

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ

# ЭКОНОМИКА



8 класс

Государственное бюджетное образовательное учреждение  
дополнительного профессионального образования  
«НИЖЕГОРОДСКИЙ ИНСТИТУТ РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАНИЯ»

---

# ЭКОНОМИКА

8 класс



УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ

---

Нижний Новгород  
Нижегородский институт развития образования  
2018

УДК 373.61  
ББК 74.266.5  
Э40

**Авторский коллектив:**

*Л. В. Сибирякова*, доцент кафедры теории и методики обучения технологии и экономике ГБОУ ДПО НИРО,  
канд. пед. наук;

*С. В. Порошина*, учитель экономики  
МБОУ «Школа № 35» Нижнего Новгорода,  
учитель высшей категории

*Рекомендовано к изданию  
научно-методическим экспертным советом  
ГБОУ ДПО НИРО*

**Благодарим за помощь в подготовке пособия  
учителей экономики школ Нижегородской области:**

*Е. Н. Гордееву*, МАОУ СШ № 3 Володарского района;

*Е. С. Морцеву*, МБОУ СШ № 19 с УИОП Заволжья;

*Т. Н. Ермошину*, МБОУ СШ № 26 Дзержинска;

*И. В. Гришаеву*, МБОУ «Ардатовская СШ № 1»;

*Е. А. Кошлакову*, МКОУ «Сицкая СШ»  
Чкаловского района;

*Ж. А. Терентьеву*, МАОУ СШ № 151  
Советского района Нижнего Новгорода;

*М. А. Шарлыкову*, МБОУ СОШ № 6 Павлова

**Рецензенты:**

*Е. Н. Гордеева*, учитель экономики МАОУ СШ № 3  
Володарского района;

*Е. С. Морцева*, учитель экономики МБОУ СШ № 19  
с УИОП Заволжья;

*Т. Н. Ермошина*, учитель экономики МБОУ СШ № 26  
Дзержинска

© Л. В. Сибирякова, С. В. Порошина,  
2018

© ГБОУ ДПО «Нижегородский инсти-  
тут развития образования», 2018

ISBN 978-5-7565-0761-4



### *Дорогие друзья!*

Перед вами новое учебное пособие по экономике для 8-го класса. Мы надеемся, что вы многому научились, изучая такой предмет в 5, 6 и 7-м классах, и увлеклись этой замечательной наукой.

Экономика — часть нашей жизни, а мы — часть экономической системы. Мы покупаем товары и услуги, производим их, платим налоги, храним деньги в банках и берем кредиты. Каждый день экономические проблемы обсуждают в интернете, в газетах, по радио и телевидению. Мы часто слышим такие экономические термины, как «спрос», «предложение», «амортизация», «издержки», «прибыль», однако не каждый из нас правильно понимает их значение.

Вы уже сейчас начинаете участвовать в различных экономических отношениях, а во взрослой жизни вовлеченность в них только усилится. Вы будете исполнять роли потребителя, налогоплательщика, клиента банка, наемного работника, возможно и предпринимателя. В 8-м классе курс «Экономика» поможет вам глубже разобраться во многих экономических явлениях. В частности, изучение экономики позволит вам:

✓ понимать, как рационально распорядиться имеющимися ресурсами;

✓ лучше узнать, кто такой производитель и как организуется производственный процесс;

✓ подробнее разобраться, что такое спрос на товары и услуги и их предложение;

✓ понимать, как формируются цены на рынке и что оказывает на них воздействие;

✓ не бояться принимать экономические решения и делать это грамотно.

Экономическая ситуация, которая сложится в нашей стране в ближайшие десятилетия, будет во многом зависеть от тех знаний и умений, которые сегодня получите вы!



## ПАМЯТКА ПО ВЫПОЛНЕНИЮ ЗАДАНИЙ

### СИНКВЕЙН

Для составления синквейна нужно подобрать:

- ✓ один термин (имя существительное или словосочетание);
- ✓ два имени прилагательных, характеризующих этот термин;
- ✓ три глагола, относящихся к этому термину;
- ✓ фразу, показывающую отношение к теме и состоящую не более чем из четырех слов;
- ✓ одно слово (метафору или синоним), представляющее собой итог или вывод;

Пример составления синквейна к слову «проект».

1. *Проект.*
2. *Выполнимый, творческий.*
3. *Конструируем, кроим, шьем.*
4. *Позволяет чего-то достичь.*
5. *Деятельность.*

### ЭССЕ

*Алгоритм написания эссе.*

К р а т к и й вариант:

- 1) обозначьте основную мысль эссе;

2) сформулируйте свое мнение и докажите его, приведя конкретные примеры;

3) сделайте вывод по теме эссе.

**П о л н ы й вариант:**

1) обозначьте основную мысль эссе;

2) сформулируйте свое мнение и докажите его, приведя конкретные примеры;

3) сформулируйте возражения, которые могут быть выдвинуты против защищаемой вами позиции;

4) обозначьте причины, по которым ваша позиция остается прежней и считается правильной;

5) сделайте вывод по теме эссе.

## **ПАМЯТКА**

*Алгоритм составления памятки:*

1) определите целевую группу, то есть тех, для кого эта памятка будет предназначена;

2) соберите информацию, которая ляжет в основу памятки;

3) определите формат (размер) памятки и ее цветовое оформление;

4) сформулируйте обращение к читателю, демонстрирующее актуальность той проблемы, для решения которой понадобится изложенная в памятке информация;

5) оформите текст памятки в виде советов. Советы могут представлять собой общий список или могут быть разбиты на определенные блоки. После прочтения памятки у читателя должно возникнуть желание сохранить ее и вернуться к ней в случае необходимости.

## **ПОСТЕР**

*Постер — художественно оформленный плакат, содержащий определенные рисунки, схемы, лозунги.*

### ***Правила составления постера:***

- 1) постер должен четко, лаконично и, возможно, даже преувеличенно демонстрировать характерные черты того явления, которое он отображает;
- 2) постер должен быть понятен и виден издали;
- 3) постер должен быть красочным и запоминающимся;
- 4) основную часть постера должен занимать иллюстративный материал: готовые картинки или рисунки автора, схемы, таблицы, графики;
- 5) текст к иллюстрациям должен быть кратким и написан крупным шрифтом.

### **ПОПС-ФОРМУЛА**

***Алгоритм использования приема ПОПС (Позиция, Обоснование, Подтверждение, Следствие):***

- 1) выскажите суждение (*Я считаю, что...*);
- 2) представьте обоснование (*Потому что...*);
- 3) подтвердите эту мысль примерами или словами из текста (*Я могу подтвердить это...*);
- 4) сделайте вывод, который не должен противоречить высказыванию, но может в чем-то его повторять (*Следовательно...*).

### **КОНСТРУИРОВАНИЕ ОПРЕДЕЛЕНИЯ**

***Алгоритм:***

- 1) запишите определяемое понятие;
- 2) определите ближайший род, то есть группу, частью которой является это понятие (*Что это такое?*);
- 3) выделите видовые различия, то есть существенные признаки понятия (*По каким признакам оно отличается от других объектов, составляющих группу?*);
- 4) используя правила, проверьте, верно ли составлено определение.

