *Расчеты представлены в таблице.*
 2. Проанализируйте динамику выручки в зависимости от цены. *Доходы увеличиваются до предела цены за единицу в 100 лей, когда эластичность спроса неэластична, после чего доходы начинают уменьшаться.*

усилиями (понесенными затратами) выражает экономическую эффективность. Производители оценивают результаты деятельности с помощью показателей эффективности. Экономические показатели - это числовые выражения, которые измеряют экономическую активность.

4. Производительность указывает на эффективность используемых факторов производства. Издержки выражают стоимость потребления факторов производства, участвующих в производстве определенного товара. Деятельность экономического агента эффективна, когда потребление факторов производства (затраты) **низкое**, а производство **высокое**. В результате увеличивается прибыль.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

1. Как рассчитать затраты

$$FC = (300 * 50\%) / 100\% = 150 \text{ млн лей}$$

$$VC = TC - FC = 300 - 150 = 150 \text{ млн лей}$$

A- Годовая амортизация основного капитала составляет

$$= \frac{FC}{10 \text{ лет}} = \frac{150 \text{ млн}}{10 \text{ лет}} = 15 \text{ млн/год}$$

$$TC = (FC + A) + VC = 150 + 15 + 150 = 315 \text{ млн лей}$$

$$\text{Прибыль} = TR - TC \Rightarrow \text{Прибыль} = 400 - 315 = 85$$

1. $TC = 1200 + 800 + 400 + 200 + 600 + 1500 + 300 = 5000$ лей

$$ATC = \frac{TC}{Q} \Rightarrow ATC = \frac{5000}{100} = 50 \frac{\text{лей}}{\text{шт.}}$$

$$FC = 400 + 200 + 600 + 300 = 1500 \text{ лей}$$

$$AFC = \frac{FC}{Q} \Rightarrow AFC = \frac{1500}{100} = 15 \frac{\text{лей}}{\text{шт.}}$$

$$VC = TC - FC = 5000 - 1500 = 3500 \text{ лей или}$$

$$VC = 1200 + 800 + 1500 = 3500 \text{ лей}$$

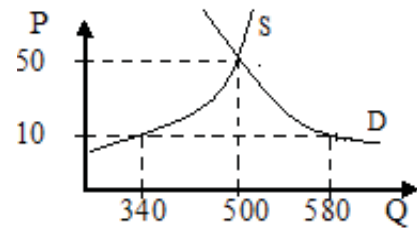
$$AVC = \frac{VC}{Q} \Rightarrow AVC = \frac{3500}{100} = 35 \frac{\text{лей}}{\text{шт.}} \text{ или}$$

$$AVC = ATC - AFC \Rightarrow AVC = 50 - 15 = 35 \text{ лей/шт.}$$

2. Заполните таблицу: если мы знаем, что цена товара 20 лей.

Q	FC	VC	TC	ATC	AVC	AFC	MC	TR	Прибыль/ Убыток
0	20	-	20	-	-	-	-	-	-
1	20	10	30	30	10	20	10	20	-10
2	20	30	50	25	15	10	20	40	-10
3	20	42	62	20,6	14	6,6	12	60	-2
4	20	44	64	16	11	5	2	80	16

- ▶ Возможность приобретения сырья в количествах, дающих им право на снижение цен.
- ▶ Возможность приобретения высокопроизводительных машин и оборудования.
- ▶ Возможность инвестировать в программы исследований и разработок, которые позволят снизить производственные затраты и реализовать новые продукты.



Лаборатория экономических приложений.

Вопросы для проверки:

1. Например, транспортные расходы можно отнести и к постоянным и к переменным затратам. Если у учащихся есть сезонный абонемент, по которому они передвигаются в транспорте, независимо от количества поездок, то это будут фиксированные расходы. Если они платят за каждую поездку, то расходы переменные, потому что зависят от количества поездок.
2. Ответы будут разными.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Комментарий высказывания

1. Адам Смит упомянул доходность инвестированного капитала. Цель предпринимателя - получить прибыль. Прибыль появляется как вознаграждение за риск, принятый предпринимателем. Прибыль должна накапливаться, а затем реинвестироваться в производство - концепция, продвигаемая доктриной меркантилизма.
2. а. Поскольку уровень затрат зависит от уровня производства, компаниям необходимо определить объем производства, который позволил бы максимизировать прибыль. Пока предельный доход превышает предельные издержки, прибыль увеличивается с увеличением объема производства. Однако с увеличением объема производства предельный доход уменьшается, а предельные издержки возрастают. В какой-то момент предельные издержки превысят предельную выручку, поэтому компания прекратит наращивать объемы производства до достижения этого уровня.
- б. С расширением предприятия может применяться ряд методов организации производства, таких как разделение труда, массовое производство, поточные сборочные линии, которые эффективны только в условиях производства большого объема продукции. Когда по мере увеличения объема производства средние общие расходы уменьшаются, экономисты говорят, что предприятие получает выгоду от эффекта масштаба.
3. Производительность, издержки и прибыль - показатели эффективности. Соотношение между результатами, полученными от экономической деятельности, и приложенными

Лаборатория экономических приложений - 6

1. Событие	2. Товар	3. Изменение спроса	4. Переменная
Выросла цена на масло	Маргарин		б. Цена на заменители
Растет популярность овощных продуктов	Виноград		д. вкусы и предпочтения
Возросла плата за вход в Disney World	Гостиница рядом с Disney World		г. цена сопутствующих товаров
Падает цена на колбасу	Горчица и кетчуп		г. цена сопутствующих товаров
Заморозки уничтожают урожай яблок	Яблочный сок		е. прогнозы по динамике цен и доходов
Кардинально увеличивается цена на бензин	Мотоциклы		г. цена сопутствующих товаров
Потребительский доход снижается	Куриное мясо		а. доход потребителя

Новости из экономики

1. Если бы продажи мяса выросли из-за изменения предпочтений потребителей, можно было бы говорить об изменении спроса. Если продажи увеличатся из-за низких цен, это будет эффект цен.
2. Движение спроса вдоль кривой - это эффект цены. На изменение спроса указывает сдвиг кривой вправо, поскольку потребители покупают большее количество по каждой цене.

Повторение основных идей

(1) индивидуальных; (2) влияние цены; (3) 350 000; (4) 1 лей; (5) сезон, (6) потребительские предпочтения (7) заменители; (8) заменитель; (9) сопутствующих; (10) неэластичным; (11) общий доход; (12) эластичным; (13) изменения выручки, (14) сезонные изменения, (15) наличие заменителей и сопутствующих продуктов; (16) спрос; (17) кривая спроса; (18) цены.

