



MINISTERUL
EDUCAȚIEI, CULTURII
ȘI CERCETĂRII



USAID
FROM THE AMERICAN PEOPLE

ЭКОНОМИЧЕСКОЕ
И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЕ
ОБРАЗОВАНИЕ

Прикладная Экономика

ТЕТРАДЬ УЧАЩЕГОСЯ

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 ПО РАЗРАБОТКЕ ТЕТРАДИ:

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 : тетрадь учащегося / Ministerul Educației, Culturii și Cercetării, JA Moldova ; рабочая группа: Корина Лунгу [и др.]. – [Кишинэу] : S. n., 2020 (Tipogr. "Garomont-Studio"). – 61 p. : fig., tab. – (Экономическое и предпринимательское образование, ISBN 978-9975-3446-7-8).

Изд. при фин. поддержке Агентства США по междунар. развитию (USAID).
ISBN 978-9975-3451-9-4.

373.5.015:33(076)
П 759

2. Монополистическая конкуренция характеризуется:

- а) производством дифференцированных товаров;
- б) производством уникальных товаров;
- в) монополией производителя;
- г) взаимозависимостью конкурирующих производителей

IV. Задача

Компания, работающая в условиях совершенной конкуренции, имеет функцию предельных затрат, выраженную соотношением: $MC = 27 + 9Q$. Рыночная цена - 54 у.е. Определить оптимальный объем производства, который будет производить компания, зная, что в условиях совершенной конкуренции оптимальный объем производства находится на уровне, где $P = MC = MR$

Решение:

V. Комментарии и рассуждения

Почему поведение на олигополистическом рынке имеет характеристики стратегической игры?

СОДЕРЖАНИЕ

	Страница
Введение	5
РАЗДЕЛ VI. СПРОС	6
ПРЕДЛОЖЕНИЕ	17
РАЗДЕЛ VII. МЕХАНИЗМ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ РЫНКА	26
РАЗДЕЛ VIII. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ И ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ	35
РАЗДЕЛ XI. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА И ПРИБЫЛЬ	45
РАЗДЕЛ X. МЕХАНИЗМ КОНКУРЕНЦИИ	53

Введение

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

Цицерон

Этот тетрадь предоставляет учащемуся необходимые ресурсы для изучения программы Прикладная экономика, предлагаемой Junior Achievement Moldova. В этом году будут изучены концепции, характерные для микроэкономики, такие как закон спроса и предложения, эластичность спроса и предложения, производство, факторы производства, производительность и экономическая эффективность, издержки производства, прибыль и экономия от масштаба, а также вопросы, связанные с конкуренцией и способами ценообразования на разных типах рынков.

Предприниматели предлагают потребителям новые товары и услуги, но они добиваются успеха только тогда, когда покупатели хотят предлагаемые продукты и имеют возможность их купить.

Как создаются рыночные цены? От чего зависит поведение потребителей? Как со временем меняется поведение производителей? Ответ на эти вопросы, и не только, даст данная программа.

Желаем вам УСПЕХОВ !!!

ТЕМЫ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСКУССИЙ И РАССУЖДЕНИЙ

1. Количество слияний за последние годы увеличилось.
 - а. Объясните эффективность слияний.
 - б. Определите ситуации, в которых слияния могут увеличить неэффективность.
2. Выявить барьеры для входа новых фирм на рынок с олигопольной конкуренцией.
3. Кабельные компании часто имеют монополию в обслуживаемой ими области. Однако некоторые эксперты утверждают, что это не чистая монополия. Ваше мнение? Аргументируйте ответ.
4. Почему копирование изобретений, произведений искусства или журнальных статей считается кражей? Как сегодня законы защищают изобретателей, художников и писателей?
5. Выразите мнение об утверждении: «Реклама на рынке с монополистической конкуренцией играет пассивную роль».

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните понятия экономических категорий:

1. Рынок, на котором однородные продукты предлагают очень большое количество компаний _____
2. Ситуация, при которой на рынке присутствует только один покупатель товара _____

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

1. Фирмы, работающие в олигополистической отрасли, будут получать меньшую прибыль, если они будут сотрудничать.
2. Определяя цену и объем продаж, компании, работающие на рынке с монополистической конкуренцией, учитывают возможную реакцию конкурентов.

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ.

1. Рынки с совершенной и монополистической конкуренцией имеют следующую общую черту:
 - д. Производство дифференцированной продукции;
 - е. Производство однородных товаров;
 - ж. Зависимость поведения каждой компании от поведения конкурентов;
 - з. Большое количество производителей.

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР. В отведенном для этого месте напишите букву, которая лучше всего завершает утверждение

- __1. На абсолютно конкурентном рынке:
- Работают больше продавцов и покупателей.
 - Доминируют несколько крупных компаний
 - Правительство является единственным регулирующим органом.
 - Работают монополии и олигополии.
- __2. Какое из следующих утверждений лучше всего объясняет, почему в определенных отраслях доминируют крупные фирмы?
- Крупные фирмы всегда более эффективны, чем мелкие.
 - Люди утратили доверие к конкурентной рыночной системе.
 - Патентные законы легко нарушаются.
 - В некоторых случаях массовое производство приводит к экономии за счет масштаба производства.
- __3. Конкуренция на рынке важна, так как:
- Ограничивает влияние спроса и предложения.
 - Устраняет мотивацию получения прибыли.
 - Стимулирует производителей к эффективности производства.
 - Создает рынок, на котором производители могут контролировать цены.
- __4. Монопольная ситуация на рынке продукта может быть обусловлена:
- Обладателем патента, который дает исключительное право на производство и продажу соответствующего продукта.
 - Владением или контролем над редкими природными ресурсами.
 - Государственной лицензией.
 - Все ответы верны.
- __5. Какая отрасль, скорее всего, может быть государственной службой?
- Электростанции.
 - Строительство автомобилей.
 - Молочная промышленность.
 - Добыча и переработка нефти.
- __6. Некоторые монополии в сфере госуслуг легализованы, потому что в этих отраслях:
- Относительно простое регулирование.
 - Затраты в случае одного производителя относительно низкие.
 - Государственные службы получают финансовую помощь от правительства.

- Государственные службы - это очень крупные компании.
- __7. В автомобильной промышленности доминируют несколько крупных компаний, а это означает, что конкуренция:
- Не существует на этом рынке.
 - Основана только на цене.
 - Приводит к неэффективному производству.
 - Основана не только на цене, но и на качестве.
- __8. Крупные фирмы тратят значительные средства на рекламу, но сохраняют розничную цену на уровне конкурентов. Эта стратегия характеризует:
- Монополистическую конкуренцию.
 - Совершенную конкуренцию.
 - Чистую монополию.
 - Олигополию.
- __9. Компания Doe Enterprises недавно повысила цены на 10 процентов. Другие компании немедленно последовали ее примеру. Что из нижеследующего лучше всего описывает структуру рынка, на котором Doe Enterprises продает свои продукты?
- Идеальная конкуренция.
 - Монополия.
 - Олигополия.
 - Монополистическая конкуренция.
- __10. Какая из следующих компаний имеет наибольшую свободу при установлении цен на свою продукцию?
- Одна из трех компаний в отрасли.
 - Единственный производитель продукта с множеством замещающих его.
 - Единственный производитель продукта, без замещающих его.
 - Одна из 300 компаний отрасли.
- __11. Какой из следующих вариантов представляет собой своего рода «входной барьер», защищающий монополию?
- Реклама.
 - Патент.
 - Крупнейшая компания.
 - Ни один из вариантов.

Спрос

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ -1

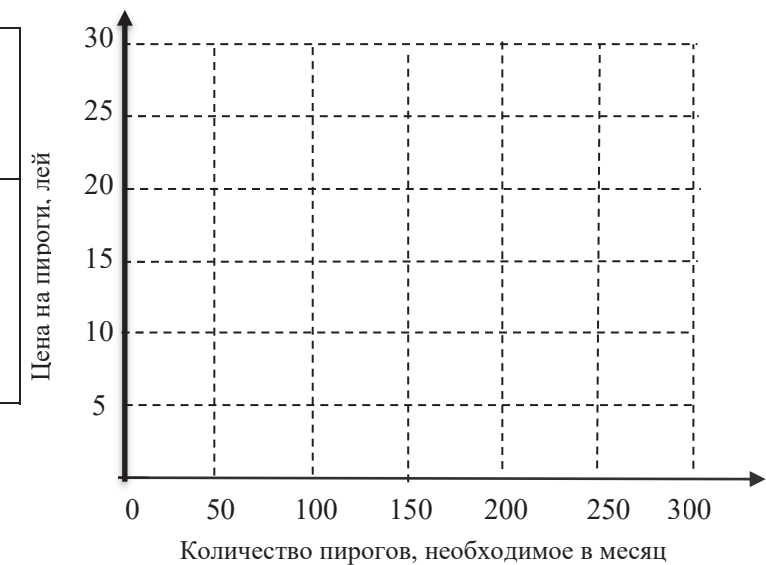
Построение кривой спроса.

Изучите таблицы, и постройте кривую спроса.

Спрос на пироги

Количество, необходимое в месяц	Цена, лей
300	5
250	10
200	15
150	20
100	25
50	30

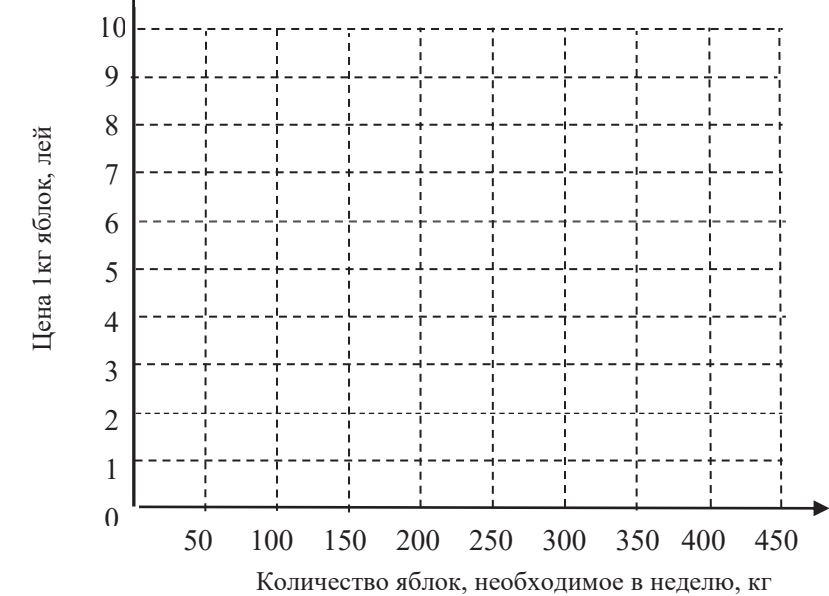
Кривая спроса на пироги



Спрос на яблоки

Количество, необходимое в неделю (кг)	Цена одного 1кг, лей
400	1
350	2
250	3
150	5
100	8
50	10

Кривая проса на яблоки



Вопросы для проверки:

1. а. Сколько пирогов будет куплено в месяц по цене 10 лей?
б. Сколько пирогов будет куплено в месяц по цене 20 лей?
2. а. По какой цене будут продаваться 200 пирогов?
б. По какой цене будут продаваться 100 пирогов?
3. а. Сколько килограмм яблок будет закупаться еженедельно по цене 3 лея за 1 кг?
б. Сколько килограмм яблок будет закупаться еженедельно по цене 8 лей за 1 кг?
4. Как цена влияет на количество проданных пирогов или яблок?
5. Рассчитайте общий доход от продаж для следующих ситуаций:
 - а. цена 3 лея / кг на яблоки;
 - б. 100 кг проданных яблок;
 - в. цена 15,00 лей / пирог.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ - 2

Влияние на спрос. Используемые понятия.

В таблице ниже отражен запрос пироги от 4 человек.

Месячный спрос на пироги

Цена / шт (лей)	Джику	Санда	Ион	Феличия	ВСЕГО
5	5	10	8	4	
10	4	9	6	4	
15	3	9	4	2	
20	2	6	2	2	
25	1	5	0	0	
30	0	1	0	0	

1. Идентичны ли понятия: спрос на пироги и количество пирогов на определенном уровне цен? Почему?

2. Предположим, что цена пирога увеличится с 15 до 25 лей.

а. Что произойдет с общим количеством пирогов, которые захотят купить 4 человека?

б. Это изменение спроса или количества требуемых пирогов? Аргументируйте.

СОСТАВЬТЕ ПАРУ. Установите соответствие между понятиями в столбце А и определениями в столбце Б.

Столбец А

- __1. Идеальная конкуренция
- __2. Монополия
- __3. Олигополия
- __4. Юридическая монополия
- __5. Монополистическая конкуренция
- __6. Естественная монополия
- __7. Авторское право
- __8. Патент
- __9. Товарные знаки
- __10. Секретные соглашения

Столбец Б

- а. Право действовать вне рыночной конкуренции, обычно предоставляемое при предоставлении общественных услуг.
- б. Представлены телефонными, электроэнергетическими и др. компаниями.
- в. Право использовать или продавать изобретение или технологический процесс.
- г. Рынок с одним продавцом.
- д. Рынок с большим количеством покупателей и продавцов.
- е. Исключительное право продавать или воспроизводить письменное произведение или произведение искусства.
- ж. Рынок, на котором доминируют несколько крупных продавцов.
- з. Рынок с множеством поставщиков, предлагающих похожие, но не однородные продукты.
- и. Соглашение или рыночное соглашение, по которому компании ограничивают производство с целью повышения цен.
- к. Особый дизайн, названия или символы, которые идентифицируют

ПОВТОРЕНИЕ ОСНОВНЫХ ИДЕЙ

После переговоров с оптовиками Санда Морару была разочарована, все говорили ей одно и то же: коробка из 10 футболок без принта стоит 500 лей. Затем Санда поняла, что оптовые торговцы на рынке футболок находятся в условиях (1) _____.