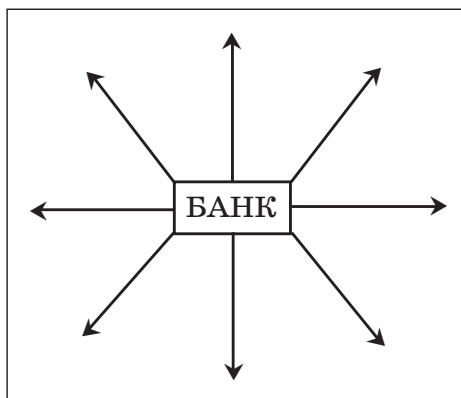


*Правила:*

- 1) определение должно быть соразмерным, то есть определяемое и определяющее понятия должны быть равны по объему;
- 2) определение не должно быть отрицательным;
- 3) нельзя определять понятие через само понятие;
- 4) определение термина должно быть ясным и понятным.

**«ПОНЯТИЙНОЕ КОЛЕСО»**

1. В центре листа напишите экономический термин.
2. Вокруг него напишите все ассоциации, которые вызывает у вас этот термин.



**«КРУГИ ПО ВОДЕ»**

1. Запишите в столбик буквы, из которых состоит экономический термин.
2. На каждую букву подберите имя существительное (имя прилагательное, глагол, словосочетание), характеризующее этот термин.



# ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ

## Урок 1.1. ЭКОНОМИКА: НАУКА И ХОЗЯЙСТВО

Вся экономика — это наука о том, как люди принимают решения.

*Джеймс Дьюзенберри,  
американский экономист*

Экономика — это наука, которая рассматривает все явления с точки зрения цены.

*Херберт Джозеф Давенпорт,  
американский экономист*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Называть основные разделы экономики.
- ✓ Различать микро- и макроэкономические процессы и явления.
- ✓ Объяснять характер взаимосвязей макро- и микроэкономики, экономики как науки и хозяйства, региональной и отраслевой экономик.



### ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**Вспомните то, что вы уже знаете об экономике.**  
На каждую букву, из которых состоит слово «эко-

номика», выберите слова или словосочетания, которые помогут раскрыть суть этого явления.



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Термин «экономика» произошел от греческого *oikonomike*, что означает «искусство ведения домашнего хозяйства».

Сегодня понятие «экономика» имеет два значения: «наука» и «хозяйство». Экономика как хозяйственная деятельность направлена на создание благ для удовлетворения потребностей. Однако экономика — это не только практическая деятельность, но и наука, которая занимается осмыслением этой деятельности, изучает процессы производства, распределения, обмена и потребления благ в условиях ограниченности ресурсов.



**Экономика** — это наука, которая изучает, как общество использует ограниченные ресурсы для производства товаров и услуг с целью наиболее полного удовлетворения своих неограниченных потребностей.

Экономика имеет довольно сложную структуру. Ту часть экономики, которая изучает общественные отношения в рамках отрасли (то есть группы предприятий, производящих аналогичную продукцию), называют отраслевой экономикой. Региональная экономика изучает систему общественных отношений в рамках конкретного региона (например Нижегородской области).



**Отраслевая экономика** изучает общественные отношения в рамках отрасли.

**Региональная экономика** изучает систему хозяйствования в определенном регионе.

Структура хозяйства различных регионов имеет свои отраслевые особенности, то есть определенные, закрепленные за ними виды хозяйственной деятельности. Поэтому региональная и отраслевая экономики тесно взаимосвязаны.

В экономической теории традиционно выделяют два основных раздела: микроэкономику и макроэкономику.

Микроэкономика исследует экономическое поведение отдельных фирм и потребителей, их проблемы, вопросы ограниченности ресурсов, соотношения спроса и предложения и другие.

К примеру, предприниматель, который решил заняться изготовлением школьной формы, должен предположить, сколько комплектов формы он может произвести, по какой цене и где ее продавать. Для этого ему надо знать, сколько школьников проживает в определенном регионе, каковы требования к форме, кто его конкуренты. Он должен собрать информацию о возможных поставщиках сырья, рассчитать затраты и спрогнозировать прибыль.

Но также важно знать, какова ситуация в экономике страны: налоговая политика, уровни инфляции и безработицы, сколько денег в экономике и как работает банковская система, сколько товаров производится в стране и какие условия нужно создать для успешной работы предприятий. Эти исследования проводятся на уровне макроэкономики.

Часто, сравнивая экономику с лесом, говорят, что макроэкономика изучает состояние всего леса, а микроэкономика — каждого дерева в отдельности.



**Микроэкономика** — область экономической науки, изучающая экономическое поведение потребителей и фирм.

**Макроэкономика** — область экономической науки, изучающая функционирование экономики в целом.

Так как явления и процессы, изучаемые в макроэкономике, складываются в результате взаимодействия множества потребителей и фирм и, в свою очередь, оказывают на них воздействие, макро- и микроэкономики тесно связаны между собой.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Какие два значения имеет термин «экономика»?

Б. Чем занимается экономика как хозяйственная деятельность?

В. Что изучает экономика как наука?

Г. Что такое отраслевая экономика?

Д. Что изучает региональная экономика?

Е. Существует ли взаимосвязь между региональной и отраслевой экономиками? Ответ аргументируйте.

Ж. Что изучает микроэкономика?

З. Какие проблемы исследует макроэкономика?

**2 Выскажите свое мнение.**

**А.** Приведите примеры влияния на макроэкономику процессов, которые происходят в микроэкономике.

**Б.** Приведите примеры воздействия на потребителей и фирм макроэкономических событий.

**В.** Объясните взаимосвязь экономики как науки и хозяйства.

**3 По названиям книг определите, какой раздел экономики они представляют: микроэкономику или макроэкономику.**

**А.** Шиповская Л. П. Человек и его потребности: учебное пособие. — М., 2008.

**Б.** Основы национальной экономики: учебное пособие / науч. ред. А. В. Сидорович и др. — М., 2009.

**В.** Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. — М. : Ось-89, 1997.

**Г.** Кейн Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег. — М. : Гелиос АРВ, 202.



**МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Нарисуйте рисунок, который, на ваш взгляд, наилучшим образом иллюстрирует смысл термина «экономика».

**Б.** Прочитайте эпитафии к уроку. Какое из определений экономики кажется вам более точным и понятным? Докажите свое мнение, используя ПОПС-формулу.



2. Можно ли разделить нарисованные на картинке предметы на какие-то группы? Если можно, то на какие?

3. Как вы считаете, ограничиваются ли желания изображенных на картинке людей только этими предметами или они хотят чего-то еще?

4. Поразмышляйте, могут ли эти герои иметь все, что захотят? Почему?

5. Как вы думаете, что произойдет, если герои получат все, что они желают в настоящий момент? Появятся ли у них новые желания? Если да, то как скоро это случится?



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

У каждого человека есть различные потребности, то есть нужды в чем-либо. Одна из самых популярных классификаций потребностей разработана Абрахамом Маслоу. Он изображал потребности в виде пирамиды, уровни которой демонстрируют возрастание потребностей человека, а также очередность их удовлетворения (рис.1).



Рис. 1. Пирамида потребностей Маслоу



В основании пирамиды Маслоу лежат физиологические потребности, свойственные всем живым организмам (еда, питье, тепло, отдых, воспроизведение рода). Ступенью выше разместились потребности в безопасности и защищенности (защита от преступников и внешних врагов, защита от нищеты и помощь при болезнях). Социальные потребности (в любви, дружбе, общении, совместной деятельности) расположены на третьем уровне. Удовлетворяя их, человек может почувствовать свою полезность и значимость. Далее следует потребность в уважении (со стороны других людей и самоуважении). И на пятом, самом высоком, уровне находится потребность в самореализации, вызывающая стремление развиваться и реализовывать свои способности. Маслоу считал, что по мере удовлетворения потребностей низших уровней актуальность потребностей более высокого уровня возрастает.