Повторение

Составьте пару

г-1, ж-2, а-3, д-4, з-5, в-6, и-7, б-8, е-9, к-10.

Множественный выбор

г-1, в-2, а-3, а-4, а-5, а-6, б-7, в-8, в-9, б-10, г-11

Ответы на вопросы для экономических дискуссий и рассуждений

1. Да. Люди откажутся от использования воды во всех случаях, которые для них дешевле выросших цен. (например, у меня теплица для помидоров, я поливаю ее водопроводной водой. Если в итоге стоимость моих помидоров будет выше рыночной, я откажусь от теплицы, чтобы не нести лишних затрат (расход воды))
2. Бензин - сопутствующий продукт для автомобилей. Если его цена вырастет, спрос на большие и неэффективные автомобили снизится. Снижение продаж этих автомобилей является результатом изменения спроса, а не роста цен.
4. В магазине можно хранить заменители мороженого, например, замороженный йогурт, замороженный фруктовый сок. Спрос на каждый из этих продуктов эластичен, поскольку вместо этого потребители могут покупать другие продукты. Размер цены может снизить общий доход, если только товары владельца не отличаются от товаров конкурентов.

6. Заработная плата руководителей участков (фиксированные, если эти сотрудники считаются включенными в фонд заработной платы на основе годового обязательства).

➤ Снижение доходности.

Исследования показывают, что учащимся трудно понять закон снижения доходности. Вернитесь к Таблице 8.2 в учебнике, чтобы продемонстрировать влияние производства на затраты. Максимизация прибыли показана в данной таблице.

Стратегии оценивания.

Раздел рассматривает различные аспекты объема производства с точки зрения затрат и прибыли. Предложите учащимся определить меры по снижению затрат при сохранении качества.

Ответы на упражнения в Тетради ученика

Лаборатория экономических приложений.

Как принимать бизнес-решения - Применение закона убывающей доходности.

1. Мы должны выбрать число, при котором доходность максимальна. Точка снижения доходности может быть ниже 100 единиц.

а)

Цена (лей)	Произведенное количество, штук	Общие фиксированные затраты (лей)	Общие переменные затраты (лей)	Общие затраты (лей)	Общие продажи (лей)	Доход (лей)
10	25	50	75	125	250	125
8	35	50	100	150	280	130
7	50	50	160	210	350	140
6	70	50	210	260	420	160
5	90	51	250	300	450	150
4	100	50	300	350	400	50

б) 70 единиц по 6 лей.

- в) Цель - обеспечить максимальную прибыль. Больше производится только в том случае, если необходимо увеличить долю рынка.
- д) Это снизит затраты и увеличит прибыль на всех уровнях производства.
- е) С увеличением объема производства общие средние расходы уменьшаются, по словам экономистов, компания получает выгоду от эффекта масштаба. Компании получают выгоду от эффекта масштаба по следующим причинам:
 - Появляется больше возможностей использовать разделение труда.

Неявная стоимость - это альтернативная стоимость. Кроме того, неявные затраты часто являются мерой **нормальной прибыли**, которая представляет собой ту прибыль, которая компенсирует исключительный вклад предпринимателя в экономическую деятельность.

Явная стоимость представляет собой общие расходы компании с факторами производства, закупленными за границей. **Стоимость производства** предприятия включает два типа затрат: явные и неявные.

Общие производственные затраты состоят из **постоянных** и **переменных затрат**. При изменении объема производства **постоянные затраты** остаются неизменными, а **переменные** - изменяются. **Средние затраты** на единицу продукции состоят как из постоянных, так и из переменных затрат. Если объем производства увеличивается, постоянные затраты на единицу продукции всегда уменьшаются. Переменные затраты на единицу продукции изначально снижаются, но, если объем производства продолжает увеличиваться, они увеличиваются по закону убывающей доходности. **Предельные** затраты выражают дополнительные затраты, вызванные реализацией последней производственной единицы, и представляют собой изменение общих затрат, определяемых изменением на одну единицу уровня производства.

Поскольку уровень затрат зависит от уровня производства, компаниям необходимо определить объем производства, который позволил бы максимизировать прибыль. **Прибыль** - это основная форма дохода, принадлежащая предпринимателю, то есть тому, кто берет на себя риск открытия и ведения бизнеса. Это выражение экономической рациональности, которая представляет собой часть доходов, получаемых компанией, часть, которая превышает затраты на производство и распределение полученных и проданных товаров.

Разница между общими поступлениями (TR) и общими затратами (TC) и есть **общая прибыль**. После того, как компания уплачивает налоги и другие платы на прибыль, оставшаяся часть составляет **чистую прибыль**. Юридически прибыль может быть использована только после уплаты налогов.

Крупные фирмы часто достигают высокой производительности за счет **экономии на масштабе**. Благодаря эффективности крупномасштабного производства удельные затраты падают до уровня, недоступного для малых фирм.

Предлагаемые стратегии обучения

➤ Постоянные и переменные затраты

Отношения между результатами и затратами важны для понимания понятий производства и производительности. Как и на первом этапе, класс научится различать постоянные и переменные затраты (или, как их часто называют, прямые и косвенные затраты). Напишите на доске следующие элементы и попросите класс правильно определить постоянные и переменные расходы:

1. Арендная плата (фиксированные);
2. Электричество, потребляемое оборудованием (переменные);
3. Сборы для страховых агентов (переменные);
4. Страхование от пожара (фиксированные);
5. Заработная плата рабочих сборочного конвейера (переменные, если их можно уволить, когда бизнес застаивается или сокращается);

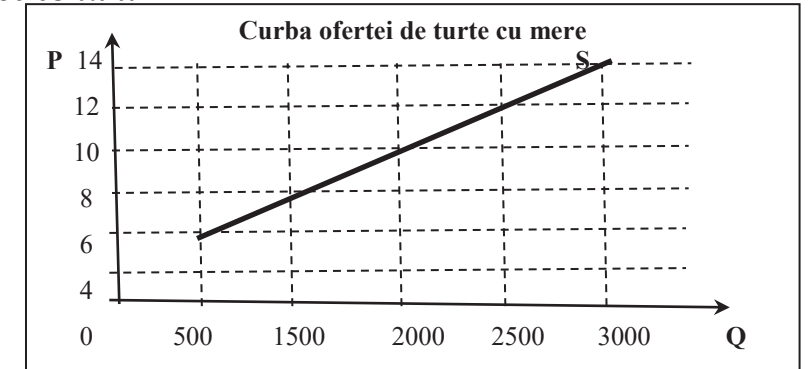
Предложение

Ответы на упражнения из Тетради ученика

Лаборатория экономических приложений - 1

Построение кривой предложения.