Оптовый рынок футболок, как и большинство сельскохозяйственных продуктов, имеет следующие четыре характеристики: (2) _____,

(3) _____, (4) _____,

(5) _____.

Однако конкуренция на розничном рынке футболок иная. Санда специализировалась на производстве футболок для потребителей, приезжающих отдыхать на море. Другие компании по продаже футболок могут дифференцировать свою продукцию (6) _____.

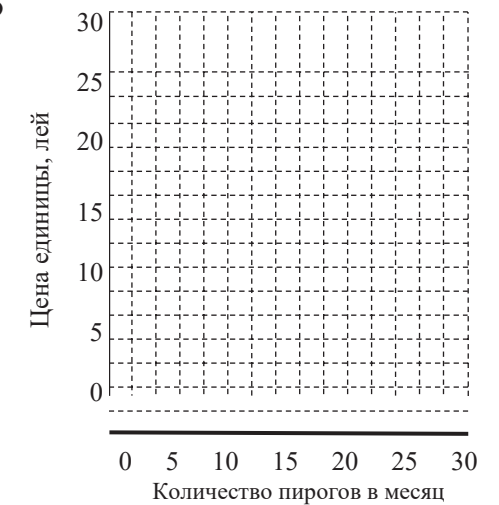
Розничный рынок футболок является примером (7) _____ конкуренции, потому что (8) _____.

MicroConductor S.A. это крупное предприятие, и у него всего несколько важных конкурентов. Чтобы эффективно производить компьютерные чипы, компания вкладывает большие средства в заводы, обучение сотрудников, исследования и разработки и т.д. MicroConductor S.A. конкурирует на рынке, описываемом как (9) _____. На этом типе рынка цены нескольких компаний обычно (10) _____. MicroConductor S.A. не имеет монополии на компьютерные чипы. Монополия - это рынок, на котором есть (11) _____, нет (12) _____ и (13) _____.

Юридические и естественные монополии существуют во многих населенных пунктах. В любой местности существует (14) _____ монополия. Поскольку технология производства чипа Octavium защищена (15) _____, а название «Octavium» защищено (16) _____ и MicroConductor S.A. можно рассматривать как своего рода монополию. Чтобы добиться успеха, и компания Санды, и MicroConductor S.A. они должны найти рынок сбыта для своих товаров. Это означает, что они должны выставить на продажу (17) _____, который люди хотят по (18) _____, чтобы они согласились заплатить. Они должны предоставить покупателям информацию о производимых чипах или футболках, которая называется (19) _____, а предприятия должны сделать местонахождение продуктов доступным для покупателей.

3. На основании таблицы постройте кривую общего спроса на пироги.

4. Предположим, что цена на булочки выросла до цены на пироги. Изменит ли это спрос на пироги? Аргументируйте.



**Спрос и предложение
ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ - 3**

Величина спроса. Интерпретация данных.

Любое решение имеет свои преимущества и недостатки, но полезность, которую люди приписывают этому решению, различается от человека к человеку. Кто-то может пожелать потратить 20 лей на пирожное, а другой человек заплатит максимум 5 лей. А третий человек может заплатить за это пирожное сколько угодно. Нику - большой любитель яблок - на обед, в пирогах и даже в соусах. Ценность различных количеств яблок, потребляемых Нику, представлена в следующей таблице. Независимо от любви к яблокам, с каждым съеденным яблоком ценность следующего яблока уменьшается.

Ценность, которую Нику приписывает яблокам	
Яблоко в день	Ценность (полезность)
1	1.00
2	0.80
3	0.50
4	0.30
5	0.20
6	0.10

Чтобы иметь возможность есть яблоко каждый день, Нику согласен потратить 1 лей, что означает, что он откажется от покупки другого товара / услуги стоимостью в 1,00 лей. А вот второе яблоко для Нику стоит 0,80 лея, а третье - 0,50 лея. Чем больше яблок у Нику, тем меньше для него стоит каждое дополнительное (предельное) яблоко.



На графике показана зависимость, представленная в таблице, которая фактически совпадает со спросом Нику на яблоки. Сколько яблок Нику купит по цене 0,50 лея? Конечно, он купит хотя бы одно, потому что стоимость первого яблока для него равна 1 лей. Для Нику стоимость яблока выше, чем его цена в леях, поэтому его стоит покупать. По этой же причине он купит второе яблоко, за которое согласен заплатить 0,80 лея. А как насчет третьего яблока? В этом случае цена яблока совпадает со значением, присвоенным Нику: мальчик не выиграет и не проиграет, купив его. Он также может купить третье яблоко, но он, конечно, не будет покупать

Если бы, например, он купил четвертое яблоко, он заплатил бы больше, чем это яблоко для него стоит. Получается, что по цене 50 банов Нику не захочет покупать больше трех яблок.

Предположим, что цена упадет до 20 банов за яблоко. В этом случае Нику будет покупать не более пяти яблок в день. Таким образом, мы можем определить максимальное количество яблок, которое Нику купит по каждой цене, что совпадает со спросом Нику на яблоки.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Как создается телереклама?

Для привлечения потребителей компании-конкуренты используют различные методы, в том числе телерекламу.



Представьте, что вы работаете в большом рекламном агентстве и вам нужно разработать рекламный ролик для LIMELIGHT, нового продукта на рынке - зубная паста с зелеными и белыми полосками, упаковка которой выглядит как прожектор. Формула LIMELIGHT уменьшает образование зубного камня и кариеса, отбеливает зубы и освежает дыхание. Благодаря особым качествам производитель надеется превысить продажи LIMELIGHT более чем на 10% по сравнению с другими брендами зубных паст на рынке.

Чтобы спланировать свою рекламную кампанию, ответьте на

следующие вопросы:

1. Является ли индустрия зубной пасты идеальной конкуренцией? Аргументируйте ответ. Как тип конкуренции на рынке влияет на кампанию по продвижению нового продукта?

2. Какую роль в индустрии зубных паст играет лояльность потребителей к определенному бренду? Как можно повысить лояльность клиентов к новым продуктам?

Разработайте 30-секундный набросок рекламного ролика, который будет включать каждое из следующих действий:

- Описание – краткое содержание рекламы.
- Сценарий или текст (фразы, разговоры, персонажи).
- Описание каждого предмета оборудования, изображения, декора, музыкального фона.

Многие компании сейчас рекламируют свою продукцию по всему миру. Levis популярны, куда бы вы ни пошли. Соса Cola рекламируется в десятках стран и на десятках языков. Какими вопросами следует озадачиться производителю перед продажей LIMELIGHT в другой стране?

Разработайте рекламный ролик, в которой не используются письменная или устная речь, то есть только невербальное общение. Попробуйте сделать версии для разных сегментов рынка.

3. Можно ли сказать, что компании мобильной связи работают на олигополистическом рынке? Аргументируйте.

4. Какова структура рынка спортивной обуви? Аргументируйте.

5. В 50-х кроссовки или тенниски были просто игровой или спортивной обувью. Подростки и взрослые даже не думали носить эту спортивную обувь вне баскетбола, тенниса или других спортивных площадок. Какие стратегии разработали Nike, Reebok и другие компании, чтобы изменить ситуацию?

6. Некоторые люди считают, что реклама кроссовок по 120 долларов за пару, нацеленная на молодых потребителей, которые не могут позволить себе такую роскошь, неэтична со стороны таких компаний, как Nike и Reebok. Что вы думаете по этому поводу? Аргументируйте.

7. В какой-то момент Reebok предложил на рынке партию из 200 пар кроссовок, украшенных стеклянными бусинами, по цене 400 долларов за пару. Какой сегмент рынка, скорее всего, привлекла эта обувь?

8. Компания Nike, которую критиковали за производство своей обуви за границей (Индонезия), заявила, что, если бы она производила обувь в Соединенных Штатах, ее цена была бы выше из-за стоимости рабочей силы.

а. Выразите отношение к стратегии Nike.

б. Если бы Nike производила свою обувь только в Соединенных Штатах, была бы она такой же конкурентоспособной? Объясните.

Вопросы для проверки:

1. Согласно таблице, ценность первого яблока для Нику составляет 1 лей, а второго - 0,80 лея. Означает ли это, что общая ценность обоих яблок составляет 1,80 лея? Ответьте на вопросы, используя таблицу.

а. Какая ценность отводится четвертому яблоку?

б. Какова общая ценность четырех яблок?

2. Предположим, что цена яблока составляет 0,30 лея. Согласно графику, какое максимальное количество яблок будет покупать Нику ежедневно? Почему Нику не захочет покупать больше?

3. Как график отражает взаимосвязь между изменением цены и объемом спроса?

4. Приведите пример из собственного опыта, когда вы покупали хот-дог, билеты в кино, пиццу или другой товар. Предположим, у вас в наличии больше денег, почему вы не купили большее количество товара по этой цене?

5. Нику может выбирать, съесть яблоки или отдать их кому-нибудь. Он может использовать фрукты для приготовления яблочного соуса, сока или яблочных пирогов.

а. Считаете ли вы, что во всех этих случаях яблоки имеют одинаковую ценность для Нику? Аргументируйте.

б. Предположим, что цена яблока составляет 0,90 лея. Исключит ли Нику яблоки из всех своих блюд, ценность которых для него ниже рыночной?

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ - 4

Эластичность спроса.

Закон спроса гласит, что увеличение цены продукта приводит к уменьшению количества его спроса. Однако влияние цены в одних случаях относительно велико, а в других - мало, потому что кривая спроса отличается от одного товара к другому. Экономисты используют понятие эластичности для объяснения различий между различными кривыми спроса.

1. Ниже представлен список товаров и услуг. Для каждой ситуации, включающей 2 разных варианта, решите, на какой из этих товаров будет более эластичный спрос. Заполните таблицу, указав факторы, влияющие на эластичность спроса в зависимости от цены.

Эластичный спрос

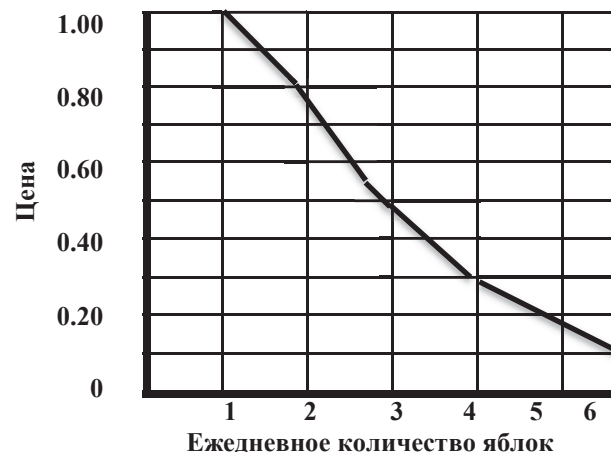
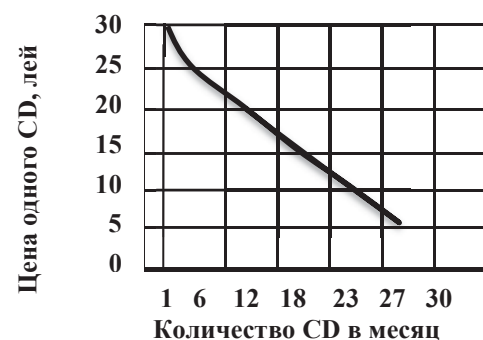
- Много заменителей.
- Высокие цены. Требуется большей доли бюджета.
- Требуется время для корректировок и планирования

Неэластичный спрос

- Мало заменителей.
- Низкие цены.
- Возможность немедленной покупки.

Товар или услуга	Какой спрос более эластичен?	Аргументируйте
а. 6 бутылок колы или велосипед с 10-ю скоростями		Требуется большего бюджета
б. Футболка с эмблемой школы или дневник ученика		
в. Медицинские услуги при серьезной травме (порезе) или медицинские услуги при простуде		
г. Пирог или установка кондиционера летом		
д. Кондиционер этим летом или кондиционер следующим летом		

2. Эластичность спроса на товар можно оценить, сравнив общий доход на разных уровнях цен.



Новости из экономики

Конкуренция на рынке мобильных услуг. Для стран с переходной экономикой характерна большая неопределенность в деловой среде, которая может привести к непредсказуемым последствиям. По этим причинам выход иностранных компаний на эти рынки предполагает принятие важных решений с целью определения периода входа, способа проникновения, степени диверсификации ассортимента, фактического выхода на рынок и т.д. Рынок мобильных услуг отличается высокой конкуренцией. На этом рынке доминируют Orange Moldova, Moldcell и Moldtelecom. Другим компаниям очень сложно выйти на этот рынок. Эти крупные компании устанавливают рыночные цены.

Конкуренция на рынке спортивной обуви. Несколько лет назад Reebok International Ltd. представила свою новую линейку спортивной обуви в Ассоциации производителей спортивных товаров. С рок-музыкой, ярким светом и видеопродукцией Reebok представила свою спортивную обувь с пластиковыми трубками на подошве, которые «включают энергию владельца», спортивную обувь, которую можно приспособить для поддержки лодыжек, и кроссовки с мягкой губчатой подкладкой.

Reebok вышла на рынок спортивной обуви в 80-х годах, быстро заявив о себе, она сегодня занимает 21,3% объема достижений на этом рынке и уступает только Nike. Остающийся рынок распределяют другие компании, такие как Adidas, Champion и другие. Nike очаровала своих потребителей, предоставив качественную спортивную обувь для таких видов спорта, как баскетбол, теннис и легкая атлетика. Тем не менее, компания продолжает рекламировать свою продукцию, используя различные методы, чтобы оставаться на первом месте среди ведущих конкурентов. Для этого Nike предлагает несколько аксессуаров.

Nike, Reebok и другие компании продают современную и удобную спортивную обувь тысячам молодых людей по всему миру, которые думают, что кроссовки и другие аксессуары заставляют их чувствовать себя модными.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ

1. Основываясь на приведенной выше информации, определите, какая форма конкуренции существует на рынке мобильных услуг?
2. а. Укажите, сколько операторов мобильной связи в вашем населенном пункте?
- б. Какова структура рынка услуг мобильной связи в вашем населенном пункте?