Потребности людей безграничны. После удовлетворения одной потребности появляется другая. С течением времени потребности не только растут, но и совершенствуются, увеличивая количество товаров и услуг и объем их потребления. Это явление называют законом возвышения потребностей.

Для удовлетворения потребностей необходимы ресурсы. Вы уже знаете, что экономические ресурсы делят на несколько групп:

- ✓ природные, то есть блага природы, которые могут использоваться в производстве;
- ✓ материальные (произведенные) — предметы, созданные или обработанные человеком для дальнейшего использования в производстве;
- ✓ человеческие — население, способное трудиться;

✓ финансовые — денежные средства и ценные бумаги;

✓ информационные — объем знаний, необходимых для изготовления благ.

Экономические ресурсы ограничены, то есть их недостаточно для производства того объема благ, который люди хотели бы получить. Поэтому для наиболее полного удовлетворения своих потребностей людям необходимо учиться эффективно и разумно использовать все виды ресурсов.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Какие уровни потребностей включает в себя пирамида Маслоу? Дайте характеристику потребностям каждого уровня.

Б. Можно ли сказать, что потребности безграничны? Ответ аргументируйте.

В. На какие группы делятся экономические ресурсы?

Г. Можно ли сказать, что экономические ресурсы ограничены? Если да, то приведите примеры ограниченности каждого вида ресурсов.

### ❷ Посмотрите на картинку, которая находится перед текстом к уроку. Выполните задания.

А. Перечислите, какие потребности удовлетворяют изображенные на ней блага?

Б. Отнесите каждую из этих потребностей к определенному уровню пирамиды Маслоу.

В. Объясните, как вы понимаете закон возвышения потребностей. Приведите примеры, доказывающие существование этого закона.

Г. Рассмотрите классификацию потребностей человека по А. Маслоу (см. рис. 1 на с. 15). Как вы думаете, почему ступени пирамиды расположены именно так? Можно ли перевернуть пирамиду? Почему на более высоких ступенях пирамида потребностей сужается?

**③ Выскажите свое мнение.**

А. Можно ли считать, что бедность и ограниченность ресурсов — это одно и то же?

Б. Может ли информация оказывать влияние на потребности людей? Если может, то приведите примеры такого влияния.

В. Возможно, в недалеком будущем наука и техника достигнут такого высокого уровня развития, что для человечества станет доступным использование ресурсов, расположенных на других планетах Солнечной системы. Как вы думаете, приведет ли это к тому, что проблема ограниченности ресурсов будет решена? Ответ поясните.

Г. Подумайте, можно ли в условиях безработицы считать ограниченными человеческие ресурсы? Ответ аргументируйте.



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

А. Составьте синквейн со словом «потребности» или со словом «ресурсы».

Б. Прочитайте эпиграфы к уроку. Согласны ли вы с этими высказываниями? Напишите эссе по любому из них.

## Урок 1.3. ПРОБЛЕМА ВЫБОРА И АЛЬТЕРНАТИВНАЯ СТОИМОСТЬ

Настоящие затраты — не доллары и центы, это альтернативные возможности, от которых мы отказываемся, расходуя деньги так, а не иначе.

*Пол Хейне,  
американский экономист*

Нельзя от коровы получать одновременно и сливки и бифштекс

*Георгий Коновалов,  
советский писатель*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Объяснять сущность альтернативной стоимости рационального выбора.
- ✓ Принимать решения на основе анализа альтернативной стоимости.



### ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**Вспомните то, что вы изучали ранее. Внимательно прочитайте текст и найдите 5 ошибок, допущенных в нем.**

Потребности людей ограничены, а ресурсы безграничны, поэтому перед каждым человеком, фирмой, государством стоит проблема выбора. Выбор — это решение в пользу любого из вариантов из всех имеющихся. Выбор всегда сделать очень легко, но нужно помнить, что каждый выбор имеет свою цену. Ее называют альтернативной стоимостью. Альтернативная стоимость — это все, от чего пришлось от-

казаться, делая выбор в пользу какой-то одной возможности.



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Множественность потребностей и ограниченность ресурсов создают проблему выбора. Любой выбор предполагает какие-то отвергнутые решения, потому что из множества вариантов использования ресурсов выбирается оптимальный, то есть тот, который позволяет при минимуме затрат максимально удовлетворить потребности. Такой выбор называется рациональным.

Осуществляя выбор, человек определяет его стоимость, то есть оценивает то, от чего пришлось отказаться. Лучший из отвергнутых вариантов экономисты называют альтернативной стоимостью.

**Рациональный выбор** — выбор наилучшего из альтернативных решений, при котором достигается максимальное удовлетворение потребностей при минимуме затрат.

**Альтернативная стоимость** — это ценность наилучшей из упущенных в результате выбора конкретного варианта альтернативы.



Альтернативная стоимость может выражаться в товарах, от производства или потребления которых пришлось отказаться, в денежном эквиваленте или в часах (упущенном времени). Ценность того или иного варианта зависит от личных предпочтений, поэтому разные люди определяют альтернативную стоимость по-разному.

Выбор вынуждены делать не только отдельные люди и семьи, но и правительство, фирмы, общество.

Для определения альтернативной стоимости можно воспользоваться следующим алгоритмом.

### **Алгоритм определения альтернативной стоимости**

1. Выпиши все альтернативы.
2. Определи наилучший, то есть самый предпочтительный вариант.
3. Выбери лучший вариант из отвергнутых. Он и будет являться альтернативной стоимостью.



## **ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ**

### **❶ Проверьте себя.**

- А. Почему возникает проблема выбора?
- Б. Какой выбор называется рациональным?
- В. Что такое альтернативная стоимость?
- Г. В каких единицах может измеряться альтернативная стоимость?
- Д. Опишите по этапам алгоритм определения альтернативной стоимости.

### **❷ Прочитайте ситуацию и ответьте на вопросы.**

#### **Альтернативная стоимость в экологии**

Все понимают важность сохранения природной среды, но любая из природоохранных мер также имеет альтернативную стоимость. Компания по производству бумаги использует пульпу, то есть химически обработанную древесную массу вместо вторичного сырья.

## *Вопросы*

**А.** Какова альтернативная стоимость использования пульпы этой организацией?

**Б.** Предположим, компания приняла решение производить бумагу из макулатуры взамен пульпы. Какова альтернативная стоимость данного решения?

**В.** Какой из способов производства бумаги можно считать более рациональным с точки зрения ресурсосбережения? Дайте обоснованный ответ.

### **3 Выскажите свое мнение.**

**А.** Когда вы смотрите телевизор, ваше занятие не имеет непосредственного отношения ни к денежным затратам, ни к ценам. Означает ли это, что время, проведенное перед телевизором, не имеет альтернативной стоимости. Ответ аргументируйте.

**Б.** Как вы думаете, есть ли упущенная выгода (альтернативная стоимость) того, что вы делаете домашнее задание? Поясните свой ответ.

**В.** Предположим, вы приняли решение начать работать по окончании школы. Какова альтернативная стоимость вашего выбора?



## **МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Вспомните и опишите любую ситуацию выбора, с которой вы сталкивались ранее. Какие альтернативы рассматривались? По каким критериям происходил выбор? Какой выбор вы сделали? Что явилось альтернативной стоимостью этого решения?

**Б.** Прочитайте эпитафии к уроку. Согласны ли вы с этими высказываниями? Напишите эссе по любому из них.

## Урок 1.4.    **ГЛАВНЫЕ ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ. СМЕШАННАЯ ЭКОНОМИКА**

Планирование и конкуренция могут сочетаться лишь на основе планирования конкуренции, но не противопоставления планирования конкуренции.