1. 2500 штук в день
2. 1500 пирогов в день
3. 1500 лей
4. 3500 лей
5. 1000 сотовых телефонов
6. 5000 сотовых телефонов
7. Чем выше цены, тем больше компьютеров хотят продать дистрибьюторы.
8. а. 10 лей x 2000 штук = 20 000 лей;
б. 1000 лей x 1000 штук = 1000000 лей;
в. 2500 лей x 4000 = 10 миллионов.



Лаборатория экономических приложений - 3

Таблицы говорят. Интерпретация данных.

1. Ежемесячный запас сотовых телефонов

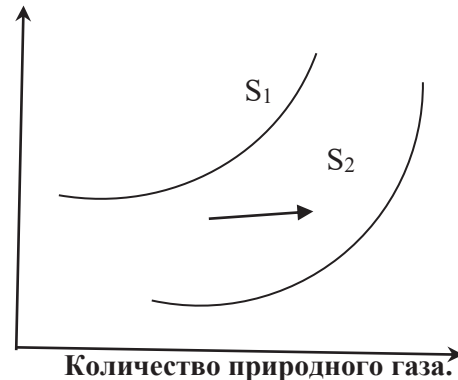
Цена компьютера	Ежемесячное количество	Новое ежемесячное количество
500	500	1500
1000	1000	2000
1500	2500	3500
2000	3500	4500
2500	4000	5000
3000	4500	5500

2. а. 4000 сотовых телефонов в месяц.
б. 4500 сотовых телефонов в месяц.
в. Большее количество появляется по более низкой цене только из-за изменений вдоль кривой предложения. Ценовой эффект продолжает оставаться важным фактором, но теперь он распространяется и на новое предложение. Снижение цены с 2500 леев до 2000 снижает количество предлагаемых сотовых телефонов с 5000 до 4500 по новой кривой предложения. Тем не менее, 4500 - это больше, чем первоначальное количество сотовых телефонов в 4000, больше сотовых телефонов предлагается по мере роста кривой предложения.
3. Ответы будут разными, но причиной этих изменений может быть большее количество производителей и технический прогресс, который приводит к снижению предельных затрат на производство компьютеров, субсидий, снижение налогов и т.д.

Новости из экономики - Когда располагаем ресурсами.

1. В статье показаны вариации предложения. Новые технологии снижают предельную стоимость добычи природного газа и нефти. Таким образом, компании готовы продавать больше газа и нефти по любой цене.

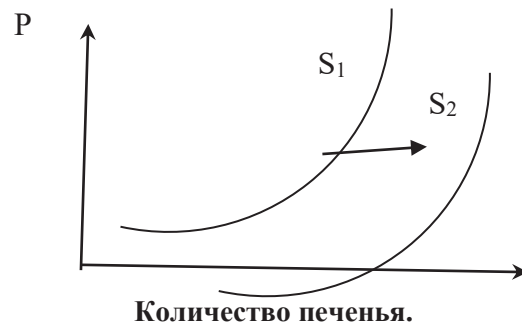
2.



3. Ответы могут быть разными, но цель состоит в том, чтобы помочь учащимся понять, что даже природные ресурсы не являются неисчерпаемыми. Хотя существует ограничение на определенные ресурсы, количество, которое мы можем использовать, зависит от технологии и цен. Кроме того, люди открывают для себя новые виды ресурсов (например, песок, используемый для изготовления силиконовых листов), тем самым увеличивая количество доступных природных ресурсов.

Новости из экономики - Предложение печенья.

1. Эта история иллюстрирует изменение кривой предложения печенья - увеличение предложения.



2. Ответы могут отличаться. В системе свободного предпринимательства перспектива получения прибыли является для людей мотивацией к инновациям и открытию нового бизнеса, даже если существует риск потерять деньги.
3. Да. Предприниматели выявляют различные возможности для разработки новых товаров и рискуют, выпуская их на рынок. Поступая так, они увеличивают предложение различных товаров и услуг.
4. Ответы могут быть разными. Предприниматели разрабатывают новые производственные и маркетинговые методы, которые помогают снизить предельные издержки и сдвинуть кривую предложения вправо.

ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ IX. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРИБЫЛЬ

Единицы компетенции:

1. Оценка производственных затрат для определения цены на производимые товары и услуги.
2. Создание условий для максимизации прибыли в соответствии с производственными затратами для определения оптимального объема производства.

Единицы содержания:

Стоимость продукции - определение, характеристика, функции. Связь между динамикой производства и динамикой различных категорий затрат. Как рассчитать разные категории затрат. Почему меняются затраты с изменением объема производства? Способы снижения затрат. Прибыль - определение, характеристика, функции, формы. Максимизация прибыли за счет затрат. Эффект масштаба.

Ключевые понятия: издержки производства, издержки по умолчанию, явные издержки, средние издержки, предельные издержки, альтернативные издержки, прибыль, общая прибыль, чистая прибыль, эффект масштаба.

Навыки: коммуникативные навыки, аргументация, графическое представление, калькуляция.

Рекомендуемое количество часов: 7

Цели:

Учащиеся будут способны:

- ✓ определять понятия: себестоимость продукции, неявные и явные затраты, прибыль;
- ✓ рассчитывать разные категории затрат;
- ✓ определять взаимосвязь между динамикой производства и динамикой различных стоимостных категорий;
- ✓ находить способы снижения затрат;
- ✓ определять объем производства по себестоимости и прибыли;
- ✓ объяснять условия экономии от масштаба.

Концептуальные основы

В экономике **стоимость производства** отражает в денежном выражении потребление факторов производства и продажу экономических товаров, предназначенных для рынка.

Неявная стоимость - включает лучшее распределение собственных ресурсов в пользу получения продукции.

V. Комментарии и рассуждения

Постулаты закона непропорциональной доходности: по мере увеличения переменного фактора его производительность сначала увеличивается, а затем снижается в условиях неизменного характера других факторов производства; Как этот закон повлияет на работу троллейбусного парка?

Ответ:

Закон непропорциональной доходности может применяться для определения оптимального сочетания труда (количества водителей троллейбусов, налогоплательщиков) и капитала для увеличения производительности троллейбусного парка.