Опишите некоторые методы, используемые компаниями мобильной связи для конкуренции.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Анализ уровня конкуренции в разных отраслях
Степень концентрации

В таблице представлены приблизительные данные по некоторым отраслям международного рынка. Изучите показатели в таблице, чтобы ответить на вопросы ниже.

Экономическая отрасль	Количество компаний	Доля 4 крупнейших компаний	Значимая доля 50 компаний на рынке
Запчасти и аксессуары для автомобилей	1200	60	90
Компьютерные программы (ПО)	200	10	75
Печать / Ксерокс	10000	12	35
Деревянная мебель	3000	10	40
Виноделие	150	40	90
Легкая промышленность	5000	7	2

- Назовите две отрасли с наибольшей степенью концентрации?

- Как вы думаете, в этих двух отраслях доминируют несколько крупных компаний?

- Какие две отрасли имеют наименьшую степень концентрации?

- Почему в этих отраслях не доминируют несколько крупных фирм?

- Выразите отношение к утверждению: «Олигополю создает не столько количество компаний в определенной отрасли, сколько процент выручки от продаж, принадлежащий крупным компаниям»

а. Будет ли спрос на CD эластичным, если цена увеличится с 10 до 15 лей? Чтобы определиться, проделайте расчеты ниже.

10 лей P (цена) \times C (количество) = _____

15 лей P (цена) \times C (количество) = _____

Спрос является _____, потому что _____

б. Будет ли спрос Нику на яблоки эластичным, когда цена повысится с 30 банов до 50 банов?

30 банов P (цена) \times C (количество) = _____

50 банов P (цена) \times C (количество) = _____

Спрос является _____, потому что _____

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ - 5

I. В таблице представлены данные о цене и объеме спроса на товар

Цена у.е.	Объем спроса, ед.	Эластичность спроса по цене в дуге	Эластичность спроса по цене в точке	Выручка от продаж (TR=P*Q) у.е.
0	1000			
20	900			
40	800			
60	700			
80	600			
100	500			
120	400			
140	300			
160	200			
180	100			
200	0			

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

$E^P d = -(Q_1 - Q_0) / (P_1 - P_0) * (P_1 + P_0) / (Q_1 + Q_0)$ - эластичность спроса в зависимости от цены в дуге.

или $E^P d = -(Q_1 - Q_0) / (P_1 - P_0) * P_1 / Q_1$ - эластичность спроса в зависимости от цены в точке

- Определите цены, при которых спрос является эластичным, неэластичным и с единичной эластичностью.
- Рассчитайте доход продавцов и представьте его в таблице.
- Проанализировать график выручки в зависимости от цены.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ - 6

Изменение спроса.

Спрос на продукт зависит от нескольких факторов, которые сдвигают кривую спроса:

- | | |
|--------------------------------|----------------------------------------|
| а. доход потребителя; | г. цена сопутствующих товаров; |
| б. цена на товар - заменитель; | д. вкусы и предпочтения; |
| в. число покупателей; | е. прогнозы по динамике цен и доходов. |

Заполните таблицу ниже. Как изменится спрос на **товар** (столбец 2) под влиянием **события** (столбец 1)? В столбце 3 обозначьте смещение кривой, а в столбце 4 укажите причину изменения.

1. Событие	2. Продукт	3. Изменение спроса	4. Переменная
Выросла цена на масло	Маргарин		б. цена на товар - заменитель
Растет популярность овощных продуктов	Виноград		
Возросла плата за вход в Disney World	Гостиница рядом с Disney World		
Падает цена на колбасу	Горчица и кетчуп		
Заморозки уничтожают урожай яблок	Яблочный сок		
Кардинально увеличивается цена на бензин	Мотоциклы		
Потребительский доход снижается	Куриное мясо		

IV. Задача

Предприниматель знает, что цена за единицу производимых им товаров составляет 100 у.е. Постоянные затраты составляют 60 000 у.е., а переменные затраты на единицу продукции - 20 у.е.

Сколько должен производить и продавать этот предприниматель, чтобы:

1. получить общую прибыль в размере 80 000 у.е.
2. возместить понесенные затраты?

V. Комментарии и рассуждения

Если предельная (дополнительная) выгода от производства товара превышает предельные расходы, фирма может увеличить объем производства для увеличения прибыли.

ТЕМЫ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСКУССИЙ И РАССУЖДЕНИЙ

1. Какие решения могут быть реализованы экономическими агентами для снижения краткосрочных и долгосрочных расходов;
2. Как, по вашему мнению, что должна обеспечивать компания: максимальную прибыль или максимальное производство? Аргументируйте ответ.
 - а. Дайте определение понятиям «предельный доход» и «предельные затраты».
 - б. Почему прибыль максимальна в точке, где предельный доход равен предельным затратам?

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните понятия экономических категорий:

1. Затраты рассчитанные на единицу продукции _____
2. Разница между доходами компании от реализации товаров и затратами на производство _____

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

1. Увеличение объема производства приводит к увеличению общей фиксированной стоимости.
2. Разница между общими поступлениями и общими расходами составляет чистую прибыль.

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ.

1. Какие из следующих соотношений можно применить для определения общих затрат?
 - а. $TC = \Delta MC * \Delta Q$.
 - б. $TC = VC - FC + MC$.
 - в. $TC = VC + MC$.
 - г. $TC = (FC + VC) : Q$.
 - д. $TC = FC + AVC * Q$.
2. В рамках компании количество выпускаемой продукции составляет 50 единиц. Средняя переменная стоимость равна 20 у.е., а фиксированная средняя стоимость - 17 у.е.. Каков в данной ситуации размер общих переменных затрат на выпускаемую продукцию?
 - а. 20 у.е.;
 - б. 25 у.е.;
 - в. 250 у.е.;
 - г. 1 000 у.е.;
 - д. 1 250 у.е.

Новости из экономики

Новости - спрос на колбасу в стране

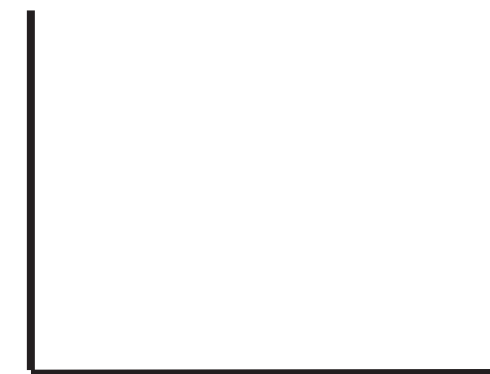
Недавнее исследование, опубликованное в BMC Medicine, проведенное в группе из 448 568 субъектов, имеющих колбасу в своем ежедневном рационе, показало, что у людей, которые ограничивали потребление колбасы до 20 граммов в день, было меньше проблем со здоровьем, чем у людей, потреблявших более 160 граммов в день - что эквивалентно двум сосискам и ломтику бекона.

Однако в 2017 году в стране повысились цены на мясо, мясные полуфабрикаты и консервы - на 8,1% (в том числе: свинину - на 17,1%, мясные продукты и полуфабрикаты - на 13,8%, мясо говядины - на 11,3%, субпродукты - на 9,0%, птицу - на 4,4%, рыбу и рыбные консервы - на 4,3%). При этом потребление колбасных изделий и мясных полуфабрикатов увеличилось на 12%. Хотя в конце 2018 года наблюдалось небольшое снижение потребления колбасных изделий по сравнению с тем же кварталом прошлого года.

Вопросы для проверки

1. Объясните, что произошло на рынке колбасных изделий: изменение объема спроса или изменение спроса.

2. Постройте график, чтобы проиллюстрировать обнаруженные изменения. Нет необходимости использовать конкретные цифры для запрашиваемой цены и количества. Правильно укажите оси координат для цены и количества, покажите изменение движением вдоль кривой или движением кривой.



Спрос и предложение

ПОВТОРЕНИЕ ОСНОВНЫХ ИДЕЙ

Общий спрос состоит из суммы (1) _____ спросов на продукт. График ниже показывает спрос на минеральную воду в городе X.



Убывающая кривая спроса демонстрирует (2) _____. При цене 2 лея за 1 литр минеральной воды потребители в городе X будут готовы покупать (3) _____ литров в день. По цене (4) _____ лей они купят 500000 литров в день.

Есть несколько причин, которые могут объяснить, почему изменение цен влияет на количество минеральной воды, необходимой жителям города X. Три из этих факторов: (5) _____, (6) _____ и (7) _____. Например, высокие цены заставляют людей сокращать потребление воды. В данном случае чай представляет собой (8) _____ минеральной воды. Летом смешивают минеральную воду и фруктовый сироп, это сочетание является примером (9) _____ продуктов.

Хотя закон спроса работает и в случае минеральной воды, влияние ценового фактора на объем спроса, вероятно, слабее, чем в случае безалкогольных напитков. В то время как спрос на безалкогольные напитки эластичен, спрос на воду, вероятно, будет (10) _____, что означает, что если компания, производящая минеральную воду в городе X, повысит цены, (11) _____ компании вырастет. Со временем люди приспособятся к новым ценам, и постепенно спрос на воду станет больше (12) _____.

Количество воды, потребляемой жителями города X, зависит, помимо цены, от других факторов. Основными факторами являются: (13) _____, (14) _____, (15) _____. Изменения в одном из этих факторов не отражают изменение требуемого количества, но вызывают изменение (16) _____. Это означает, что (17) _____ перемещается, поэтому потребители в городе X будут готовы закупать больше или меньше воды во всех возможных случаях (18) _____.

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР. В отведенном для этого месте напишите букву элемента, которая лучше всего завершает утверждение:

- ___1. Альтернативная стоимость нового кинотеатра включает:
- а. стоимость товаров, производство которых было принесено в пользу строительства кинотеатра;
 - б. расходы, связанные с оплатой труда наемного персонала;
 - в. налоги, которые будут уплачены с будущих доходов кинотеатра;
 - г. расходы, связанные с обустройством прилегающей территории.
- ___2. В компании средние переменные затраты составляют 20 у.е., а уровень производства, при котором прибыль нулевая - 50 шт. Если цена за единицу равна 40 у.е., то общая стоимость, средняя стоимость и общая прибыль составляют:
- а. 1250; 25; 0;
 - б. 3000; 60; 0;
 - в. 2000; 40; 0;
 - г. 2000; 80; 0;
 - д. 4000; 80; 0.
- ___3. Чтобы минимизировать общую стоимость производства, компания должна:
- а. закупать средства производства по той же цене;
 - б. обеспечить равенство постоянных и переменных затрат;
 - в. использовать равное количество средств производства;
 - г. ни один предыдущий ответ не является правильным..
- ___4. Постоянные затраты - это те, которые:
- а. не меняется со временем;
 - б. не меняется при изменении цен на закупаемые факторы производства;
 - в. не меняется, субсидируется из государственного бюджета;
 - г. не меняется при изменении произведенного количества товара.
- ___5. Переменные затраты - это те, которые:
- а. изменяется при изменении закупочных цен средств производства;
 - б. меняется со временем, от месяца к месяцу;
 - в. изменяется в том же направлении, что и объем производства;
 - г. на разных предприятиях разные.
- ___6. Средние затраты составляют:
- а. расходы на дополнительную единицу продукции;
 - б. затраты на единицу продукции;
 - в. средний размер расходов, понесенных компанией в течение года;
 - г. альтернативные расходы.
- ___7. Какие из следующих утверждений определяют предельную стоимость?
- а. увеличение производства на единицу затрат;
 - б. увеличение затрат, необходимых для увеличения производства на единицу;
 - в. увеличение производства, полученное за счет увеличения производственных средств на одну единицу;
 - г. количество средств производства, необходимое для получения товара или услуги.
- ___8. Затраты на закупку средств производства извне представляют собой:
- а. стоимость по умолчанию;
 - б. явную стоимость;
 - в. бухгалтерскую стоимость;
 - г. альтернативную стоимость.
- ___9. В зависимости от изменения объемов производства различают:
- а. постоянные затраты;
 - б. бухгалтерские затраты;
 - в. переменные затраты;
 - г. ни один из вариантов.
- ___10. Какие из следующих соотношений можно применить для определения средней общей стоимости?
- а. TC / Q ;
 - б. $AFC + AVC$;
 - в. а и б;
 - г. ни один из вариантов.

ПОВТОРЕНИЕ ОСНОВНЫХ ИДЕЙ

ИСТИННО ИЛИ ЛОЖНО: Внимательно прочтите каждое утверждение и определите, истинно оно или ложно. Если оно ложно, измените подчеркнутое слово или слова, чтобы сделать его истинным.

1. Стоимость производства отражает все постоянные затраты, необходимые для получения определенного объема производства.
2. Постоянные затраты - это затраты, понесенные на поддержание переменного фактора производства.
3. Переменная стоимость не зависит от уровня производства.
4. Средняя общая стоимость показывает увеличение общих затрат, необходимых для получения дополнительной единицы товара.
5. Предельные затраты представляют собой среднее значение общих затрат на единицу продукции.
6. Явные затраты отражают все затраты в значимой форме компании на получение определенного объема факторов производства извне.
7. Неявная стоимость раскрывает лучшую альтернативу для распределения заемных ресурсов, принесенных предпринимателем в пользу получения данной продукции.