*Фридрих Хайек,  
австрийский экономист,  
лауреат Нобелевской премии по экономике*



### **ВЫ НАУЧИТЕСЬ**

- ✓ Называть главные вопросы экономики.
- ✓ Характеризовать различные типы экономических систем с точки зрения решения основных вопросов экономики.
- ✓ Выделять преимущества и недостатки типов экономических систем.



### **ОБСУДИМ ВМЕСТЕ**

**Прочитайте представленное в эпитафии к уроку высказывание австрийского экономиста, нобелевского лауреата Ф. А. Хайека об экономических системах. Ответьте на вопросы.**

1. Поясните выражение «планирование конкуренции». Для какой экономической системы (традици-



онной, рыночной, командно-административной или смешанной) характерно это явление? Что еще вы можете сказать об этой экономической системе?

2. Как можно объяснить фразу «противопоставление планирования конкуренции»? В какой из известных вам экономических систем оно наблюдалось? Какие еще характеристики этой системы вы можете назвать?



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Основной проблемой экономики называют проблему выбора, которая вызывается разнообразием потребностей и ограниченностью ресурсов для их удовлетворения. Следствием этой проблемы является необходимость решения трех главных вопросов экономики.

1. *Что производить*, то есть какие товары и услуги и в каком количестве будут предложены потребителям? Отвечая на этот вопрос, люди распределяют ограниченные ресурсы между производителями различных благ.

2. *Как производить*, то есть какой из способов изготовления благ с помощью имеющихся ограниченных ресурсов следует использовать? Ответ на этот вопрос позволяет выбрать технологию производства благ.

3. *Для кого производить*, то есть кому и сколько благ достанется в собственность? Ответ на этот вопрос позволяет решить, должен ли кто-то получить больше благ и насколько и как осуществить такое распределение.

Эти вопросы по-разному решаются в различных экономических системах.



**Экономическая система** — это способ, по которому организуется хозяйственная жизнь общества и принимаются решения о том **ЧТО, КАК и ДЛЯ КОГО** производить.

В 6-м классе вы познакомились с различными типами экономических систем: традиционной, командно-административной (плановой), рыночной и смешанной. Каждая из них имеет свои преимущества и недостатки.

В *традиционной* экономике традиции и обычаи определяют, какие товары и услуги производить, кому и каким образом их распределять. Такой тип экономики сохранился лишь в некоторых слаборазвитых странах. Он позволяет достичь высокого уровня мастерства, но способы производства при этом остаются такими же, как сотни лет назад, что не способствует росту производительности труда.

*Командно-административная*, или плановая, экономика основана на государственной собственности на ресурсы. Основные вопросы экономики решаются государственными органами с помощью планов, что вызывает трудности в определении количества каждого продукта, необходимого обществу. В собственности государства поступают и все произведенные продукты, оно же назначает цены на них и распределяет их между людьми. Поэтому в данной экономической системе всегда возникает дефицит одних товаров и избыток других. Такой способ хозяйствования требует огромного количества управляющих, планирующих и проверяющих чиновников, но обеспечивает экономическую и социальную стабильность, то есть «уверенность в завтрашнем дне» для каждого жителя.

В *рыночной* системе существует частная собственность, то есть ресурсы принадлежат отдельным лицам и группам лиц. Что и как производить определяет рынок через механизмы спроса и предложения. Такая система вызывает большое неравенство в распределении благ и не может обеспечить общество некоторыми благами, которые невыгодно производить предпринимателям.

Сегодня трудно говорить о наличии в том или ином государстве какой-либо экономической системы в чистом виде. В большинстве современных развитых стран существует смешанная экономика, развитие которой регулируется рынком, национальными традициями и вмешательством государства.

В *смешанной* экономике частная собственность присутствует наряду с государственной, регулирование экономики происходит не только с помощью рынка, но и с помощью мер, предпринятых государством. Распределение ресурсов также осуществляется как по решению правительства, так и с учетом интересов частных лиц.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Какие основные вопросы решает экономика?

Б. Что такое экономическая система?

В. Каковы характерные черты традиционной экономики?

Г. Как решаются основные вопросы экономики в рыночной системе?

Д. Что такое смешанная экономическая система?

**② Определите, к каким экономическим системам относятся данные утверждения.**

**А.** Все основные экономические проблемы решаются в соответствии с существующими веками обычаями.

**Б.** На основе разработанного центрального плана в стране составлялись задания для отраслей экономики, а затем — для отдельных предприятий.

**В.** Стремясь добиться успеха в конкурентной борьбе, предприятия вынуждены постоянно искать новые способы привлечения потребителей.

**Г.** Каждый производитель вправе самостоятельно решать, что производить, где закупать необходимые для производства ресурсы и по какой цене продавать свои товары.

**Д.** Вся произведенная в стране продукция предприятий должна передаваться в распоряжение вышестоящих органов, которые установят на нее цены и решат, как ее распределить.

**③ Прочитайте текст и ответьте на вопросы.**

Леонид Канторович, единственный отечественный обладатель Нобелевской премии по экономике, в конце 1940-х годов предложил Ленинградскому вагоностроительному заводу с помощью математических методов оптимизировать раскрой стальных листов. После их внедрения производство продукции значительно увеличилось, однако вскоре руководство завода получило партийный выговор и прекратило сотрудничество с математиками. Оказалось, что, во-первых, из-за резкого уменьшения стальных отходов завод не выполнил план по сдаче металлолома. Во-вторых, план по выпуску на следующий год вышестоящие инстанции еще более увеличили, но завод

не смог обеспечить этот прирост вследствие уже состоявшейся полной оптимизации процесса\*.

### *Вопросы*

**А.** Как вы думаете, какой тип экономической системы существовал в стране в то время, которое описывается в тексте? Ответ аргументируйте.

**Б.** Какие недостатки этой системы упоминаются в тексте?

**В.** Есть ли какие-то преимущества у такой системы хозяйствования? Ответ поясните.



## **МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Опишите экономическую систему любой страны. В описании обозначьте, кому принадлежат ресурсы, кто отвечает за решение основных вопросов экономики, каким образом происходит ее регулирование. Сделайте вывод, к какому типу принадлежит эта экономическая система.

**Б.** Согласны ли вы со следующими высказываниями:

«В рыночной экономике любая вещь имеет цену, но ничто не имеет ценности» (Жак-Ив Кусто, французский исследователь);

«Плановая экономика учитывает в своих планах все, кроме экономики» (Кэри Макуильямз, американская журналистка).

Выберите одно из них и докажите свое мнение, используя ПОПС-формулу.

---

\* Музей фактов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://muzey-factov.ru/tag/economics> (дата обращения 15.12.2017).

## Урок 1.5. ЭКОНОМИКА СТРАНЫ И РЕГИОНА НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ

В коем царстве люди богаты, то и царство то богато, а в коем будут убоги, то и царству тому не можно слыть богатому.

*Иван Посошков,  
первый русский экономист-теоретик*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Выделять особенности российской экономики.
- ✓ Оценивать экономический потенциал региона.



### ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

Прочитайте эпиграф к уроку. Как вы думаете, если бы первый русский экономист Иван Посошков, современник императора Петра I, жил в наше время, как бы он сформулировал свою мысль современным языком? Не потеряла ли она актуальность сегодня? Ответ поясните.



### ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

После длительного господства командно-административной системы в экономике России на рубеже 1980—90-х годов начался переход к рыночным отношениям, сопровождавшийся разгосударствлением экономики, появлением большой разницы в доходах населения, введением свободного ценообразования, ростом инфляции и безработицы.

Сегодня отечественная экономика, как и экономика большинства современных государств мира, смешанная. Однако она имеет свои особенности, оказывающие воздействие на ее функционирование и развитие:

✓ экономика нашей страны — это крупномасштабная экономика, что определяется большой территорией (17,1 млн км<sup>2</sup>) и численностью населения (146,9 млн жителей на 1 января 2018 года) государства;

✓ Россия богата различными природными ресурсами (земельными, минерально-сырьевыми, лесными, водными и другими);

✓ в экономике нашей страны преобладает сырьевой сектор, то есть отрасли, связанные с добычей сырья и его первичной переработкой. Существенная доля товаров, продаваемых в стране, произведена за рубежом, а охват рынка местными товаропроизводителями достаточно слабый;

✓ на территории России проживают представители более 100 национальностей, она включает в себя 85 субъектов (регионов), каждый из которых уникален по структуре природных ресурсов, уровню экономического развития, особенностям управления и другим характеристикам и обладает определенным экономическим потенциалом.

Экономический потенциал (от лат. *potentia* — совокупность средств, возможностей, необходимых для чего-либо) характеризует способность экономики региона осуществлять экономическую деятельность. Он зависит от географического положения, природных ресурсов, средств производства, количества и качества трудовых ресурсов, состояния науки, здравоохранения, образования и других характеристик.



**Экономический потенциал** — это совокупность ресурсов, которые могут быть задействованы для достижения экономических целей.

Нижегородская область располагается в центре европейской части Российской Федерации. Она занимает территорию 76,6 тыс. км<sup>2</sup>, на которой проживает 3,235 млн человек (по данным на 1 января 2018 года). Область имеет выгодное географическое положение, около 18,9 тыс. км автомобильных дорог и более 1,2 тыс. км железнодорожных путей, а также международный аэропорт. Кроме того, по территории области проходит более 1,1 тыс. км судоходных водных путей. Основной водной магистралью является Волга — крупнейшая река Европы.

В Нижегородской области работает много промышленных предприятий. Высока доля области в производстве таких видов продукции, как автобусы, грузовые автомобили, стальные трубы, бумага, а также в переработке нефти. Регион занимает лидирующие позиции по развитию науки и новых технологий.

Местное руководство уделяет внимание развитию социальной сферы: здравоохранения, образования, культуры, искусства и туризма. Для развития последнего у Нижегородской области есть большие возможности.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

**А.** Какие особенности имеет экономика России в настоящее время? Перечислите их и дайте им краткую характеристику.



**Б.** Что такое экономический потенциал?

**В.** От каких характеристик зависит экономический потенциал региона?

**2 Выскажите свое мнение.**

**А.** Английский философ Фрэнсис Бэкон сказал: «Три вещи делают нацию великой и благоденствующей: плодородная почва, деятельная промышленность и легкость передвижения людей и товаров». Согласны ли вы с этим высказыванием? Как вы считаете, есть ли все это у России? Что еще, по вашему мнению, необходимо, чтобы Россия стала процветающей страной?

**Б.** «Волга для России — это гораздо больше, чем река», — писал поэт Е. А. Евтушенко. Какое значение имеет Волга для экономического развития Нижегородской области? Ответ поясните.



## **МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Подготовьте сообщение о каком-либо предприятии Нижнего Новгорода или Нижегородской области, сумевшем добиться успеха. В сообщении укажите: название предприятия, место его расположения, год возникновения, отрасль, к которой оно относится, и товары (услуги), которые производит. По возможности сделайте выводы о том, что способствует успеху этого предприятия.

**Б.** Нижний Новгород является административным центром Нижегородской области. Большую

известность он получил в XIX веке как место проведения самой крупной ярмарки России, которая ежегодно организовывалась на Стрелке — у слияния Оки и Волги. Именно тогда появилась поговорка: «Петербург — голова России, Москва — ее сердце, а Нижний Новгород — карман». Как вы думаете, может ли город претендовать на эту роль в настоящее время? Напишите эссе на данную тему.

## Урок 1.6.    **ФАКТОРЫ ПРОИЗВОДСТВА И ФАКТОРНЫЕ ДОХОДЫ. ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТЬ ФАКТОРОВ ПРОИЗВОДСТВА**

Многое из того, что традиционно воспринимается как образцовое выполнение своих обязанностей, на самом деле является лишь бледной тенью того, что в принципе можно достичь на данном рабочем месте.

*Питер Друкер,  
американский экономист*



### **ВЫ НАУЧИТЕСЬ**

- ✓ Классифицировать факторы производства.
- ✓ Объяснять особенности и взаимосвязь факторов производства, факторных доходов.
- ✓ Объяснять, какое значение для экономики страны имеет рост производительности труда.
- ✓ Рассчитывать производительность факторов производства.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**Прочитайте текст. Представьте, что вы решили организовать гостиницу для кошек и собак. Выполните задания и ответьте на вопросы.**

### **Гостиница для кошек и собак**



Многие любители кошек и собак, отправляясь на отдых или в командировку, сталкиваются с проблемой, что делать с домашним питомцем в период своего отсутствия. Тогда на помощь может прийти гостиница для животных. Активный интерес к этому виду бизнеса проявляют многие предприниматели, однако организация его — дело специфическое и непростое, требующее определенных знаний и опыта.

#### *Вопросы и задания*

1. Перечислите факторы производства, которые вам для этого понадобятся, распределив их на три группы: труд, земля и капитал.

2. Подумайте, можно ли назвать денежные средства, на которые будет покупаться то, что необходимо для открытия гостиницы, факторами производства? Ответ поясните.

3. Как вы думаете, необходимы ли вам предпри-

нимательские способности для того, чтобы организовать этот вид бизнеса и добиться в нем успеха? Ответ аргументируйте.



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Вы уже знаете, что к факторам производства относят все экономические ресурсы, участвующие в процессе производства. Каждый из факторов приносит своему владельцу определенный доход.

Так, деятельность человека, направленная на создание каких-либо благ, то есть фактор производства «труд», приносит доход в виде заработной платы, размер которой зависит от образования и навыков работника, опыта и способности трудиться, а также от востребованности специалиста на рынке труда.

Природные ресурсы, используемые в производстве, относят к фактору производства «земля». Его владелец получает доход в виде земельной ренты. Когда говорят о земле как о производственном факторе, то включают сюда не только различные земли, но и полезные ископаемые, водные и воздушные ресурсы, растительный и животный миры.

Под капиталом (от лат. *capitalis* — главный) в широком смысле понимают все то, что приносит его владельцу доход. Реальный капитал включает в себя материальные блага, созданные человеком и используемые им в производстве, именно их и относят к фактору производства «капитал». А финансовый капитал, то есть деньги и ценные бумаги, к факторам производства не относится, потому что напрямую в процессе производства не участвует. Владелец капитала получает доход в виде процента.

Ни один из факторов производства в отдельности не может произвести продукт. Для этого необходим предприниматель, способный принимать различные решения и нести ответственность за них, обдуманно рисковать и внедрять нововведения. Предпринимательские способности как фактор производства характеризуются умением соединять вместе и эффективно использовать другие факторы производства для создания благ. Основной целью любого предпринимателя является прибыль.

Такая классификация факторов производства не является окончательной. В условиях современного общества все большее значение приобретает информация, которую многие ученые называют пятым фактором производства.