Повторение основных идей

(1) продавать; (2) больше товаров / услуг; (3) влияние цены (закон предложения); (4) общий объем предложения; (5) 3000; (6) 120 лей за пару; (7) предельная стоимость; (8) эластичность; (9) эластичный; (10) неэластичный; (11) кривой предложения; (12) вправо; (13) влево; (14) ожидания.

Составьте пару

в-1, д-2, а-3, к-4, и-5, е-6, ж-7, б-8, з-9, г-10

Множественный выбор

г-1, в-2, б-3, г-4, б-5, а-6, в-7, в-8, г-9, а-10, в-11

Ответы на вопросы для экономических дискуссий и рассуждений

1. Повышение цены на фруктовый йогурт вызывает увеличение производства и количества предлагаемых товаров. Это эффект цены. Но изменение предложения - это сдвиг всей кривой предложения. Высокая цена не вызывает сдвига кривой, поэтому не меняет предложение.
2. Более высокие цены на зерновые стимулируют фермеров увеличивать производство. Изменения позволят увеличить поставки зерна зерновыми хозяйствами Румынии. Ситуация отражает влияние цены на предложение.
3. Эффект цены означает, что более низкая цена на существующей кривой предложения приводит к меньшему объему добычи и продажи природного газа. Фактически, кривая предложения смещается вправо (из-за новых открытий в области природного газа, новых технологий или других явлений), даже если цена на газ снизилась. Хотя, когда имеет место ценовой эффект, количество газа на новой кривой предложения (S_2) больше, конечное количество, представленное на этой кривой, больше, чем количество, первоначально произведенное при том же уровне цен, представленное начальной кривой (S_1).
4. Одна из альтернативных затрат на обучение в колледже - это зарплата, от которой отказывается студент. Экономический спад снижает шансы получить работу и заработную плату, тем самым уменьшая альтернативные издержки данного колледжа. В результате количество студентов увеличивается. (По мере уменьшения предельных затрат колледжа кривая предложения сдвигается вправо).
5. Неблагоприятные погодные условия уменьшают количество кофе, предлагаемое на продажу, но также меняют прогнозы относительно его будущей стоимости. Многие производители сохраняют актуальные предложения в надежде на дальнейшие продажи по более высоким ценам.
6. Цена, которую покупатель предложит за дополнительный телевизор, вероятно, будет ниже, чем за первый. Только снизив цену на второй телевизор, покупатель захочет его купить.

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните определения экономических категорий:

1. Сопутствующие.
2. Закон спроса.

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

1. Л. Кривая предложения обозначает минимальные цены, по которым производители готовы производить и поставлять товар на рынок.
2. Л. Коэффициент эластичности спроса по цене выражает относительное изменение запрашиваемого количества из-за относительного изменения цены товара.

III. 1. в.

2. г.

IV. Задача

Функция предложения на рынке безалкогольных напитков $Q_s = 120 + 5P$.
Определить:

1. Эластичность предложения по цене, цена 10 у.е.

$$Q_s = 120 + 5 \cdot 10; \quad Q_s = 170; \quad E^P_s = Q'(P) \cdot (P/Q_s); \\ Q'(P) = 5; \quad E^P_s = 5 \cdot (10/170) = 0,29$$

2. Тип эластичности предложения по цене и его экономический смысл.

0,29 < неэластичный (% Δ предложения $e / e <$, чем % Δ цены)

3. Как изменится предложение компании, если цена вырастет на 10%?

$$P = 10 \cdot (10\% / 100\%) + 10 = 11 \\ Q_s = 120 + 5 \cdot 11 = 175; \\ E^P_s = Q'(P) \cdot (P/Q_s) = 5 \cdot (11/175) = 0,31 \rightarrow \text{эластичность увеличивается.}$$

V. Комментарии и рассуждения.

Ответы могут быть разными.

Эластичность позволяет проводить количественные наблюдения за последствиями изменения спроса или предложения. Интересна не только направление изменений, но и чувствительность, интенсивность реакции потребителя на изменение цены. Чем выше чувствительность потребителя к цене, тем эластичнее спрос, тем выше абсолютный размер коэффициента эластичности. Этот факт наблюдается и в сфере образования.

Ответы на вопросы для экономических дискуссий и рассуждений

1. Повышение качества рабочей силы, капитальных ресурсов и более эффективное использование обоих рычагов воздействия.
2. Ответы будут разными.

Предельная производительность выражает эффективность использования последней единицы фактора производства, то есть производительность дополнительного фактора.

$$MP = \frac{\Delta Q}{\Delta F} = \frac{Q_1 - Q_0}{F_1 - F_0}$$

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните понятия экономических категорий:

1. Производство (производственная деятельность)
2. Предельный продукт.

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

1. Л. Если предельный продукт станет отрицательным, общий объем производства уменьшится.
2. Л. *Предельная производительность выражает эффективность использования последней единицы фактора производства, то есть производительность дополнительного фактора.*

$$MP = \frac{\Delta Q}{\Delta F} = \frac{Q_1 - Q_0}{F_1 - F_0}$$

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ.

1. б.
2. в.

IV. Задача

В компании работают 50 сотрудников. Ежемесячно производится 1000 единиц. Приняв на работу еще 4 сотрудников, компании удалось добиться производства 1200 единиц продукции. Какова в этом случае средняя и предельная производительность труда?