СОСТАВЬТЕ ПАРУ. Установите соответствие между понятиями в столбце А и определениями в столбце Б

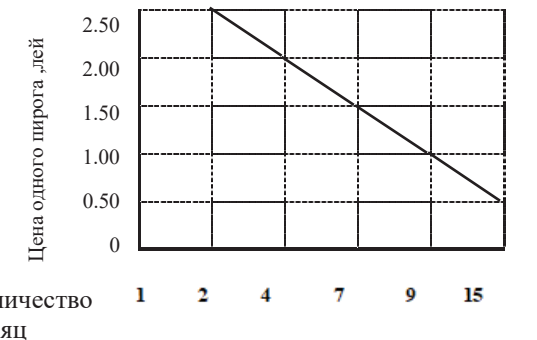
Столбец А	Столбец В
__ 1. Прибыль	а. Включает наилучшее распределение собственных ресурсов в пользу данного производства.
__ 2. Явная стоимость	б. Лучшая альтернатива, от которой мы отказываемся, делая выбор.
__ 3. Предельная стоимость	в. Все производственные затраты, которые изменяются с изменением объема производства.
__ 4. Неявная стоимость	г. Все расходы, которые не зависят от количества произведенных экономических товаров.
__ 5. Альтернативная стоимость	д. Дополнительные затраты, связанные с увеличением производства.
__ 6. Фиксированные расходы	е. Часть прибыли, остающаяся после уплаты налогов и сборов.
__ 7. Средние расходы	ж. Представляет собой совокупность расходов компании по производственным факторам, приобретенным за границей.
__ 8. Переменные расходы	з. Произведение цены товара и проданного количества;
__ 9. Чистая прибыль	и. Доходы предпринимателя после оплаты расходов.
__ 10. Общий доход	к. Стоимость единицы продукции.

СОСТАВЬТЕ ПАРУ. Установите соответствие между понятиями в столбце А и определениями в столбце Б

Столбец А	Столбец Б
__ 1. спрос	а. Объясняет, насколько изменяется объем спроса при изменении цены.
__ 2. покупательная способность	б. Товар, который можно использовать вместо другого.
__ 3. эластичность спроса в зависимости от цены	в. Люди покупают больше по низким ценам, и наоборот.
__ 4. спрос, абсолютно эластичный к цене	г. Разное количество, которое человек может приобрести по разным возможным ценам.
__ 5. изменение спроса	д. Незначительное изменение цены вызывает очень большое изменение объема спроса.
__ 6. закон спроса	е. Продукты, которые люди используют вместе, чтобы удовлетворить потребность.
__ 7. общий спрос	ж. Количество товаров, которое можно приобрести за определенную сумму денег.
__ 8. заменители	з. Под влиянием определенных факторов потребители будут готовы покупать меньшие или большие количества определенного товара по всем возможным ценам.
__ 9. сопутствующие товары	и. Сумма индивидуальных спросов на рынке продукта.
__ 10. общий доход	к. Цена продукта, умноженная на проданное количество.

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР. В отведенном для этого месте напишите букву элемента, которая лучше всего завершает утверждение:

1. Какое из следующих высказываний лучше всего объясняет, как экономисты рассматривают спрос на бензин?
 - а. Людям нужен бензин.
 - б. Нет заменителей бензина.
 - в. Оба варианта.
 - г. Ни один из вариантов.
- Вопросы 2-5 можно решить на основе следующего графика



2. Спрос Джику на яблочные пироги:
 - а. не зависит от цены;
 - б. 7 пирогов в месяц;
 - в. представлен кривой спроса;
 - г. 15 пирогов – максимальное количество, которое он готов купить.
3. Если цена на яблочные пироги вырастет с 0,50 до 1,50 лея
 - а. Джику будет покупать на 8 пирогов меньше в месяц;
 - б. кривая спроса сдвинется влево;
8. Если цена на минеральную воду вырастет:

- а. Спрос Джику на пироги эластичен;
 - б. ни одного из вариантов.
4. График показывает:
 - а. закон спроса;
 - б. изменение спроса;
 - в. повышение личной ценности;
 - г. все вышеперечисленные варианты.
 5. Спрос на товар эластичен, когда:
 - а. общий доход увеличивается с уменьшением цены;
 - б. общий доход уменьшается с уменьшением цены;
 - в. изменение цены не влияет на общий доход;
 - г. кривая спроса сдвинется вправо.
 6. На какой из следующих продуктов самый неэластичный спрос?
 - а. соль;
 - б. крендели;
 - в. компьютеры;
 - г. капуста.
 7. «Franzeluța» повысила цены на бублик Codru на 30 банов. В результате доходы увеличились на 1 000 леев в месяц. Спрос на этот товар:
 - а. эластичный;
 - б. неэластичный;
 - в. уменьшится;
 - г. вырастет.
- а. спрос на другие безалкогольные напитки сместится влево;

- б. спрос на минеральную воду сместится вправо;
- в. спрос на склады бутилированной минеральной воды сместится влево;
- г. спрос на школьные принадлежности сместится вправо.

___9. Масло и хлеб - сопутствующие товары. Что из перечисленного означает немедленное увеличение спроса на шоколадное масло?

- а. сокращение количества дошкольников и школьников;
- б. уменьшится потребление хлеба каждой семьей;
- в. потребление хлеба для каждой семьи увеличится;
- г. потребление мяса в каждой семье останется прежним.

___10. Общий закон спроса выражает:

- а. прямую зависимость между ценой и объемом спроса;
- б. обратную зависимость между ценой и объемом спроса;
- в. обратную зависимость между доходом и требуемым количеством;
- г. прямую зависимость между доходом и требуемым количеством.

___11. Коэффициент эластичности спроса в зависимости от цены равен 2, что означает следующее:

- а. если цена товара увеличится на 1%, объем спроса увеличится на 2%;
- б. если цена товара увеличится на 2%, объем спроса увеличится на 1%;
- в. если цена товара вырастет на 2%, объем спроса увеличится на 1%;
- г. если цена товара увеличится на 1%, объем спроса уменьшится на 2%.

ТЕМЫ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСКУССИЙ И РАССУЖДЕНИЙ

1. Цена на воду растет. Считаете ли вы, что в этих условиях потребление воды домохозяйствами значительно снизится? Аргументируйте.
2. Почему упали продажи больших автомобилей, когда в 1970 - начале 1980-х годов выросла цена на бензин? Почему в данном случае это изменение спроса, а не влияние цены?
3. Если бы у вас был киоск с мороженым на морском курорте, как бы вы применили концепцию эластичности спроса при принятии решений о повышении цен на ваши фирменные блюда (фруктовое мороженое, сироп, банановое мороженое).

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

„Deliciu” - интерпретация данных

Когда была основана компания „Deliciu”, ее владелец рассчитывал продавать около 1000 сладостей в день. Чтобы начать производство, он снял помещение и купил необходимое оборудование. Риск заключается в неуверенности, что люди захотят покупать эти продукты. Покупателям понравилась продукция „Deliciu”. Компания смогла даже увеличить ежедневное производство. Вначале увеличение объема производства не повлияло на предельную стоимость 0,50 лея за штуку. Предельная стоимость – это стоимость изготовления каждой дополнительной сладости.

Изначально увеличение объемов производства было возможно за счет увеличения часов работы техники в сутки и количества сотрудников. Однако это привело к дополнительным затратам на ремонт и к тому, что ограниченное количество машин больше не соответствовало количеству сотрудников, которое продолжало расти. В результате с увеличением производства стала расти и предельная стоимость сладостей. В приведенной ниже таблице показана оценка предельной стоимости параллельно с увеличением объема производства.

Предельная стоимость сладостей в компании Deliciu

Единиц в день	Предельная стоимость, лей
До 500	0,50
501-1000	0,60
1001-1500	0,75
1501-2000	0,80
2001-2500	1,00
2501-3000	1,00

Ответьте на вопросы :

1. Предположим, что цена сладости составит 0,60 лей. Сколько готова производить компания по такой цене? Почему?

2. Будет ли компания продавать больше сладостей каждый день, если цена за единицу увеличится с 0,60 до 0,80 лей? Почему?

3. Предположим, что цена сладостей будет меньше 0,40 лей, что будет в этом случае? Аргументируйте.

4. Показывают ли вопросы 1-3 влияние цены на предложение? Объясните эту зависимость?

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Как рассчитать затраты

1. Некоторая компания использует капитал в 300 миллионов лей, из которых 50% представляют собой постоянные расходы. Расходуется на заработную плату в размере 100 миллионов лей, получая годовой объем производства в 400 миллионов лей. Если фиксированные расходы амортизируются в течение 10 лет, определите годовую стоимость производства (ТС) и прибыль.

Решение:

$$TC = FC + VC$$

FC = _____

VC = _____

А-Годовая амортизация фиксированного капитала = $\frac{FC}{10 \text{ лет}}$ = _____

=> _____

ТС = _____

Прибыль = TR - TC => Прибыль = _____

2. Школьная фирма Beta для производства 100 единиц продукции понесла следующие расходы: сырье и материалы - 1200 лей; топливо и энергия для производства - 800 лей; освещение и отопление административного блока - 400 лей; арендная плата - 200 лей; амортизация основного капитала - 600 лей; заработная плата производственного персонала - 1500 лей; заработная плата административного персонала - 300 лей

- Определите:
1. Общие расходы Школьной фирмы.
 2. Среднюю общую стоимость.
 3. Фиксированные расходы и средние фиксированные расходы.
 4. Переменные расходы и средние переменные расходы.

Решение:

1. ТС = _____

2. $ATC = \frac{TC}{Q}$ => $ATC = \frac{\quad}{\quad} =$ _____

3. FC = _____

$AFC = \frac{FC}{Q}$ => $AFC = \frac{\quad}{\quad} =$ _____

4. VC = _____

$AVC = \frac{VC}{Q}$ => $AVC = \frac{\quad}{\quad} =$ _____

3. Заполните таблицу, если цена продукта составляет 20 лей

Q	FC	VC	ТС	ATC	AVC	AFC	MC	TR	Прибыль/Убыток
0	20		20						
1					10				
2		30							
3							12		
4				16					

Предложение

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ - 1

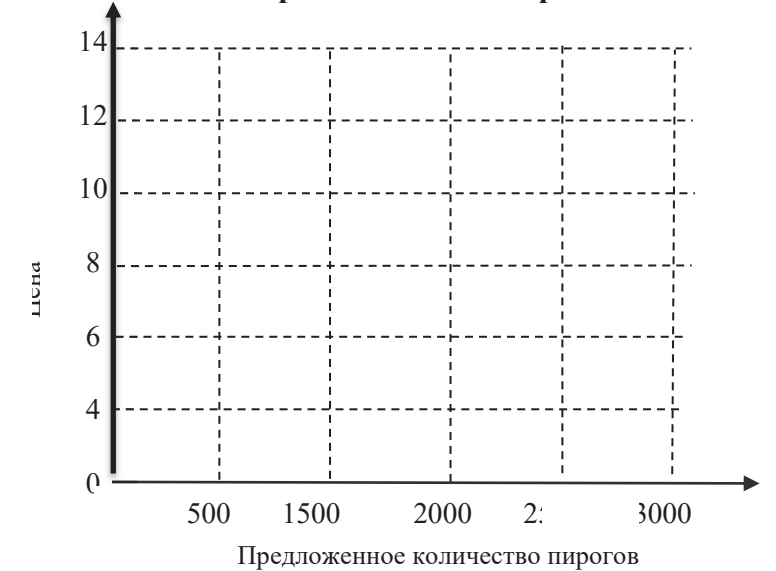
Построение кривой предложения.

Изучите таблицы и постройте кривые предложения.

Предложение по пирогам с яблоком

Предложенное количество (штук в день)	Цена, лей
500	6,00
1500	8,00
2000	10,00
2500	12,00
3000	14,00

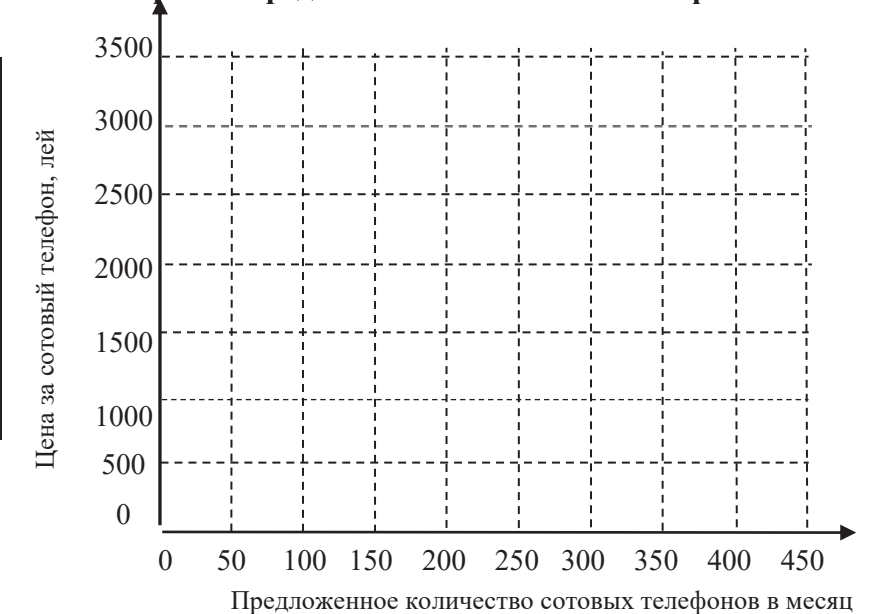
Кривая предложения по пирогам с яблоком



Предложение по сотовым телефонам

Предложенное количество в месяц	Цена за штуку, лей
1000	1000
2500	1500
3500	2000
4000	2500
4500	3000
5000	3500

Кривая предложения по сотовым телефонам



Вопросы для проверки:

1. Сколько пирогов предложат дистрибьюторы по цене 12 лей? _____
 2. Сколько пирогов предложат дистрибьюторы по цене 8 лей? _____
 3. По какой цене дистрибьюторы предложат на продажу 2500 сотовых телефонов? _____
 4. По какой цене дистрибьюторы выставят на продажу 5 000 мобильных телефонов? _____
 5. Сколько сотовых телефонов будет выставлено на продажу по цене 1000 лей? _____
 6. Сколько сотовых телефонов будет выставлено на продажу по цене 3500 лей? _____
 7. Как цена влияет на количество, предлагаемое дистрибьютором? _____
8. Рассчитайте общий доход (цена x количество) для следующих ситуаций:
- а. Если цена пирога составляет 10 лей за штуку _____
 - б. Если ежемесячно продается 1000 сотовых телефонов _____
 - в. Если стоимость мобильного телефона 2500 лей _____

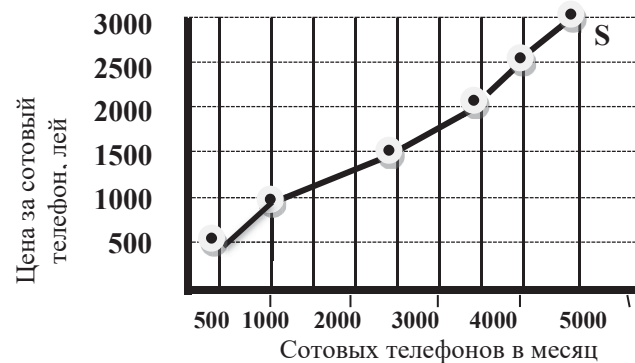
Спрос и предложение

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ - 2

Таблицы говорят. Интерпретация данных.