Каждый из участвующих в производстве факторов имеет свой показатель производительности.



**Производительность фактора производства** — это объем произведенной продукции в расчете на единицу этого фактора за некоторый период времени.

Показатели производительности факторов производства можно вычислить с помощью следующих формул:

$$AP_L = \frac{TP}{Lt} \text{ — производительность труда;}$$

$AP_K = \frac{TP}{Kt}$  — производительность капитала, или капиталоотдача;

$AP_1 = \frac{TP}{lt}$  — производительность земли, или урожайность,

где  $AP_L$  — производительность труда,  
 $AP_K$  — капиталодоход,  
 $AP_1$  — урожайность,  
 $TR$  — объем произведенной продукции,  
 $K$  — количество капитала,  
 $L$  — количество работников,  
 $l$  — количество гектаров земли,  
 $t$  — время работы фактора производства.

Чем выше производительность факторов производства, тем меньше потребуется их затратить для изготовления данного продукта, то есть использование факторов производства становится более эффективным. Одним из основных показателей эффективности производства отдельного предприятия, отрасли и страны в целом является производительность труда. Постоянно увеличивая производительность труда, можно обеспечить максимально возможное удовлетворение потребностей общества.

Факторы производства связаны между собой, поэтому изменение одного из них влечет за собой изменение других. Наибольшего результата можно добиться при оптимальном сочетании факторов производства.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Что такое факторы производства?

Б. На какие группы делятся факторы производства?

В. Что относят к фактору производства «труд»? Как называется доход на этот фактор производства?

Г. Что включает в себя фактор производства «земля»? Как называется доход, который получает владелец этого фактора производства?

Д. Что относят к фактору производства «капитал»? Относятся ли деньги к этому фактору производства? Как называется доход на этот фактор производства?

Е. Почему предпринимательские способности относят к факторам производства? Как называется доход на этот фактор?

Ж. Что называют пятым фактором производства?

З. Что такое производительность факторов производства?

И. Как и с помощью какого показателя определяется производительность труда?

К. Какие показатели используются для определения производительности земли и капитала?

**2 Прочитайте эпиграф к уроку. Ответьте на вопросы.**

А. Согласны ли вы с высказыванием Питера Друкера? Ответ аргументируйте.

Б. Как вы думаете, почему увеличение производительности труда является одним из основных показателей экономического роста в стране?

В. Какие основные способы увеличения производительности труда вы можете назвать?

**3 Как вы думаете, может ли приносить доход владение фактором производства «информация»? Если да, то приведите примеры подобных ситуаций. Какой доход принесет этот фактор производства в каждой из таких ситуаций?**



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.

А. Напишите эссе (не более 1 страницы) на одну из тем (по вашему выбору):

✓ «Если труд, то труд такой уж, чтоб и польза была, и честь» (Луцилий Гай, латинский поэт);

✓ «Капитал — это часть богатства, которой мы жертвуем, чтобы умножить свое богатство» (Альфред Маршалл, английский экономист).

Б. На примере организации, в которой работают ваши родители или родственники, предложите как можно больше способов повышения производительности труда.

## Уроки 1.7–1.8. СТОИМОСТЬ КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ

Всякий расточитель — враг общества,  
всякий бережливый человек — благодетель.

*Адам Смит,  
шотландский экономист*



## ВЫ НАУЧИТЕСЬ

✓ Объяснять на примере возможность рационального использования электроэнергии, воды, тепла в жилище.

✓ Объяснять принципы расчета стоимости коммунальных услуг.





## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**Прочитайте текст. Ответьте на вопросы и выполните задания.**

### **Дом с нулевым энергопотреблением**



Энергия является основой жизни на Земле, поэтому с давних пор человек искал новые способы ее получения и экономии. По некоторым оценкам, в течение XX века производство энергии увеличилось приблизительно в 2000 раз, что привело к существенному сокращению топлива для ее получения.

В 2009 году Европейским парламентом была принята резолюция, в соответствии с которой все новые здания, начиная с 2019 года, должны иметь нулевое энергопотребление, то есть должны быть способны вырабатывать энергию из возобновляемых источников и потреблять ее в течение года. Как правило, это означает необходимость установки солнечного коллектора, который собирает энергию солнца и использует ее для нагрева воды, а также солнечной батареи, то есть устройства, которое преобразует солнечную энергию в электрический ток.

### *Вопросы и задания*

1. Какие еще факторы, кроме ограниченности топлива для получения энергии, заставляют ученых заниматься разработкой таких домов?

2. Какими характеристиками должен обладать дом, способный экономно потреблять энергию? Можно ли наделить ими ваш дом или квартиру?

3. Человек с древнейших времен изобретал способы преобразования энергии для своих потребностей (например, парус для использования энергии ветра). Приведите другие примеры способов преобразования и использования энергии. Какие из них можно было бы использовать при создании дома?



### **ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ**

**Жилищно-коммунальные услуги** — это услуги, оказываемые потребителю для обеспечения комфортных условий жизни.

К **жилищным** относятся услуги по содержанию и ремонту общего имущества в многоквартирном доме и по управлению им.

К **коммунальным** услугам относят горячее и холодное водоснабжение, водоотведение, поставку газа и электричества, отопление. Правила предоставления коммунальных услуг гражданам устанавливает Правительство РФ.

Коммунальные услуги делят на индивидуальные и общедомовые. Так, например, электричество, которое расходуется на то, чтобы освещать вашу кухню, — это индивидуальная услуга. Но электроэнергия, которая нужна для того, чтобы работал лифт или горела лампочка на лестничной клетке, — услуга обще-

домовая. Каждый потребитель обязан полностью оплачивать индивидуальные коммунальные услуги, а также свою долю в общедомовых нуждах.

Размер платы за коммунальные услуги рассчитывается исходя из двух составляющих:

- ✓ тарифа, то есть цены за единицу коммунального ресурса;
- ✓ объема потребления, то есть количества потребляемого коммунального ресурса.

Тарифы на коммунальные услуги утверждают региональные органы государственной власти.

Объем потребленного ресурса высчитывают по показаниям счетчика (если он установлен), по среднемесячному объему потребления за последние 6 месяцев (если прибор учета установлен, но показания счетчика вовремя не переданы) или исходя из нормативов потребления (если счетчик не установлен).

Плата за некоторые услуги зависит от того, сколько человек зарегистрировано в квартире, а другие услуги (например, отопление) мы оплачиваем в зависимости от площади квартиры.

Рассмотрим, как определяется размер платы за потребленные ресурсы на примере холодной воды. Допустим, тариф на холодную воду — 12 рублей 10 копеек за 1 кубометр воды.

*Расчет размера платы по прибору учета:* пусть жители по счетчику потребили 5 куб. м холодной воды. В этом случае плата за коммунальную услугу составит: 5 куб. м  $\times$  12,10 руб. = 60 рублей 50 копеек.

*Расчет размера платы исходя из среднемесячного объема потребления коммунального ресурса:* допустим, в квартире за предыдущие 6 месяцев по счетчику потребили 21 куб. м холодной воды, а в этом месяце показания жители не подали. Тогда среднемесячный

объем потребления составит:  $21/6 = 3,5$  куб. м воды. Соответственно, размер платы в текущем месяце будет:  $3,5 \text{ куб. м} \times 12,10 \text{ руб.} = 42$  рубля 35 копеек.