$$50 \dots 1000 \quad \text{средняя производительность} = 20$$

$$54 \dots 1200 \quad AP_{L2} = 1200/54 = 1000/54 = 22,22$$

$$\text{Предельный продукт} = (1200 - 1000) / (54 - 50) = 50$$

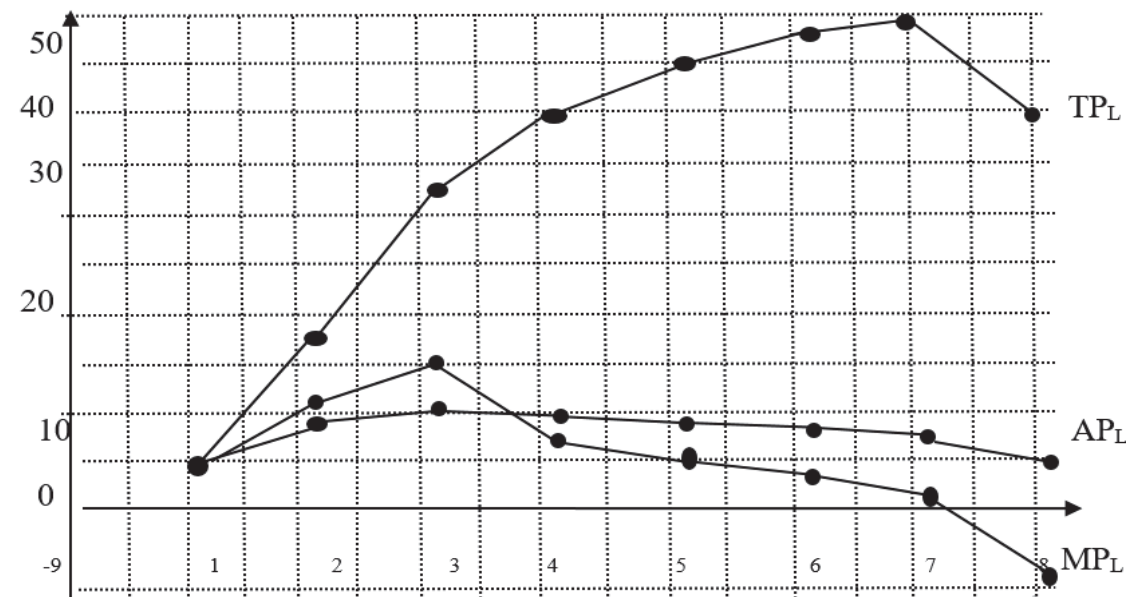
1. Рассчитайте значения недостающих показателей и заполните таблицу. Приведите пример ниже.

2. $TP_{L1} = Q_{L1} = 6$

3. $AP_{L1} = \frac{Q}{L} = 6$

4. $MP_{L1} = \frac{\Delta Q}{\Delta L} = 6$

5. Постройте кривые общего продукта, среднего продукта и предельного продукта.



6. Закон о непропорциональной доходности. Общий продукт максимален, когда предельный продукт = 0.

Повторение основных идей

(1) Факторы производства; (2) технологии; (3) работа; (4) среднюю; (5) предельный; (6) производительность; (7) ориентация на потребителя; (8) акцент на качестве; (9) сокращение отходов; (10) создание надежных сетей снабжения; (11) постоянное и постепенное улучшение процесса; (12) производство без складов; (13) создание общего видения.

Составьте пару

з-1; д-2; е-3; г-4; а-5; в-6; ж-7; б-8; к-9; и-10.

Множественный выбор

б-1; а-2; г-3; г-4; в-5; г-6; б-7; б-8; г-9; а-10.

ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ VII. МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА

Единицы компетенции:

1. Описание роли и сущности рынка для обмена между потребителями и производителями.
2. Определение роли цены в установлении рыночного равновесия.
3. Обоснование взаимосвязности предложения и спроса для установления рыночной цены.

Единицы содержания

Как спрос и предложение уравнивают количество продуктов, которые покупатели готовы купить, с количеством продуктов, которые продавцы готовы продать? Что такое дефицит и профицит и как их преодолеть с помощью конкуренции? Каким образом равновесные рыночные цены распределяют товары и услуги? Как рыночные цены мотивируют производство товаров и услуг? Как изменение спроса и предложения влияет на равновесную цену? Как рыночные цены предоставляют информацию и стимулы для потребителей и производителей?

Ключевые понятия: равновесная цена, равновесное количество, излишек, дефицит, минимальная цена, максимальная цена.

Навыки: коммуникативные навыки, аргументация, графическое представление.

Рекомендуемое количество часов: 7

Цели:

Учащиеся будут способны:

- ✓ объяснять, как спрос взаимодействует с предложением, чтобы установить равновесную цену на рынке;
- ✓ определять дефицит и профицит и объяснять, как рыночная конкуренция устраняет их;
- ✓ объяснять, как равновесные цены рационализируют потребление товаров и услуг;
- ✓ описывать, как изменение спроса и предложения влияет на равновесную цену;
- ✓ связывать, как рыночная цена предоставляет информацию и стимулы для потребителей и производителей.

Концептуальные основы

Равновесная рыночная цена уравнивает количество продуктов, которые покупатели готовы купить, с количеством продуктов, которые продавцы готовы продать. При любой другой цене создается **дефицит** или **профицит**. *Дефицит* возникает на уровне цен, когда количество спроса превышает количество предложения. *Излишек* предполагает наличие на рынке - при определенных уровнях цен - количества предложения, превышающего количество спроса. **В случае дефицита** конкуренция между покупателями поднимает цены до уровня равновесной цены. **В случае излишка** конкуренция между продавцами снижает цены до уровня равновесной цены.

Равновесные цены играют важную роль в экономике свободной инициативы. Во-первых, они **распределяют** существующее предложение между потребителями и определяют, кто получит произведенные товары и услуги. Равновесные цены **стимулируют производство**, определяя решения о том, что (и в каком количестве) производить и как производить товары и услуги.

Спрос и предложение постоянно меняются, влияя на уровень равновесных цен, что, в свою очередь, приводит к расширению одних компаний или банкротству других.

Рыночные цены предоставляют важную **информацию**, которая также является **стимулом** для свободной инициативы. Цены сообщают производителям типы и количество продуктов, которые хотят потребители, а покупателям - стоимость производства различных товаров и услуг. И компании, и потребители используют эту информацию для принятия рациональных решений относительно производства и потребления.

Предлагаемые стратегии обучения

➤ Равновесная цена.

Используйте примеры местных цен, чтобы стимулировать дискуссии по данной теме.

Стратегии оценивания

- Попросите учащихся провести исследование рынка. Например, для отслеживания цен на определенные товары (масло, молочные продукты, безалкогольные напитки, кассеты, компакт-диски) в разных населенных пунктах. Поскольку менеджеры магазинов могут предоставлять им информацию о продажах, учащиеся могут извлечь пользу из этой информации для составления таблицы приложений. Попросите учащихся взять интервью у продавцов, чтобы определить, как они реагируют на колебания цен.
- Попросите учащихся следить за динамикой цен на сезонную одежду и сообщать о модных тенденциях, координации продаж во времени. Когда выгоднее покупать купальник? В сентябре цены могут быть очень хорошими, но разнообразие продуктов, вероятно, невелико.
- Попросите учащихся провести исследования относительно эффективности службы контроля цен в Республике Молдова и за рубежом. Были ли потребленные материалы, регулируемые государством, прибыльными? Помогли ли минимальные цены и субсидии, предоставляемые фермерам в Республике Молдова? А что насчет потребителей? Какой эффект имел контроль над ценами в бывшем Советском Союзе до его распада? Какое влияние на молдавскую экономику оказала ликвидация системы контроля над ценами?