На графике ниже представлено ежемесячное предложение сотовых телефонов.

Кривая предложения по сотовым телефонам



1. Используя приведенный выше график, заполните первые два столбца следующей таблицы.

Цена / штука, лей	Сотовые телефоны / месяц Q ₁	Сотовые телефоны / месяц Q ₂
500	500	1500

2. Предположим, что по каждой цене предлагается еще 1000 сотовых телефонов. Заполните третий столбец таблицы и используйте полученные данные для построения новой кривой предложения.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Комментарий высказывания

1. „Каждый индивид (экономический агент) стремится использовать свой капитал так, чтобы его продукт имел наибольшую ценность. В общем, он не стремится продвигать общественные интересы и даже не знает, в какой степени продвигает их. Он имеет в виду только свою безопасность и свою выгоду.”

Адам Смит

Что имел в виду, отец экономики, Адам Смит в 1780 году?

2. Инициатива предпринимателя понести производственные издержки обусловлена желанием получить прибыль.
 - а. Сколько должен производить предприниматель, чтобы получить максимальную прибыль?

- б. Как можно добиться экономии за счет масштабов производства?

3. Дайте ответ и аргументируйте «если» и «почему» производительность и затраты являются показателями экономической эффективности.

4. Какова взаимосвязь между производительностью и затратами, а также последствия этой взаимосвязи для поведения экономического агента-производителя?

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Определите фиксированные и переменные расходы, с которыми вы можете сталкиваться ежедневно, обведя предложенные варианты из таблицы.

Фиксированные расходы		Переменные расходы	
Транспорт	Стоимость обучения	Транспорт	Стоимость обучения
Развлечения	Подарки	Развлечения	Подарки
Питание	Косметика	Питание	Косметика
Одежда	Пожертвования	Одежда	Пожертвования
Химчистка	Ремонт обуви	Химчистка	Ремонт обуви
Обед в городе	Сладости	Обед в городе	Сладости
Аренда	Налог на недвижимость	Аренда	Налог на недвижимость
Коммунальные услуги	Школьные принадлежности	Коммунальные услуги	Школьные принадлежности
Кредит на учебу	Театр, кино, концерты	Кредит на учебу	Театр, кино, концерты
Ремонт мобильных телефонов	Отдых и досуг	Ремонт мобильных телефонов	Отдых и досуг
Долги	Топливо	Долги	Топливо
Косметические услуги	Медицинские услуги	Косметические услуги	Медицинские услуги
Спортивный абонемент	Страхование недвижимости	Спортивный абонемент	Страхование недвижимости
Онлайн-платежи	Принадлежности	Онлайн-платежи	Принадлежности
Школьные учебники	Периодические издания	Школьные учебники	Периодические издания

Вопросы для проверки:

1. Случалось ли так, что ваши коллеги тратили столько же на другие виды расходов? Как вы думаете, почему это происходит? Аргументируйте ответ.

2. Какие расходы составляют большую часть? Как думаете, от чего зависят эти расходы?

а. Предположим, что сотовые телефоны стоят 2500 лей. Сколько сотовых телефонов было предложено по этой цене до изменения кривой предложения?

б. Предположим, что стоимость сотовых телефонов упала до 2000 лей за штуку. Сколько сотовых телефонов было предложено по этой цене после изменения кривой предложения?

в. При более низкой цене производится и продается больше сотовых телефонов. Означает ли это, что закон предложения не распространяется на сотовые телефоны? Аргументируйте.

3. Кратко опишите 2 фактора, которые могут вызвать увеличение предложения.

Новости из экономики

Когда располагаем ресурсами

Какие события вам кажутся естественными? Одно из них - природный газ. Когда вы включаете плиту, вы ожидаете, что сможете использовать газ для приготовления пищи. Нам это кажется естественным, но для того, чтобы у нас был газ, нужно чтобы работало много людей и предприятий. Эти люди постоянно ищут менее дорогие методы добычи и распределения природного газа. Энергетические компании используют звуковые волны для изучения внутренней структуры земли, для проецирования трехмерных изображений структуры земной коры. Эти данные дает им больше информации о методах и местах, где следует добывать природный газ, увеличивая шансы и сокращая затраты.

Ответьте на следующие вопросы:

1. Иллюстрирует ли в данной статье возможное изменение предлагаемого количества или изменение поставок природного газа? Аргументируйте.

2. Аргументируйте посредством графика ответ.



3. Компании, занимающиеся добычей природного газа, могут увеличивать объем добываемых запасов природного газа, чтобы увеличить свою прибыль по текущим ценам и с помощью существующих технологий. Означает ли увеличение этих запасов, что природный газ больше не является ограниченным ресурсом? Аргументируйте.

Новости из экономики

Предложение печенья

В конце 1980-х годов, после того как Анна Бейлер в течение 20 лет заботилась о своей семье, она основала компанию по производству соленого печенья, отметив, что оно пользуется большим спросом на рынке. Она взяла деньги в кредит у своего отца и открыла первый Магазин Печенья. Однако успех пришел не сразу. Она продолжала совершенствовать свой рецепт, пока не получила печенье, которое требовали потребители. Ее бизнес стал настолько известным, что Анна начала продавать лицензию на франшизу другим людям. Вскоре магазины «Тети Анны» распространились по всей стране. В 1995 году бизнес Анны был внесен журналом Inc. в список 500 самых успешных малых предприятий США.

Вопросы для проверки :

1. Что иллюстрирует статья выше: движение вдоль кривой или изменение кривой предложения.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Как принимаются бизнес-решения? - Применение закона убывающей доходности.
Представьте, что вы президент компании, которая производит SIGUR-PAC, который представляет собой комбинацию набора для аварийного ремонта и аптечки первой помощи, которую можно возить в автомобиле.

1. Компания может производить максимум 100 штук SIGUR-PAC в неделю. В каком количестве предприятие должно их производить, чтобы оптимизировать свою деятельность?

а. Заполните таблицу.

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			
8	35	50	100			
7	50	50	160			
6	70	50	210			
5	90	51	250			
4	100	50	300			

б. На каком уровне производства чистая прибыль максимальна?

в. Что могло заставить производить продукцию выше этого уровня?

г. Как бы повлияло изменение производительности на данные в таблице?

д. Это предприятие может добиться экономии за счет объема производства?

IV. Задача

В компании 50 сотрудников. Ежемесячно производится 1000 единиц товара. При найме еще 4 сотрудников, компании удалось добиться производства 1200 единиц товара. Какая в этом случае средняя и предельная производительность труда?

Решение:

V. Комментарии и рассуждения

Закон непропорциональной производительности гласит: по мере увеличения переменного фактора его производительность сначала увеличивается, а затем уменьшается в условиях неизменного характера остальных факторов производства. Как этот закон может повлиять на троллейбусный парк.

2. Как демонстрирует приведенный выше случай влияние экономических стимулов на развитие предпринимательства?

4. Служит ли история Анны Бейлер примером того, как влияют экономические стимулы на предложение? Аргументируйте.

5. Помимо выпуска новых продуктов, как еще предприниматели влияют на предложение определенных товаров.

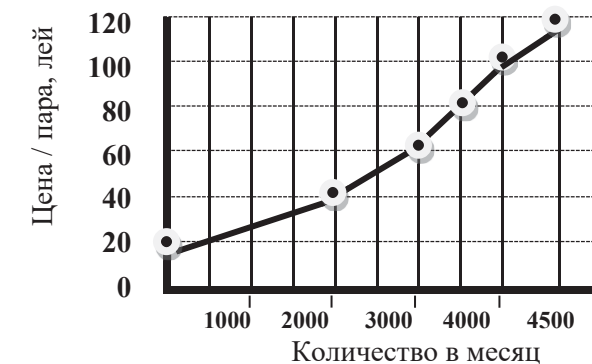
5. Какие местные франшизы вы знаете?

ПОВТОРЕНИЕ ОСНОВНЫХ ИДЕЙ

Предложение представляет собой количество товаров, которое производитель готов (1) _____ по различным возможным ценам. По более высоким ценам производители обычно предлагают (2) _____, чем по более низким ценам. Взаимосвязь между ценой и количеством произведенного товара определяется законом (3) _____, что подтверждается тем фактом, что предельные издержки производителя обычно увеличиваются по мере увеличения произведенного количества товара.

Сумма индивидуальных предложений производителей составляет (4) _____. В таблице ниже показано общее предложение кроссовок в воображаемом городе Спортсбург.

Общее предложение кроссовок в г. Спортсбург



По цене 60 лей за пару производители готовы продавать (5) _____ пар в месяц. По цене (6) _____ они будут продавать 4500 пар в месяц, а по цене 20 лей они не захотят

продавать ни одну пару кроссовок. Это происходит потому, что цена в 20 лей их не покрывает (7) _____ производства кроссовок.

Хотя закон предложения применяется ко всем товарам, колебания цен слабее влияют на одни товары и сильнее на другие. Чтобы измерить влияние цены на предложение, экономисты используют понятие, известное как (8) _____ предложения. Когда производители могут легко и в короткие сроки изменить количество ресурсов и, соответственно, количество товаров, предлагаемых на рынке при изменении цены, предложение обычно называют (9) _____. И наоборот, когда изменение количества используемых ресурсов является дорогостоящим и требует много времени, предложение называют (10) _____.

Движение вдоль (11) _____ описывает влияние цены на предлагаемое количество товара. Сдвиг кривой предложения возможен только в том случае, если производители изменяют количество, предлагаемое на каждом уровне цен. Одним из факторов, который может изменить предложение, является изменение предельных затрат на производство товара или услуги. Если, например, предельные затраты уменьшатся, кривая предложения сместится к (12) _____.

Предложение также меняется при изменении количества производителей или продавцов. Если количество продавцов уменьшится, кривая предложения сместится к (13) _____. Еще одним фактором, который может вызвать изменение предложения, является изменение (14) _____ для производителей в отношении производственных затрат и динамики цен.

СОСТАВЬТЕ ПАРУ.

Установите соответствие между понятиями в столбце А и определениями в столбце Б.

Столбец А	Столбец В
___ 1. Субсидии	а. Существует, когда небольшое изменение цены вызывает изменение предложения.
___ 2. Предложение	б. Лучшая альтернатива, от которой отказываются деловые люди, когда они производят определенные товары и услуги, запрашиваемые потребителями.
___ 3. Эластичное предложение	в. Суммы денег, которыми государство помогает некоторым производителям.
___ 4. Общее предложение	г. Люди покупают больше этого продукта, когда его цена растет.
___ 5. Уменьшение предложения	д. Различное количество товаров, которые производитель готов продать по всем возможным ценам.
___ 6. Закон предложения	е. Производители продают больше по высоким ценам, чем по низким.
___ 7. Повышение эффективности	ж. Вызывает смещение кривой предложения.
___ 8. Налоги	з. Бывает, когда влияние цены на количество предлагаемого товара незначительно.
___ 9. Неэластичное предложение	и. Производители будут предлагать меньше определенного продукта по всем возможным ценам.
___ 10. Цена	к. Сумма индивидуальных предложений производителей на рынке

ТЕМЫ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСКУССИЙ И РАССУЖДЕНИЙ

1. В настоящее время в Японии рабочие, занятые в машиностроении, производят за восемь часов столько же, сколько производили рабочие в 1950 году за 24 часа. Перечислите три причины, которые привели к росту производительности в период с 1950 года по настоящее время.
2. Представьте, что вы управляете транспортной компанией в вашем районе. Какие меры по повышению качества вы предпримете?

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните понятия экономических категорий:

1. Процесс превращения факторов производства в экономические блага _____
2. Увеличение производства за счет использования дополнительной единицы переменного фактора производства _____

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

1. Если предельный продукт становится отрицательным, общий объем производства увеличивается.
2. Предельная производительность выражает эффективное использование факторов производства.

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ.

1. Закон непропорциональной доходности гласит:

- а. в производственном процессе все факторы производства используются, по мере снижения их производительности;
- б. по мере увеличения переменного фактора, его производительность сначала увеличивается, а затем снижается в условиях неизменного характера остальных факторов производства;
- в. предельная производительность переменного фактора производства увеличивается, а общий объем производства - уменьшается;
- г. общая полезность потребляемых товаров увеличивается до максимального значения, после чего уменьшается.

2. Какое из следующих утверждений об общем (Q), среднем (AP) и предельном (MP) продукте переменного фактора производства является правильным?

- а. AP увеличивается с увеличением MP.
- б. AP достигает максимального уровня раньше Q.
- в. Q имеет максимальное значение, когда $MP = 0$.
- г. $MP = AP$, когда AP имеет максимальное значение.