*Расчет размера платы по нормативу:* допустим, в квартире зарегистрировано 2 человека, норматив по холодному водоснабжению составляет 4,2 куб. м на 1 человека (в каждом субъекте РФ действует свой норматив). Размер платы в этом случае составит:  $4,2 \text{ куб. м} \times 2 \text{ чел.} \times 12,10 \text{ руб.} = 101$  рубль 64 копейки.

Способы начисления платы за коммунальные услуги и тарифы на них время от времени корректируются, поэтому жители должны отслеживать эти изменения.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Какие услуги относят к жилищным услугам? Какие услуги относят к коммунальным услугам?

Б. На какие две группы можно разделить коммунальные услуги? Приведите примеры услуг, входящих в каждую из групп.

В. От каких показателей зависит размер платы за коммунальные услуги?

Г. Кто устанавливает тарифы на коммунальные услуги?

Д. Перечислите возможные способы расчета объема потребленных коммунальных услуг.

### ❷ Выскажите свое мнение.

А. Представьте, что цена на коммунальное водоснабжение выросла в несколько раз. Уменьшится ли

количество воды, потребляемой населением? Объясните свою точку зрения.

**Б.** С 2015 года для жителей, не установивших приборы учета, при начислении платы за коммунальные услуги используется повышающий коэффициент, который каждые полгода увеличивался и в 2017 году стал равен 1,6. Например, в январе 2015 года жильцы, не имеющие своего счетчика, платили за услуги на 10 % больше, чем в конце 2014 года, с начала 2017 года разница составила уже 60 %. Как вы думаете, с чем связана такая государственная мера? Будет ли это стимулировать жителей устанавливать приборы учета и почему?

**В.** Как вы понимаете смысл высказывания английского экономиста Адама Смита, представленного в эпиграфе к уроку? Согласны ли вы с этой мыслью? Можно ли такие слова отнести к оплате коммунальных услуг? Приведите примеры расточительства и бережливости людей в сфере коммунальных услуг.

**Г.** Вернитесь к ситуации, описанной в тексте к уроку. Представьте, что такую резолюцию решили принять и в России. Скорее всего, нашлись бы сторонники и противники такого решения. Попробуйте путем обсуждения определить аргументы обеих сторон.



## **МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Напишите эссе на тему «Если бы я стал министром ЖКХ...»

**Б.** Составьте памятку по экономии электроэнергии, потребляемой вашей семьей.

## Урок 1.9. ОЦЕНКА КАЧЕСТВА КОММУНАЛЬНЫХ УСЛУГ, ПОТРЕБЛЯЕМЫХ СЕМЬЕЙ

Дома строятся для того, чтобы там жить,  
а не для того, чтобы на них смотреть.

*Фрэнсис Бэкон,  
английский философ*

Качество — это когда все делаешь правильно,  
даже если никто не смотрит.

*Генри Форд,  
американский промышленник*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Называть требования к качеству коммунальных услуг.
- ✓ Объяснять соответствие качества коммунальных услуг, потребляемых семьей, принятым нормам.



### ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**Внимательно рассмотрите картинку и ответьте на вопросы.**



### Вопросы

1. На какую проблему, на ваш взгляд, хотел обратить внимание художник? Опишите ее.
2. Как вы считаете, что может ответить жительница квартиры в ответ на это высказывание героя карикатуры? Сформулируйте критерии качества той услуги, о которой идет речь.
3. Должен ли потребитель оплачивать услуги ненадлежащего качества? Почему?



### ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Коммунальные услуги имеют свои особенности, отличающие их от других видов услуг. Так, потребитель, как правило, не может отказаться от получения этих услуг или выбрать их исполнителя. Однако качество жизни населения во многом зависит от качества коммунальных услуг.



**Качество** — совокупность полезных свойств, позволяющих удовлетворять определенные потребности.

Параметры качества коммунальных услуг разрабатывает Правительство Российской Федерации. Например, холодная и горячая вода должны быть доступны жильцам дома всегда. Отключения холодной и горячей воды и перерывы в водоотведении из-за аварий разрешены не дольше чем на 4 часа и не более чем на 8 часов в месяц в целом. Горячая вода может быть также отключена из-за профилактических и ремонтных работ, но не более чем на 14 дней в году. Кроме того, вода должна соответствовать са-

нитарным нормам по составу и давлению подачи, температура горячей воды должна быть 60—75 градусов Цельсия.

Электроснабжение населения также должно быть бесперебойным. Допустимая продолжительность его перерыва — от 2 до 24 часов в зависимости от источника питания. Электроэнергия должна соответствовать стандартам по напряжению и частоте тока. Допустимый перерыв в газоснабжении должен быть не более 4 часов в течение месяца. Газ должен соответствовать всем требованиям стандартов и иметь определенное давление. Прекращение отопления возможно не более чем на 16 часов одновременно или не более 24-х часов в течение месяца. Температура воздуха в жилом помещении должна быть не меньше 18 градусов, а для угловых квартир не менее 20 градусов Цельсия.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

**А.** Что такое качество? Почему качество коммунальных услуг имеет особую важность для их потребителя?

**Б.** Кто разрабатывает параметры качества коммунальных услуг?

**В.** Перечислите основные требования к качеству оказания следующих услуг:

- ✓ обеспечение населения холодной водой;
- ✓ обеспечение населения горячей водой;
- ✓ электроснабжение;
- ✓ газоснабжение;
- ✓ отопление.



## ② Выскажите свое мнение.

Какие неблагоприятные последствия и опасности для потребителя могут возникнуть при предоставлении коммунальных услуг ненадлежащего качества?



### МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Согласны ли вы с высказываниями, представленными в эпиграфах к уроку? Напишите эссе по любому из них.

**Б.** Нарисуйте постер «Качество коммунальных услуг».



### ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ

#### **Новая модель рынка тепла — приток инвестиций в отрасль**

Россия является мировым лидером по производству и потреблению теплоэнергии. Вместе с тем сфера теплоснабжения находится не в лучшем состоянии: изношены производственные фонды, растет аварийность на теплосетях, отрасль непривлекательна для инвесторов. Энергетические компании недовольны регулированием тарифов и выступают за новую модель рынка тепла...

Новая модель должна привести к изменению взаимоотношений в отрасли и изменению подхода к формированию тарифов.

Для каждого региона будет установлен предельный тариф. Если существующий тариф на тепло в

регионе окажется выше — он будет снижен, если ниже — поэтапно доведен до необходимого уровня. Власти полагают, что новая модель окажется выгодной как потребителям, так и участникам рынка.

По данным Минэнерго, сейчас в стране только 25 % энергокотлов и 36 % турбин моложе 30 лет. Потери тепла при производстве и передаче теплоэнергии в разы превышают показатели в развитых странах. При этом теплоснабжение... составляет более 50 % в платежке гражданина за ЖКУ...

Сами тарифы сильно отличаются по регионам: в Республике Алтай стоимость гигакалории достигает порядка трех тысяч рублей, в Иркутской области — меньше тысячи рублей...

С целью недопущения завышения цен государство предлагает сохранить за собой регулирование предельного уровня цен на тепло. Также предлагается установить ограничительные меры увеличения тарифов...\*

### *Вопросы*

1. К какому, на ваш взгляд, разделу экономики можно отнести эту статью — микроэкономике или макроэкономике? Ситуацию в региональной или отраслевой экономике она характеризует?

2. Как вы думаете, может ли потребитель отказаться от использования той услуги, о которой написано в статье? Какую потребность она удовлетворяет? Отнесите эту потребность к одному из уровней пирамиды Маслоу.

---

\* РИА Новости [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ria.ru/economy/20170407/1491795056.html> (дата обращения 15.12.2017).