Ответы на упражнения из Тетради ученика

Лаборатория экономических приложений-1

Вопросы для проверки:

1. 275 лей.
2. Есть переизбыток 80 тысяч тонн.
3. Дефицит 80 тысяч тонн.
4. Нет. Излишек означает, что люди не хотят покупать все, что предлагается по этой цене. Но они хотят большего количества, поэтому пшеница в любом случае

Стратегии оценивания

- Этот раздел рассматривает различные аспекты текущей рыночной экономики. Предложите учащимся практические темы, связанные с улучшением качества товаров или услуг в регионе.
- Попросите учащихся высказаться относительно увиденного во время посещения компаний, для получения информации о программах обеспечения качества производства. Очевидно, что большинство компаний стараются улучшить качество своей продукции.

Ответы на упражнения в Тетради ученика.

Новости из экономики.

1. Были использованы высокопроизводительные сельскохозяйственные технологий, научная информация (внедрение современных систем обработки), выбраны высокопродуктивные сорта винограда, а также инновационные технологии и практики.
2. Перечисленные выше методы также привели к повышению производительности.

Новости из экономики

- 1-3. Ответы будут разными.
4. Создание безопасных сетей снабжения; постоянное и постепенное улучшение любого процесса, производство без складирования, создание общего видения.
5. Ответы будут разными.

Новости из экономики

Инфраструктура и производительность

1. Здания, которые нужны потребителям и компаниям для повседневной жизни и ведения бизнеса. Инфраструктура включает дороги, канализацию и ирригационные системы, аэропорты, школы, железные дороги и т.д.
2. Если инфраструктура страны приходит в упадок, страдает экономика. Следовательно, можно показать, что рост производительности зависит от инвестиций в инфраструктуру.
3. Инфраструктура и производительность прямо пропорциональны. Плохо развитая инфраструктура приведет к низкой производительности.
4. Ответы будут разными.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Развитие производительности

Количество работников (L)	Общий продукт (TP _L =Q _L)	Средний продукт (AP _L)	Предельный продукт (MP _L)
1	6 (6 * 1)	6	6
2	18 (6 + 12)	9	12
3	33	11 (33/3)	15 (33-18)
4	40 ((33 + 7) / (4-3))	10 (40/10)	7
5	45 (9 * 5)	9	5 (45-40)
6	48	8 (48/6)	3 (48-45)
7	49 (7 * 7)	7	1 (49-48)
8	40 (49-9)	5 (40/8)	-9

фактором. На уровне предприятий существуют две формы производительности: **частичная производительность** – одного фактора производства без учета других факторов и **общая производительность** - всех факторов производства, участвующих в достижении экономических результатов (производство товаров и предоставление услуг).

Обе формы могут быть рассчитаны как **средние** или **предельные** величины. **Средний уровень** производительности факторов производства принимает во внимание тот факт, что производительность не одинакова для каждой единицы используемого фактора, и поэтому необходимо выразить среднюю эффективность, с которой факторы производства используются для получения экономических результатов. **Предельная производительность** выражает эффективность использования последней единицы фактора производства, то есть производительность дополнительного фактора.

Чтобы эффективно использовать факторы производства, необходимо оценить закон убывающей доходности. **Закон убывающей доходности** гласит, что по мере того, как все больше и больше переменных ресурсов добавляется к определенному количеству постоянных ресурсов, в конечном итоге дополнительный объем производства уменьшается.

Существует множество факторов, влияющих на уровень и динамику производительности. Некоторые из наиболее важных, определяющих, способствующих повышению уровня производительности факторов производства это: изменение качества человеческих ресурсов, увеличение количества и качества капитальных ресурсов, совершенствование технологий и т.д.

Предлагаемые стратегии обучения

Производство и продуктивность

- На основе первого тематического исследования в Тетради ученика - «Новости из экономики» - начните обсуждение роли производства и производительности.
- Разделите класс на две группы и создайте производственные группы для создания простых продуктов, таких как поздравительные открытки, шляпы или бумажные самолетики. В одной из команд каждый учащийся будет полностью производить свой продукт. В другой команде каждый учащийся будет делать только часть всего процесса создания поздравительной открытки: один член команды сложит бумагу, другой нарисует изображение, третий раскрасит продукт, третий наклеит изображение на открытку и, наконец, последний напишет сообщение. В конце упражнения будет обсуждено, какая команда выполнила задачу более эффективно, а какая произвела лучшие поздравления. Почему? Будет проанализировано, какие виды товаров предусмотрены для производства на конвейере, а какие нет.
- Посетите заведение быстрого питания или ферму, чтобы изучить используемые методы производства. Сравните стратегии, используемые в разных ресторанах.
- Предложите местному лидеру рассказать о своем собственном опыте использования технологии обработки почвы и о факторах, способствующих повышению производительности.

ограничена, и наблюдается недостаток / отсутствие пшеницы. Предложение не совпадает со спросом.

Новости из экономики

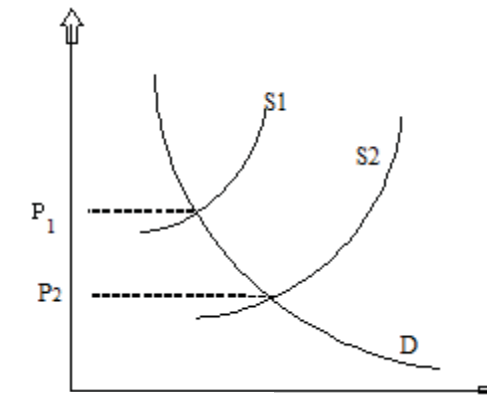
Платные шоссе.

1. На автомагистрали мало места, поэтому ее нужно модернизировать. Обычно это упрощается за счет более длительных периодов ожидания, поскольку заторы замедляют движение.
2. Стоимость нахождения более длительного времени за рулем.
3. Человек больше ценит сэкономленное время, чем деньги, которые он платит за проезд по платной дороге.
4. Спрос на доступ к шоссе увеличивается в часы пик, поэтому требуется более высокая цена, чтобы избежать заторов на шоссе.