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР. В отведенном для этого месте напишите букву элемента, которая лучше всего завершает утверждение:

- ___1. Производительность это:
- результат индивидуальных усилий работников предприятия;
 - показатель, показывающий, насколько эффективно используются ресурсы при производстве товаров и услуг;
 - измеряется Правительством на основе конечного промышленного и непромышленного производства;
 - косвенно связана с производственной и маркетинговой деятельностью компании.
- ___2. Какая стратегия повысит производительность на предприятии, которое работает почти на полную мощность:
- использование большего количества машин и более совершенных машин;
 - наем новых рабочих;
 - поддержание низкого уровня производства;
 - производство выше точки снижения доходности.
- ___3. Предельная производительность труда свидетельствует о:
- среднем росте производства, вызванном увеличением природного фактора;
 - увеличении производства за счет увеличения натурального фактора на одну единицу;
 - среднем росте производства, вызванном увеличением фактора труда;
 - увеличении производства за счет увеличения фактора труда на одну единицу.
- ___4. Повышение производительности и качества в рыночной экономике обеспечивается:
- создание запасов промежуточных продуктов и материалов во избежание их исчерпания в производственном процессе;
 - тщательная проверка каждого продукта в конце конвейера;
 - требование к сотрудникам работать больше;
 - увеличение инвестиций в человеческий капитал предприятия.

___5. Оптимальный способ увеличения общего производства товаров и услуг в рыночной экономике:

- увеличение рабочей нагрузки;
 - увеличение рабочего графика;
 - Повысить продуктивность;
 - ужесточение правительственных постановлений.
- ___6. Какое утверждение характеризует Общее управление качеством?
- хорошо обученные инспекторы выявляют проблемы в производственном процессе;
 - использует принцип производства без запасов;
 - реализуется только в автомобильной промышленности;
 - использует принцип «качественная продукция впервые».
- ___7. Предельная продуктивность земель указывает на:
- средний рост производства, вызванный увеличением природного фактора;
 - увеличение производства за счет увеличения натурального фактора на одну единицу;
 - средний рост производства, вызванный увеличением фактора труда;
 - увеличение производства за счет увеличения фактора труда на одну единицу.
- ___8. Физическая продуктивность выражается в:
- единицы стоимости;
 - физические единицы;
 - денежные единицы;
 - нет.
- ___9. Производительность можно определить по:
- плодовитость;
 - Урожайность;
 - эффективность;
 - все вышеперечисленное.
- ___10. Сочетание факторов производства предполагает:
- объединение двух или более факторов производства;
 - объединение двух или более стран;
 - нет;
 - а и б.

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР. В отведенном для этого месте напишите букву элемента, которая лучше всего завершает утверждение:

- ___1. Основанием для формирования предложения на рынке являются:
- Покупатели.
 - Ресурсы.
 - Факторы производства.
 - б и в;
- ___2. Если снижение цены на 5% приводит к уменьшению предложения на 8%, то предложение будет:
- неэластичным;
 - абсолютно эластичным;
 - эластичным;
 - совершенно неэластичным.
- ___3. Появление новых компаний в отрасли графически отразится на:
- Перемещении кривой предложения влево.
 - Перемещении кривой предложения вправо.
 - Смещении кривой предложения вниз.
 - Смещении кривой предложения вверх.

Вопросы 4-6 основаны на следующей таблице, в которой предполагается, что на рынке мороженого работают 3 компании.

Ежедневное предложение мороженого, тыс.кг				
Цена kg	Предприя- -тие А	Предприя- -тие В	Предприя- -тие С	Общее пред- ложе-ние
6	10	6	8	24
5	9	5	6	20
4	7	4	5	--
3	5	3	4	12
2	2	2	1	5
1	1	1	1	3

___4. В последнем столбце отсутствует общее предложение на рынке по цене 4 лея. Отсутствующая цифра:

- 19;
- 15;
- 10;
- Ни одна из них.

- ___5. Предложение мороженого предприятия А:
- Это 10 тысяч кг в сутки.
 - Это все цифры в столбце предприятия А.
 - Это зависит от цены, которую компания получает за свое мороженое.
 - Невозможно определить по информации в таблице.

- ___6. Предположим, стоимость молока и других ингредиентов резко возрастает. В следствии:
- Каждое предприятие будет предлагать меньшее количество на каждом уровне цен, и общее предложение сдвинется влево.
 - Каждое предприятие будет предлагать большее количество по каждой цене, и рыночное предложение сместится вправо.
 - Каждое предприятие будет продавать больше, чтобы поддерживать свою прибыль.
 - Общее предложение останется неизменным.

- ___7. Если цена на говядину повысится и достигнет максимального уровня, со временем предложение на говядину:
- Станет более неэластичным, потому что производители привыкнут к высоким ценам.
 - Кривая сместится влево.
 - Станет более устойчивым, поскольку фермерам удастся со временем привлечь новые ресурсы в животноводство.
 - Останется без изменений.

___8. Какой из следующих факторов сдвинет кривую предложения услуг по мойке автомобилей влево?

- а. Компании запускают более эффективные моечные и сушильные машины.
- б. Сотрудникам удастся мыть несколько машин в час.
- в. Снижается цена на воду.
- г. Увеличивается число предприятий, предлагающих такие услуги.

___9. Кривая предложения показывает, что в рыночной экономике потребители получают больше, когда:

- а. Они платят низкие цены до тех пор, пока производители не предложат им больше товаров, чем им нужно.
- б. Правительство требует, чтобы предприятия производили как можно больше.
- в. Я убеждаю компании увеличивать производство.
- г. Они могут платить больше за предлагаемые товары.

___10. Если стихийные бедствия уничтожили большую часть урожая тыквы:

- а. Согласно закону предложения, сельское хозяйство будет предлагать меньше тыкв по более низким ценам.
- б. Согласно закону предложения сельское хозяйство будет предлагать меньше тыкв на всех уровнях цен.
- с. Все вышеперечисленное.
- г. Ничего из вышеперечисленного.

___11. Какие из следующих факторов не влияют на индивидуальное предложение?

- а. цена факторов производства;
- б. уровень технологии изготовления;
- в. количество продавцов на рынке;
- г. уровень налогов и сборов, уплачиваемых продавцами.

ТЕМЫ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСКУССИЙ И РАССУЖДЕНИЙ

1. Повышение цены на фруктовый йогурт увеличивает объем производства, но не увеличивает предложение. Объясните, возможно ли это.
2. Румыния является четвертым по величине производителем зерновых в Европе. В 1998 году румынские фермеры увеличили посевные площади зерновых и получили большой урожай. Одна из причин - цены на крупы, которые за последние годы выросли примерно на 40%. Почему производство увеличивается при повышении цены?
3. Цены на природный газ упали по сравнению с 1980-ми годами, но производители продают все больше и больше газа. Противоречит ли это закону предложения? Аргументируйте.
4. Во время экономического кризиса доходы падают, а количество рабочих мест сокращается. Однако статистика показывает рост количества людей, получающих высшее образование. Почему увеличивается количество

Производительность и экономическая эффективность ПОВТОРЕНИЕ ОСНОВНЫХ ИДЕЙ

Производственный процесс - это человеческая деятельность по преобразованию (1) _____ в экономические товары и услуги. Использование факторов производства осуществляется в соответствии с определенными процессами, называемыми (2) _____. Как технико-экономическая операция, сочетание факторов производства достигается сочетанием двух и более факторов производства, при этом всегда присутствует фактор (3) _____. Комбинация факторов производства осуществляется рационально для повышения производительности. Производительность можно рассчитать как (4) _____ величину или как (5) _____ величину.

Чиприан Чобану, исполнительный директор MicroConductor S. знает, что методы управления могут увеличивать (6) _____. Основные принципы Всеобщего управления качеством: (7) _____; (8) _____; (9) _____. Другие идеи для увеличения производительности: (10) _____; (11) _____; (12) _____; (13) _____.

СОСТАВЬТЕ ПАРУ. Установите соответствие между понятиями в столбце А и определениями в столбце Б.

Столбец А	Столбец Б
___1. Производительность	а. Способ использования и выбора факторов производства.
___2. Запасы	б. Поощрение преданности компании и ее целям.
___3. Закон убывающей доходности	в. Эффективность использования последней единицы дополнительного фактора производства.
___4. Ценностная производительность	г. Когда производство выражается в денежных единицах.
___5. Технологии	д. Сохраняемые запасы сырья или продукции.
___6. Предельная производительность	е. По мере того, как к определенному количеству постоянных ресурсов добавляется все больше и больше переменных ресурсов, в конечном итоге дополнительный объем производства уменьшается.
___7. Физическая производительность	ж. Когда производство выражается в физических единицах.
___8. Создание общего видения	з. Эффективность использования факторов производства.
___9. Производственный процесс	и. Объединение двух или более факторов производства.
___10. Сочетание факторов производства	к. Человеческая деятельность по преобразованию факторов производства в экономические товары и услуги.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ

Развитие производительности.

В таблице ниже представлены данные об изменении общего, среднего и предельного продукта.

Заполните таблицу:

Количество работников (L)	Общий продукт (TP _L =Q _L)	Средний продукт (AP _L)	Предельный продукт (MP _L)
1		6	
2			12
3	33		
4			7
5		9	
6	48		
7		7	
8			-9

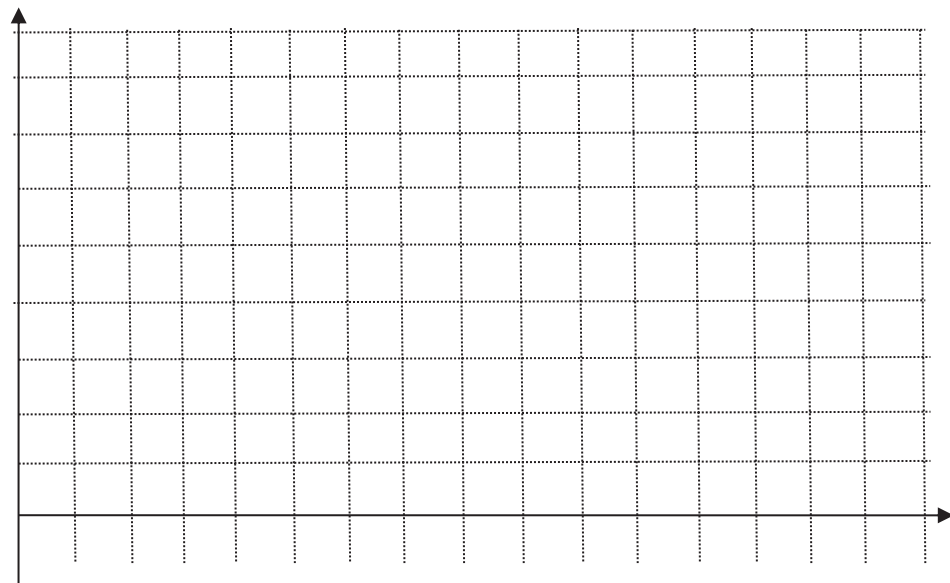
1. Рассчитайте значения недостающих показателей и заполните таблицу. Приведите пример ниже.

$$TP_{L1} = Q_{L1} =$$

$$AP_{L1} = \frac{Q}{L} =$$

$$MP_{L1} = \frac{\Delta Q}{\Delta L} =$$

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



3. Объясните, какую экономическую закономерность и какой принцип максимизации отражают данные в таблице?

студентов? Что происходит с альтернативной стоимостью высшего образования во время кризиса?

5. Бразилия и Колумбия - крупнейшие поставщики кофейных зерен в мире. В 1994 году сильные морозы уничтожили многие плантации и снизили возможность выращивания зёрен на несколько лет вперёд. В конце 1995 года сильные дожди в Колумбии частично уничтожили урожай зёрен в последующем году. Вскоре после этого поставщики отказались выставлять на рынок свои запасы кофейных зерен. «Зачем им продавать сегодня, если завтра они могут заработать больше?» - спросил аналитик. Изменили ли стихийные бедствия в Бразилии и Колумбии предложение кофе в мире? Постройте график спроса и предложения на кофейные зерна.
6. Предположим, вы продаете телевизоры. Объясните, как концепция снижения предельной полезности влияет на условия, при которых вы будете продавать все больше и больше телевизоров.

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните понятия экономических категорий:

- Товары, которые при повышении цены на одни из них приводит к снижению спроса на другой _____
- Означает изменение под влиянием цены, при прочих равных условиях, количества товара, которое покупатели хотят и имеют возможность закупить на рынке _____

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

- Кривая предложения обозначает максимальные цены, по которым производители готовы производить и поставлять товар на рынок.
- Коэффициент эластичности спроса по цене выражает относительное изменение цены товара в связи с изменением запрашиваемого количества.

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ.

- На спрос на товар не влияют:
 - доходы потребителей;
 - цены на взаимозаменяемые товары;
 - цены на экономические ресурсы;
 - количество покупателей.
- Какие из следующих факторов повлияют на предложение товара?
 - рост цен на энергоресурсы;
 - количество конкурирующих производителей на рынке;
 - размер субсидий;
 - все варианты ответов верны.

IV. Задача

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

Определите:

1. Эластичность предложения по цене при 10 у.е.
2. Тип эластичности предложения по цене и его экономический смысл.
3. Как изменится предложение компании, если цена вырастет на 10%?

Решение:

V. Комментарии и рассуждения

Какова эластичность спроса и предложения на образование в национальной экономике.

Новости из экономики

Инфраструктура и производительность

Вопрос: Что общего у этих газетных заголовков?

- На государственной трассе обрушился мост - погибли 10 водителей.
- Телефонная компания ищет причины перебоев в работе сети; закрываются основные аэропорты.
- Пассажиры и водители на автомагистралях стоят в пробках как никогда.
- Наводнения: тонны воды затопили улицу Стежарилор. Это пятисотое наводнение за год

Ответ: Каждый заголовок раскрывает проблему инфраструктуры.

Инфраструктура страны включает: автомагистрали, аэропорты и общественный транспорт; электростанции, водопроводы и канализацию; школы, больницы, полицию и пожарных. В большинстве случаев инфраструктура обеспечивается или финансируется государственными органами.

Почему важна инфраструктура?

Случалось ли когда-нибудь отключение вашего дома от электросети, ломалась телефонная связь или прекращалось водоснабжение, которое длилось более суток? В этом случае вы кое-что знаете о

том, какой была бы жизнь без этих элементов инфраструктуры.

Инвестиции в инфраструктуру повышают производительность и прибыль, поскольку они создают условия, которые компании, взятые по отдельности, не могут обеспечить. Например:

- Качественные автомагистрали сокращают время и затраты на транспортировку.
- Более мощные электростанции снижают стоимость энергии
- Меры по предотвращению наводнений сокращают потери сельскохозяйственного производства.
- Общественный транспорт обеспечивает быстрое перемещение сотрудников к месту работы.

Другими словами, здоровая инфраструктура увеличивает производительность, создавая предпосылки для того, чтобы компании могли получать больше при меньших затратах. Но если инфраструктура ухудшается, страдает экономика. Когда состояние дорог ухудшается, увеличивается износ грузовиков, и водители теряют больше времени в движении. Когда общественный транспорт изношен, люди опаздывают на работу.

ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ

1. Дайте определение инфраструктуре и выделите три примера инфраструктуры в вашем районе.

2. Исходя из вышеизложенного, какова взаимосвязь между повышением производительности национальной экономики и инфраструктурой страны?

3. Как влияет на производительность предприятий отсутствие инфраструктуры?

4. В вашем населенном пункте случались отключения электричества? Каковы последствия отключений?

Вопросы для проверки

1. Вспомните, какую последнюю крупную покупку сделали вы или члены вашей семьи. Насколько «параметры качества» повлияли на ваше решение о покупке? Какие параметры были самыми важными?

2. Качество - это не только забота производственного сектора. Как оказываемые услуги влияют на понятие качества?

3. Посмотрите качественные телевизионные ролики. Какие особенности обычно выделяются? Достоверны ли рекламные ролики?

4. Опишите элементы управления, использованные в примерах из новостей из экономики о повышении производительности. Какова роль менеджмента в повышении производительности?

5. Представьте, что вы управляете транспортной компанией в вашем районе. Какие меры по повышению качества вы предпримете?

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ -1

Графическое представление экономических результатов.

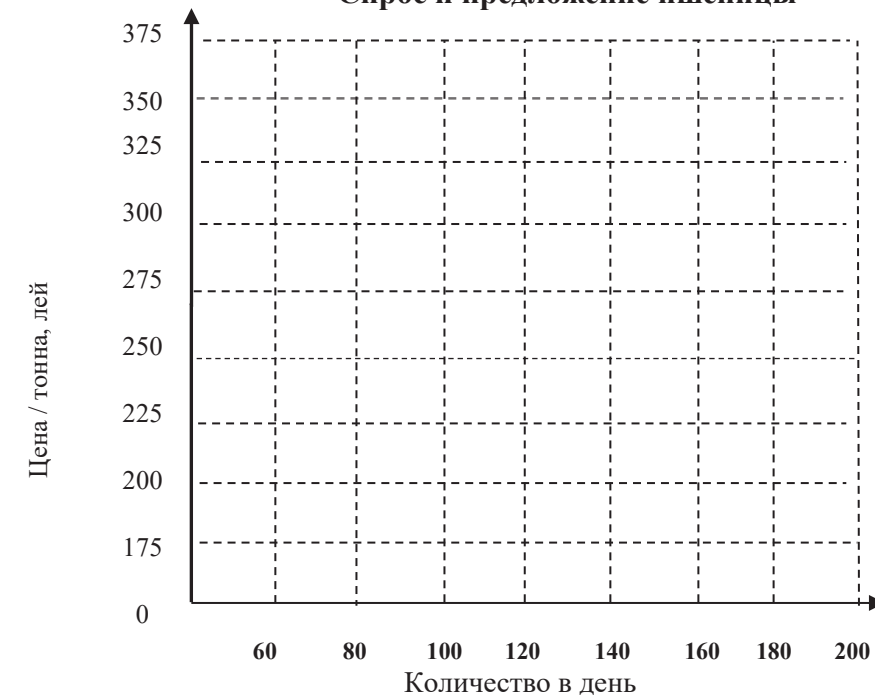
В следующей таблице показаны спрос и предложение пшеницы на 1 апреля 20XX года.

Спрос и предложение пшеницы

Цена за тонну, лей	Запрошенное количество, тыс. тонн	Предложенное количество, тыс. тонн
350	80	200
325	100	180
300	120	160
275	140	140
250	160	120
225	180	100
200	200	60

Представьте на графике данные столбцов 1 и 2 таблицы, соедините точки, чтобы получить кривую спроса на пшеницу – “D”. Таким же образом, используя столбцы 1 и 3, нарисуйте кривую предложения – “S”.

Спрос и предложение пшеницы



1. Какова равновесная цена на рынке пшеницы согласно нарисованному вами графику?

2. Предположим, что цена на пшеницу составляет 325 лей за тонну. Есть ли дефицит или избыток пшеницы по этой цене и в каком количестве?

3. А, при цене 225 лей за тонну существует ли дефицит или избыток пшеницы и насколько он велик?

4. При цене выше, чем равновесная цена на рынке пшеницы, создается излишек. Означает ли это, что пшеница больше не является ограниченным товаром? Объясните.

Новости из экономики

Платные шоссе. В декабре 1995 года в Калифорнии была открыта первая полностью автоматизированная платная автострада с электронным управлением и взиманием платы. Автомобилисты устанавливают на свою приборную панель небольшое автоматическое приемно-передающее устройство, которое через специальные антенны «общается» с центральным компьютером. На основе записанных данных компьютер дебетует предоплаченный счет клиента. Шоссе находится в ведении компании под названием California Private Transportation Company. Получив 35-летнюю аренду от государства, компания потратила 126 миллионов долларов на строительство полос движения. Специальная служба буксировки удаляет по маршруту автомобили, которые мешают движению, или те, которые пострадали от столкновений. За движением следят более 30 видеокамер.

Конкуренты совсем близко - рядом с новым шоссе проходит одна из так называемых автострад Калифорнии. В часы пик пробки настолько велики, что некоторые люди просыпаются в 4.30 утра, чтобы не попасть в пробку. Те, кто страдают в ежедневных пробках на дороге, проводят в дороге гораздо больше времени. Кроме того, тихходные автомобили потребляют меньше топлива и меньше загрязняют воздух.

В часы пик плата за проезд на новом шоссе выше, чем в другое время дня и ночи. Однако многие автомобилисты считают, что новая платная трасса – это отличная идея: «Эта трасса позволит мне провести дополнительный час с семьей». Мотоциклист объясняет, что новая трасса безопаснее. Конечно, есть голоса и против новой трассы: «Я плачу налоги и сборы, которые должны покрывать такие расходы»

Вопросы для проверки:

- 1 В часы пик необходимо оптимизировать пространство на дорогах. Зачем это нужно?

- 2 Как правило, мы платим различные налоги и сборы за строительство и содержание дорог. Однако, когда мы используем определенную дорогу в определенное время суток, мы ничего не платим за эту привилегию, кроме ситуации с платной автомагистралью. Какие альтернативные издержки несут люди, путешествуя по перегруженным шоссе?

- 3 Те, кто использует новую платную автомагистраль в Калифорнии, несут расходы в размере уплаченного сбора. Несмотря на эту стоимость, они могут понести более низкие альтернативные издержки при использовании новой дороги. Как это возможно?

- 4 За проезд по платной дороге взимается плата за проезд. Используйте свои знания о равновесных рыночных ценах, чтобы объяснить эту ценовую политику.

Производительность и экономическая эффективность

Новости из экономики

Производите качественную продукцию сразу

В последние годы производственные компании по всему миру осознали, что один из лучших способов улучшить качество продукции и снизить производственные затраты - это «сделать все правильно с первого раза». Японцы одними из первых реализовали этот принцип.

В 1980 году Hewlett-Packard протестировала 300 000 компьютерных микросхем от шести производителей, трех из Японии и трех из США. Уровень отказов был равен нулю на тысячу у японцев и от 11 до 19 на тысячу у американских. После 1000 часов использования частота отказов составила 2 на тысячу для японских чипов и 27 на тысячу для американских. Ориентация на качество помогла японцам утвердиться на рынке компьютерных микросхем, а также в других отраслях.

Японский опыт показал, что стратегии управления могут способствовать повышению качества и производительности. Специалисты выделяют восемь параметров качества продукта: производительность; тишина машины; влагостойкость; четкость изображения, звука и цвета для телевизора; низкое энергопотребление бытовой техники; звук стереосистемы.

Характеристики. Цвета, принты и ткани, используемые для изготовления мебели, полотенец, простыней, драпировки и т.д. ; доступны различные варианты для стиральных машин, сушилок, микроволновых печей, холодильников и т.д. ; возможна адаптация к стереосистемам для улучшения звука или к камерам, позволяющим снимать различные типы фотографий, объективы и штативы.

Выносливость. Продолжительность времени, в течение которого продукт или услуга сохраняет свои первоначальные свойства и функции. Как часто нужно ремонтировать копировальный аппарат и

сколько стоит обслуживание? Долговечность техники - один из критериев, который имеет каждый, кто покупает технику.

Соответствие стандартам. Насколько продукт соответствует желаемым стандартам и допускам по размеру, консистенции цвета и т.д. Товар доставляется покупателю вовремя? Это особенно важно для компаний, которые производят детали, используемые при сборке других продуктов, например, для поставщиков автомобильной промышленности.

Долговечность. Как долго прослужит продукт в различных условиях? Лампы и батарейки ценятся за срок их службы. В некоторых случаях компании предлагают пожизненную гарантию.

Простота обслуживания. Легкость, с которой продукт ремонтируется и обслуживается. Многие компании теперь имеют бесплатные горячие линии для клиентов, которые могут задать вопросы или потребовать ремонта.

Внешний вид. Дизайн продукта очень важен. В зависимости от целевой группы производители подбирают внешний вид продукта под «характер» потребителя.

Репутация продукта складывается из нескольких элементов, в том числе исключительного качества, торговой марки, названия производителя. Утвердившиеся на рынке фирмы могут рассчитывать на доверие и спрос клиентов, которые становятся постоянными потребителями этих поставщиков.

Между этими восемью параметрами качества находится проблема предельного выбора. Кроме того, компании редко могут справиться со всеми восемью параметрами качества одновременно. Управление бизнесом должно принимать решения на основе стратегии маркетинга продукта в конкурентной среде.

Новости из экономики

Производство и производительность

Хороший результат с гектара возможен только при условии проведения качественных агротехнических работ, предполагающих использование высокопроизводительной агротехники и внедрение современных систем. Посевная техника Twin Row сохраняет влажность почвы и снижает затраты. Фермер Ион Баранчан из Точиле-Рэдукань, района Леова, с большим вдохновением, талантом и профессионализмом выращивает различные виды сельскохозяйственных культур. Фермеру удается засеять ежегодно 180 га кукурузы, 180 га подсолнечника, 100 га гороха, 6 га перца, 2 га клубники, 7 га картофеля и 7 га чеснока. Посев кукурузы и подсолнечника производится по новой технологии, предложенной Deasteh, где была приобретена сеялка Twin Row в 8 рядов с расстоянием между рядами, которое позволяет покрыть поверхность почвы тенью, сохраняя влажность почвы. Фермер заботится о том, чтобы растения соответствовали всем требованиям, чтобы они росли хорошо, плюс он использовал для посева новую сеялку, которая представляет собой уникальное сочетание равномерного посева и отличной производительности. Используемая техника обеспечивает повышение производительности на 30-40%. Он также хочет инвестировать в интеллектуальную систему орошения, поскольку известно, что отсутствие дождя снижает урожайность на гектар. Сберегательные технологии, применяемые в современном сельском хозяйстве, дают возможность не только защитить почву, но и получить высокие урожаи. Правильный выбор техники гарантирует замечательные результаты.



В Республике Молдова площадь фруктовых насаждений сокращается, по сравнению с имеющимися 40 лет назад, из-за вырубки старых садов. По данным Министерства сельского хозяйства, регионального развития и окружающей среды, новые сады занимают меньшую площадь, но имеют более высокую продуктивность, в них применяются новейшие технологии и инновационные методы. По данным Национального бюро статистики в 1980 г., площадь фруктовых плантаций в Молдове составляла 178 тыс. га, а общее производство фруктов - около 637 тыс. тонн. В 2018 году площадь фруктовых плантаций составила 139,6 тыс. га, а общий урожай фруктов составил 894,2 тыс. тонн. Хотя площади уменьшились, общий урожай фруктов растет - около 28,7%. Во многом это стало возможным благодаря посадке деревьев с высокой урожайностью и использованию передовых технологий (противоградовая сетка, современная оросительная система, плодоносные деревья).



Вопросы для проверки:

1. Какие методы повышения продуктивности использовали фермеры?

2. Какие факторы определяют рост производительности?

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ - 2

Анализ событий.

Кажется, 2013 год был годом картофеля в Республике Молдова. В том году некоторые производители оставили свой урожай на полях. Многие производители обанкротились, в результате чего количество производителей в последующие годы упало. Повышение цен более чем на 60% связано с небольшим количеством производителей в условиях растущего спроса. Через некоторое время правительство призвало импортеров поставлять на рынок больше картофеля, в результате чего цена упала до первоначального уровня.

1. Создался ли в 2013 году избыток картофеля в Республике Молдова? Объясните.

Цена

2. Используйте оси координат, чтобы построить кривые спроса и предложения на картофель и показать их изменение в течение 2013 г.

3. На основе полученного графика, ответьте на каждый из следующих вопросов:

а. Что стало причиной подорожания картофеля?

б. Что бы произошло, если бы правительство не позволило ценам на картофель подняться выше первоначального уровня?

в. Было ли повышение цен методом рационализации спроса на картофель? Аргументируйте.

4. Постройте кривые спроса и предложения на картофель, чтобы показать, почему цена упала до исходного равновесного уровня.

5. Помимо функции рационализации цен в рыночной экономике, этот пример иллюстрирует еще одну важную функцию цен.