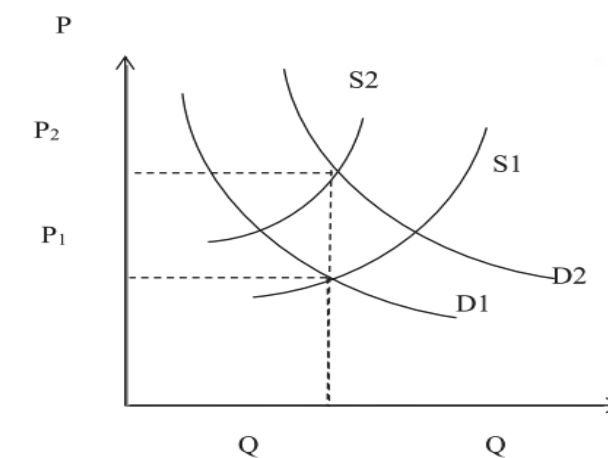
Лаборатория экономических приложений - 2

Анализ событий.

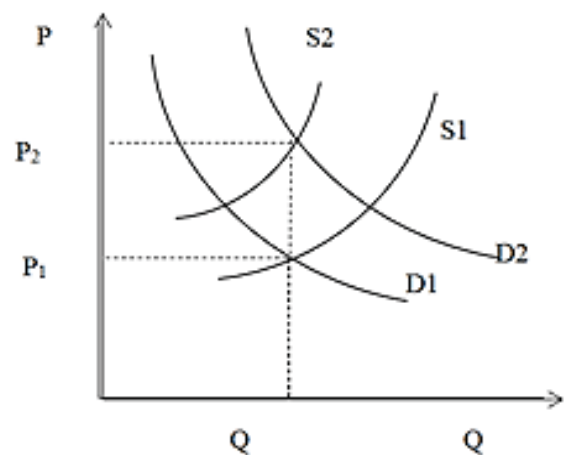
1. а. Да. Благоприятный климат для выращивания картофеля привел к получению богатых урожаев и, соответственно, к увеличению предложения картофеля. При том же спросе равновесная цена имеет тенденцию к снижению.
- 2.



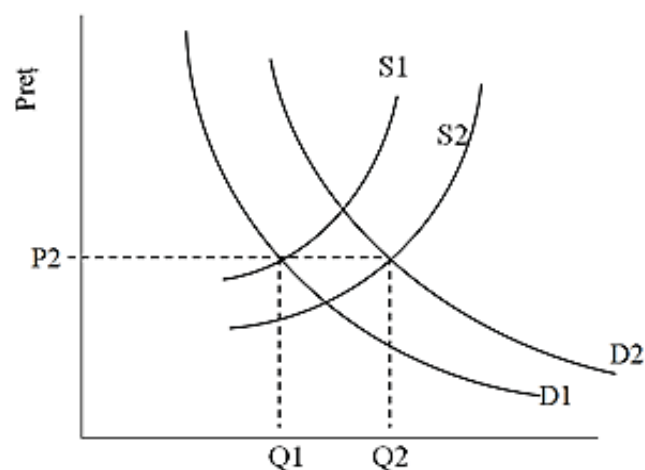
3. а. Из-за разорения многих производителей картофеля предложение сократилось, а спрос увеличился.



6. В ситуации, когда на рынке присутствует меньшее количество товара, чем требуется, и цена больше не играет ограничивающей роли в доступе к этому товару, возникает проблема распределения произведенного количества между потребителями. Первая возможность - это тип «первым пришел - первым обслужен».



4.



5. Равновесные цены играют важную роль в экономике свободной инициативы. Во-первых, они **распределяют** существующее предложение между потребителями и определяют, кто получит произведенные товары и услуги. Рыночные цены предоставляют важную **информацию**, которая также является **стимулом** для свободной инициативы.

6. В условиях равновесия $Q_D = Q_S$ соответственно: $50 - 2P = 3P - 50$; $5P = 100$; $P = 100/5 \Rightarrow P = 20$.

Мы заменяем цену в уравнении спроса или предложения, и определяем равновесное количество.

$$Q_E = 50 - 2 * 20 \Rightarrow Q_E = 10$$

ЕДИНИЦА ОБУЧЕНИЯ VIII. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Единицы компетенции:

1. Решение различных экономических проблем с точки зрения поведения производителей.
2. Описание оптимума производителя в результате сочетания факторов производства с целью установления баланса.

Единицы содержания:

Производство. Комбинирование факторов производства. Производительность. Факторы, определяющие уровень производительности. Закон убывающей доходности.

Ключевые понятия: производительность, совокупный продукт, средний продукт, предельный продукт, закон убывающей доходности.

Навыки: коммуникативные навыки, аргументация, графическое представление.

Рекомендуемое количество часов: 7

Задачи:

Учащиеся будут способны:

- ✓ определять производство и закон убывающей доходности;
- ✓ рассчитывать уровень и динамику продуктивности;
- ✓ определять факторы, влияющие на уровень продуктивности;
- ✓ показывать, как оптимальное сочетание факторов производства определяет экономическую эффективность.

Концептуальные основы.

Под **производственным процессом** понимаем человеческую деятельность по преобразованию факторов производства в экономические товары и услуги, которые могут удовлетворить человеческие потребности, или деятельность по созданию товаров и услуг для удовлетворения потребностей потребителей.

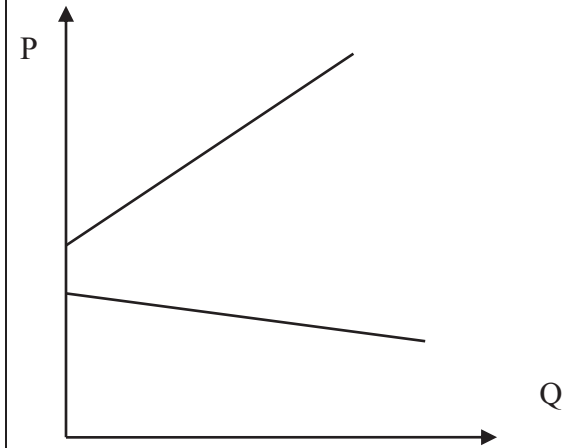
Использование факторов производства основано на определенных процессах (называемых технологиями).

Технологии предполагают выбор факторов производства, определенных способов комбинирования используемых элементов, последовательности их обработки, развитие операций по времени, соответственно, в результате получение готовой продукции.

Как технико-экономическая операция, **сочетание факторов производства** достигается сочетанием двух или более факторов производства, всегда присутствующих в качестве фактора труда.

В экономике называем **производительность как фактор производства** × объем производства, достигнутый с его помощью, по отношению к объему, потребляемому этим

2. Изобразите график спроса и предложения для описанной ситуации.