6. Если спрос на картофель описывается функцией: $Q_D=50-2P$, а его предложение - функцией $Q_S=3P-50$. Определить цену и количество в условиях равновесия $Q_D=Q_S$

Количество картофеля

Цена

Количество картофеля

Новости из экономики

Ford снижает цены

Снижение продаж автомобилей в 1995 году заставило Ford Motor Company пересмотреть свое предложение и объявить о снижении цен на многие из своих моделей примерно на 600 долларов. Снижение цен также коснулось обновленной модели Taurus, продажи которой снизились на 35% по сравнению с предыдущим годом. Популярная спортивная модель Explorer, а также имевшие значительные продажи пикапы серии F не были включены в программу снижения цен.

Студенты пробуют рынок

По данным Американской экономической ассоциации, за последние годы интерес студентов к бизнесу сильно изменился. С середины 1970-х до середины 1980-х количество студентов-предпринимателей значительно увеличилось, и бизнес-школы ограничили условия выпускных экзаменов с этим профилем. К концу 1980-х - началу 1990-х интерес студентов к бизнес-факультетам снизился. Многие бизнес-школы упростили требования к выпускным экзаменам. Кажется, что даже бизнес-школы имеют сбалансированную цену на свои услуги.

Древесина!

Правительства США и Канады недавно решили ввести ограничения на ввоз канадской древесины на рынок США. Ограничение импорта, на долю которого приходилось около 36% рынка необработанной древесины, может привести к увеличению затрат на строительство в США.

Производители США заявляют, что лесная промышленность Канады имеет преимущество, поскольку большую часть своей дешевой древесины она получает с земель, находящихся в государственной собственности. Находясь в Соединенных Штатах, лесозаготовительные компании закупают большую часть своей древесины у частных производителей, которые устанавливают более высокие рыночные цены.

Ответьте на вопросы, применив концепции спроса, предложения и рыночной равновесной цены:

1. Объясните, почему Ford предлагает скидки на некоторые модели, за исключением Explorer и пикапов серии F.

2. Как можно объяснить изменения в спросе и предложении экономического образования, периодическое изменение требований к зачислению и выпуску в школах экономического и делового профиля.

3. Согласны ли вы с утверждениями статьи о том, что межправительственное соглашение между США и Канадой может повлиять на стоимость строительства домов в США? Аргументируйте.

ДОПОЛНИТЕЛЬНО

I. Дополните понятия экономических категорий:

1. Состояние равновесия между величиной спроса и предложения _____
2. Цена установлена на более низком уровне, чем равновесная цена, для защиты потребителей _____

II. Укажите истинность следующих утверждений, аргументируйте ответ.

1. Если государство устанавливает минимальную цену, превышающую равновесную цену, продавцы готовы продавать меньше, чем покупатели готовы покупать.
2. Изменения в предложении приводят к изменениям в одном и том же направлении равновесного количества и изменениям в одном и том же направлении равновесной цены.

III. Укажите правильные ответы, аргументируя ответ.

1. Если цена установлена на уровне выше равновесной цены, рынок этого товара должен характеризоваться:
 - а. излишки товаров;
 - б. дефицит товаров;
 - в. формирование потребительского рынка;
 - г. все ответы верны.
2. Если цена установлена на уровне ниже равновесной цены, рынок для этого товара будет характеризоваться:
 - а. излишки товаров;
 - б. дефицит товаров;
 - в. формирование потребительского рынка;
 - г. нет правильного ответа.

IV. Задача

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

1. Определите равновесную цену и количество на соответствующем рынке.
2. Рассчитайте количественные параметры ситуации, которая будет создана на рынке, если «потолок» цены будет установлен на уровне 10 у.е. Будет ли создан дефицит или избыток? В каком размере?
3. Дайте графическое представление решения задачи.

Решение:

V. Комментарии и рассуждения

Минимальная цена, по которой продавцы могут предложить товар на рынке, составляет 600 у.е., а максимальная цена, которую покупатели готовы за него заплатить – 500 у.е.

1. Каково количество сбалансированных товаров на соответствующем рынке?
2. Изобразите график спроса и предложения для описанной ситуации.
3. Как улучшение технологии производства повлияет на конъюнктуру рынка товаров?

ТЕМЫ ДЛЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ДИСКУССИЙ И РАССУЖДЕНИЙ

1. Иногда засуха может сократить запасы воды, вызывая длительный дефицит. Даже если плохая погода снижает урожай свежих фруктов и овощей, дефицит обычно не сохраняется. Объясните эти две ситуации с точки зрения знания о равновесных ценах.

2. Как можно превратить дефицит в избыток без изменения спроса и предложения? Изобразите ответ.



3. Засуха повлияла на урожай винограда, что привело к повышению цен на виноградный сок по сравнению с предыдущим годом. Нарисуйте график спроса и предложения, чтобы показать, почему выросли цены на сок. Как вы думаете, что бы произошло, если бы цена на сок не выросла? Аргументируйте.

4. Поскольку все больше и больше школ требуют от учащихся наличие униформы, производство ее должно увеличиваться. Аргументируйте и нанесите на график изменения спроса, предложения и равновесной цены на этом рынке.

5. Билеты на концерты знаменитостей - пример рационализации. Помимо стоимости билетов, ярые болельщики также проводят время в очереди у касс. Некоторые «изобретательные» дистрибьюторы покупают билеты и продают их за дополнительную плату, а те, кто стоит в очереди, могут остаться без билетов.

- a. Показывает ли описанная ситуация, что рост цен является неизбежным результатом дефицита? Объясните.

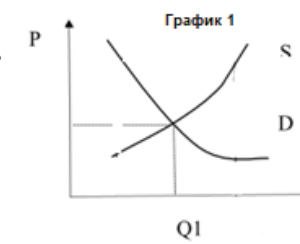
- b. Считаете ли вы, что цена, по которой билеты были проданы в кассах, является равновесной ценой? Аргументируйте.

ЛАБОРАТОРИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРИЛОЖЕНИЙ -3

Применение законов спроса и предложения.

Модель спроса и предложения объясняет уровень цены и количества на рынке каждого товара в отдельности. Изменения спроса и предложения влияют на уровень цены и количества.

По мере роста населения мира росли и доходы людей. Одна из причин - повышение продуктивности сельского хозяйства за счет отбора семян, улучшения химических удобрений и ирригационных систем. Цены на сельхозпродукцию на мировом рынке в последние годы упали. Добавьте новую кривую спроса (D2) и новую кривую предложения (S2) на график 1, чтобы объяснить ситуацию, описанную выше.



1. В некоторых странах установлены минимальные цены на сельскохозяйственную продукцию, например, на пшеницу, выше равновесного уровня. Используйте график справа, чтобы ответить на следующие вопросы:

- a. Как вы думаете, какое влияние оказал государственный контроль над ценами на предложение зерна в этих странах?

- b. Как вы думаете, какое влияние оказал государственный контроль над ценами на спрос на зерно в этих странах?



- v. Какое влияние окажет государственная ценовая политика на рынок - дефицит или избыток зерна?

2. Сегодня есть люди, которые опасаются, что мир скоро переживет период острой нехватки продовольствия, сопровождаемый значительным ростом цен. Они заявляют, что предложение продуктов питания будет расти медленнее, чем спрос, поскольку многие сельскохозяйственные районы по всему миру сейчас превращаются в промышленные парки и объекты жилищного строительства. В то же время население растет, и доходы растут. Нарисуйте новые кривые спроса и предложения на графике справа, чтобы объяснить описанную выше ситуацию. Добавьте новую кривую спроса (D2) и новую кривую предложения (S2) на Графике 2.

4. Другие утверждают, что мировые поставки зерна временно сокращаются, поскольку фермеры в бывших советских республиках пережили политические потрясения и пострадали от последствий острого экономического кризиса. Фермеры в Соединенных Штатах также пережили периоды государственной политики, которая искусственно поддерживала высокие цены на сельскохозяйственную продукцию. Однако в ближайшие годы фермеры по всему миру активизируют использование новейших технологий и научных методов обработки почвы.

Что вы думаете об ожиданиях некоторых относительно изменения цен на зерно в будущем?

Механизм функционирования рынка

ПОВТОРЕНИЕ ОСНОВНЫХ ИДЕЙ

Перед тем как открыть магазин футболок, Санда посетила магазины одежды, чтобы узнать цены. Она обнаружила, что их высококачественные футболки предлагаются по цене около 65 лей, и решила, что это _____, цена, по которой _____.

Санда намеревалась получить как можно большую долю рынка, поэтому она предложила свои футболки по цене 40 лей. За две недели она продала все футболки. Требовалось количество футболок больше, чем она могла их предложить, был создан _____.

Санда пересмотрела свою стратегию ценообразования и посчитала, что ее модели заслуживают гораздо более высокой цены, возможно, даже выше, чем равновесные цены. Таким образом, цена увеличилась до 85 лей. Санда вскоре почувствовал последствия изменения цен. На этот раз было продано несколько футболок, так что получился _____ футболок.

Санда извлекла несколько важных «уроков» о ценах. Согласно _____, цены также определяют, кто получит выгоду от товаров и услуг, предлагаемых производителями, выполняя функцию _____. Кроме того, цены мотивируют компании _____ которых хотят потребители.

Когда производители имеют возможность поднять цены, они мотивированы производить _____.

В теплый период года Санда заметила увеличение _____ футболок. Но в городе было несколько магазинов, где продавались самые разные футболки, что привело к увеличению _____. «Но если спрос растет быстрее, чем предложение?» - подумал Санда, - «Возможно ли, что рыночная равновесная цена будет _____.»

СОСТАВЬТЕ ПАРУ. Установите соответствие между понятиями в столбце А и определениями в столбце Б

Столбец А

- ___1. Рационализация
- ___2. Сбалансированная рыночная цена
- ___3. Предложение
- ___4. Спрос
- ___5. Дефицит
- ___6. Избыток
- ___7. Конкуренция
- ___8. Стимулы
- ___9. Рост спроса
- ___10. Информация
- ___11. Эластичность

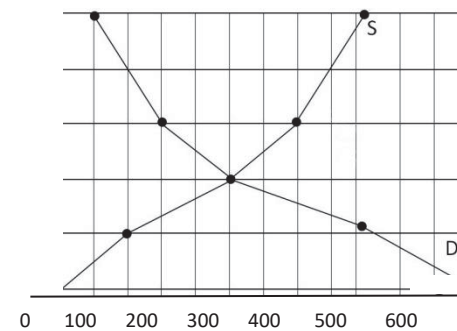
Столбец Б

- а. Измеряет уровень чувствительности спроса или предложения к изменению влияющего фактора.
- б. Рыночные цены являются показателями как для производителей, так и для потребителей.
- в. Покупатели хотят покупать больше на всех уровнях цен.
- г. Распространение ограниченного количества среди нескольких потребителей.
- д. Объемы, предлагаемые продавцами по всем возможным ценам.
- е. На рынке больше продуктов, чем требуется по определенной цене.
- ж. Причина, по которой производители предлагают товары и услуги на рынке.
- з. Цена, по которой объем спроса равен предложенному количеству.
- и. Количество, которое покупатели хотят и готовы купить по разным возможным ценам.
- к. Соперничество между покупателями или продавцами.
- л. На рынке востребовано больше товаров, чем предлагается по определенной цене.

МНОЖЕСТВЕННЫЙ ВЫБОР. В отведенном для этого месте напишите букву элемента, которая лучше всего завершает утверждение:

- ___1. Более высокий уровень цен:
 - а. поощряет продавцов продавать меньшие количества товара;
 - б. вызывает дефицит;
 - в. изменяет кривые спроса и предложения;
 - г. заставляет покупателей закупать меньшее количество товара
- ___2. Цена рыночного равновесия:
 - а. устраняет недостачу;
 - б. уравнивает запрошенное и предлагаемое количество;
 - в. это единственная цена, по которой продавец предлагает неограниченное количество товара;
 - г. заставляет покупателей уходить с рынка.

Вопросы 3-5 основаны на следующем графике, показывающем _____ ежедневный спрос и предложение пончиков в студенческом квартале.



- ___3. Равновесная цена пончиков составляет:
 - а. 5 лей;
 - б. 2 лей;
 - в. 1 лей;
- ___4. Если цена пончика 1 лей, то:
 - а. изменится спрос на пончики;
 - б. продавцы снизят цену;
 - в. конкуренция между покупателями приведет к увеличению цены;
 - г. на рынке избыток пончиков.
- ___5. По цене 4 лея пончик будет...
 - а. излишек 200 единиц в день;
 - б. излишек 100 единиц в день;
 - в. дефицит 200 пончиков в день;
 - г. ни один из вышеперечисленных.

- ___6. Что влияет на изменение цены по сравнению с равновесным уровнем рынка?
 - а. конкуренция между покупателями;
 - б. конкуренция между продавцами;
 - в. конкуренция между покупателями и продавцами;
 - г. как а, так и б.
- ___7. Какое из следующих утверждений лучше всего иллюстрирует функцию рационализации равновесной цены?
 - а. цена на телевизионную рекламу выросла с увеличением спроса на это средство рекламы;
 - б. цены на билеты на спортивные соревнования растут с ростом популярности;
 - в. как а, так и б;
 - г. ни а, ни б.

___8. Когда появились роликовые коньки, о них мало кто знал. С ростом популярности роликов среди подростков выросла и их цена. Все больше и больше компаний начинают производить роликовые коньки. Какую фундаментальную экономическую роль рыночные цены играют в этой эволюции?

- а. создание излишка роликовых коньков;
 - б. поощрение производителей роликовых коньков;
 - в. оптимизация производства роликовых коньков среди производителей;
- ___9. Если спрос на товар растет быстрее, чем предложение, равновесная цена, вероятно, будет:
- а. падать;
 - б. расти;
 - в. остается без изменений;
 - г. информация недостаточна.

___10. Какова самая важная роль равновесных цен в системе свободной инициативы?

- а. сообщения, информирующие производителей о пожеланиях потребителей;
- б. сообщения, информирующие потребителей о расходах, которые несут производители;
- в. стимулы для потребителей к экономии и для эффективности компаний;
- г. все вышеперечисленное.