3. Как улучшение технологии производства повлияет на конъюнктуру рынка товаров?

Совершенствование технологии производства повлияет в будущем на ↓ потребителей продукции => ↓ цену => появление равновесной цены => появление равновесного Q. Это будет способствовать повышению качества товара => конкурентоспособности => для принятия покупателем цены 600 у.е. и, соответственно, к существованию сбалансированного Q.

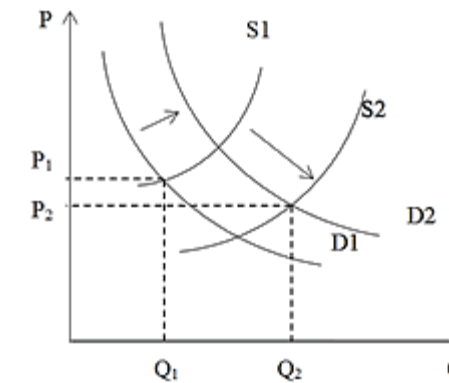
Новости из экономики

1. Цены на автомобили снижены, чтобы стимулировать спрос и увеличить продажи. За исключением спортивных автомобилей, которые по-прежнему пользуются большой популярностью.
2. Чтобы установить баланс между спросом и предложением экономического образования, условия регистрации были ужесточены в середине 1990-х годов, поскольку спрос увеличился. А в начале 2000-х из-за сокращения спроса на бизнес-факультеты, требования к выпускным экзаменам были упрощены, что стимулировало спрос.
3. Древесина - это фактор производства при строительстве домов. В результате подписания межправительственного соглашения между США и Канадой, устанавливающего ограничения на ввоз канадской древесины на рынок США, этот фактор производства возрастает. Как следствие, цена предложения вырастет.

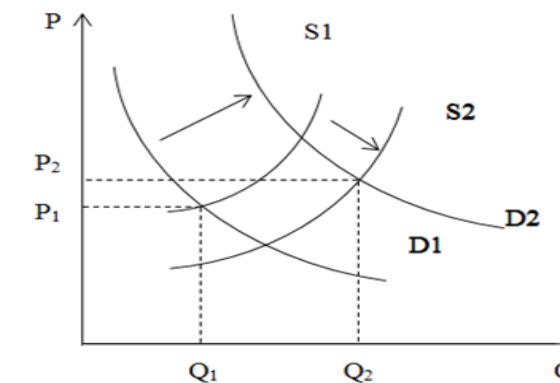
Лаборатория экономических приложений -3

Применение законов спроса и предложения.

1. Рост доходов населения будет определять рост спроса. Но предложение увеличивается более интенсивно, чем спрос из-за производительности ($\Delta D\% < \Delta S\%$). В результате цена падает. Смотри график.



2. а. Цена увеличилась, и количество предложения увеличилось.
б. Более высокая цена снижает спрос.
в. Излишек.
3. Смотри график.



4. Предложение продовольствия будет продолжать расти медленнее, чем спрос. Цены на зерновые могут продолжать расти.

Повторение основных идей

Рыночная равновесная цена; количество, выставленное на продажу, равно количеству, которое покупатели купят; дефицит; избыток; ценовому эффекту; рационализация; производить товары и предоставлять услуги; больше товаров и услуг; спроса; предложения; расти.

Составьте пару

г-1, з-2, д-3, и-4, л-5, е-6, к-7, ж-8, в-9, б-10, а-11.

Множественный выбор

г-1, б-2, г-3, в-4, а-5, г-6, в-7, б-8, б-9, г-10.

Ответы на вопросы для экономических дискуссий и рассуждений.

- Цены на фрукты растут, чтобы устранить дефицит товаров. Водоснабжение является частью регулируемых государством расходных материалов, и цена на воду не может быть увеличена. Обычно цена на воду регулируется иначе, чем другие цены в рыночной экономике.
- Кризис товаров указывает на то, что цена слишком низкая. Увеличить цену, чтобы превратить дефицит в излишек без изменения кривых спроса и предложения.
- График должен отражать сдвиг кривой предложения влево. Предложение может уменьшиться без повышения цен, если спрос также снизится.
- По мере роста спроса на униформу участники торгов понимают, что они могли бы заработать больше, если бы производили только униформу, а не другие виды одежды. В результате предложение увеличивается. В конечном итоге появляется излишек, и цены должны падать.
- а. Да. Рационализация дефицитных ресурсов неизбежна за счет цен, создания очередей или вмешательства властей. недостаточные ресурсы необходимо распределять, потому что их никогда не хватит на всех.
б) Распространители билетов на концерт мог увеличить цену. Многие были готовы часами стоять в очереди, чтобы купить билеты по предложенной цене.

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните определения экономических категорий:

- Рыночное равновесие.
- Цена-норма (“потолок”).

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

- Л. Если государство устанавливает **минимальную** цену, *выше равновесной* цены, продавцы готовы продать больше чем покупатели готовы купить.
- Л. Изменения в предложении приводят к изменениям равновесного количества в том же направлении, а равновесной цены в противоположном направлении.

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ.

- а.
- б.

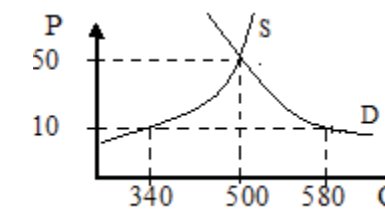
IV. Задача

Спрос на товар описывается функцией $Q_d = 600 - 2P$, а его предложение - функцией $Q_s = 300 + 4P$.

- Определите равновесную цену и количество на этом рынке. $Q_d = Q_s$; $600 - 2P = 300 + 4P$; $300 = 6P$; $P = 50$; $Q = 600 - 2 * 50 = 500$.
- Рассчитайте количественные параметры ситуации, которая будет создана на рынке, если «потолок» цены будет установлен на уровне 10 у.е. $Q_d = 600 - 2 * 10 = 580$; $Q_s = 300 + 4 * 10 = 340$

Будет создан дефицит в 240 единиц.

- Дайте графическое представление решения задачи.



V. Комментарии и рассуждения

Минимальная цена, по которой товар может быть предложен на рынке продавцами, составляет 600 у.е., а максимальная цена, которую покупатели готовы за него заплатить, - 500 у.е..

- Каково количество сбалансированных товаров на соответствующем рынке?

Не существует равновесной цены, по этой причине не существует Q, приемлемого как для потребителя, так и для производителя.