3. Характерные черты какой экономической системы упоминаются в статье? Перечислите их.

4. Производительности какого фактора производства в статье уделяется особое внимание? Как вы думаете, почему производительность этого фактора имеет такое большое значение? Может ли низкая производительность этого фактора оказывать воздействие на размер тарифов на отопление? Предложите свои варианты решения проблемы.

5. Перечислите другие проблемы, которые обозначены в статье.

6. Какие способы решения поставленных проблем обозначены в статье? Если сможете, предложите свои способы их решения.



## СПРОС

### Урок 2.1. СПРОС. МОДЕЛЬ СПРОСА

Даже очень бедный человек может,  
в определенном смысле слова,  
обладать спросом на карету,  
запряженную шестеркой лошадей;  
он может даже желать иметь ее;  
но его спрос никогда не станет реальным спросом,  
поскольку этот товар никогда не поступит на рынок  
для удовлетворения желаний именно этого человека.

*Адам Смит,  
шотландский экономист*

На что спрос, на то и цена.  
*Русская народная пословица*

И дорого продают, да проживаются.  
И дешево продают, да наживаются.  
*Из заповедей русских купцов*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Объяснять закон спроса на конкретных примерах.
- ✓ Объяснять различие между индивидуальным и рыночным спросом.
- ✓ Применять способы моделирования спроса: шкалу, график, формулу для решения задач.

- ✓ Определять понятие общей выручки продавца как расходов покупателя на приобретение товара.
- ✓ Рассчитывать общую выручку продавца как расходов покупателя на приобретение товара.
- ✓ Строить графики индивидуального и рыночного спроса и выражать их аналитическими формулами.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

1. Посмотрите на картинку. Опишите то, что на ней нарисовано, используя следующие экономические термины: спрос, величина спроса, рынок, покупатель, продавец, цена спроса.



2. Три покупателя внимательно изучили рекламу нового автомобиля. Первый решил, что цена автомобиля слишком высока, и воздержался от покупки; второму покупателю не понравился салон автомобиля, хотя цена его не смутила; а третий остался доволен всем и оформил сделку. Кто из покупателей предъявил спрос на автомобиль? Выберите верный ответ и объясните его.

*Варианты ответов:*

- 1) первый покупатель;
- 2) второй покупатель;
- 3) третий покупатель;

4) все покупатели предъявили спрос на автомобиль.



## **ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ**

Взаимодействие факторов производства и функционирование экономики в стране во многом определяются типом экономической системы. Большинство современных национальных экономических систем смешанные. Они основываются на регулируемом государством рыночном механизме, заключающемся во взаимодействии спроса, предложения и цены. В 7-м классе вы уже узнали эти важнейшие экономические понятия. Поговорим о них подробнее.

Вам известно, что существует обратная зависимость между ценой товара и величиной спроса на него. Цена на товар является своеобразным барьером при его покупке, и чем выше этот барьер, тем меньше желания его преодолеть. Так как многие товары можно заменить другими, покупатели могут отказаться от покупки товаров, цена на которые растет, заменяя их более дешевыми. Кроме того, при приобретении каждой дополнительной единицы блага, потребности покупателя постепенно насыщаются, поэтому он становится все менее заинтересован в приобретении этого товара или услуги по прежней цене.

Однако снижение цены может искусственно стимулировать рост потребностей у покупателя. Например, даже если у него уже есть телевизор, желание приобрести новый, более современный, может возникнуть, если цена на телевизоры будет существенно снижена.

Закон спроса можно выразить разными способами: шкалой, графиком и уравнением. Шкала спроса представляет таблицу, демонстрирующую, какое количество товара будет куплено по различным ценам. Так, шкала спроса на леденцы может выглядеть следующим образом.

Цена товара (P), руб.	Величина спроса ( $Q_d$ ), шт.
5	10
4	20
3	30
2	40
1	50

По цене 1 рубль покупатель согласен купить 50 леденцов (не больше). По цене 2 рубля — не больше 40 леденцов и т. д. С ростом цены величина спроса на леденцы снижается.

Используя данные таблицы, можно изобразить спрос на леденцы на графике (рис. 1). Каждая точка на графике (А, Б, В, Г, Д) демонстрирует максимальное количество товара, которое может приобрести покупатель по данной цене. Линия, соединяющая эти точки на графике, которые выражают величину спроса ( $Q_d$ ) при каждом значении цены, и называется кривой спроса.

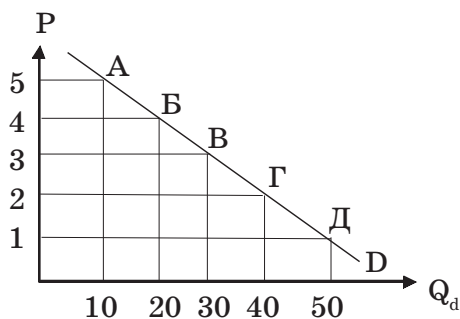


Рис. 1

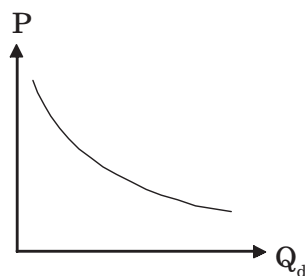


Рис. 2

График спроса может иметь не только линейный вид, но и вид кривой (см. рис. 2). Кривая спроса наклонена вниз, слева направо, имеет нисходящий вид, что говорит об обратной зависимости величины спроса ( $Q_d$ ) от цены ( $P$ ).

Зависимость величины спроса от цены может быть описана и аналитически, то есть с помощью уравнения.

Общий вид линейной кривой спроса можно представить следующим образом:

$Q_d = a - b \times P$ , где  $a$  и  $b$  — некоторые заданные параметры.

Параметр  $a$  демонстрирует максимально возможный спрос на рынке на данный товар. Параметр  $b$  отвечает за угол наклона кривой спроса относительно оси  $X$ . Знак «минус» в уравнении свидетельствует об обратной зависимости, то есть об отрицательном наклоне кривой спроса.

Зная эти параметры, можно построить кривую спроса. Для этого необходимо, подставляя разные значения цены в уравнение, рассчитать величину спроса при данных ценах.

Рассмотрим, как это происходит, на следующем примере.

Пусть спрос на картофель на одном из рынков Нижнего Новгорода описывается следующим уравнением:  $Q_d = 100 - 5P$ . Построим шкалу спроса, задав два произвольных значения цены.

Цена картофеля ( $P$ ), руб.	Величина спроса на картофель( $Q_d$ ), кг
15	25
10	50



По шкале спроса построим кривую спроса (рис. 3).

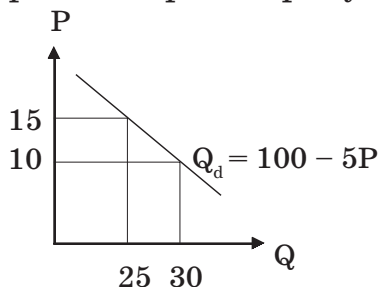


Рис. 3

В реальной жизни спрос на любой товар предъявляют не один потребитель (индивидуальный спрос), а несколько потребителей (рыночный спрос). Например, если на рынке конфет существовало бы всего 3 покупателя и покупатель Иванов приобретал 1 коробку конфет в месяц, Петров — 2, а Сидоров — 9, то суммарный рыночный спрос составил бы 12 коробок конфет в месяц.



**Индивидуальный спрос** — спрос конкретного потребителя.

**Рыночный спрос** — спрос, предъявляемый на товар всеми покупателями.

Рассмотрим это на следующем примере.

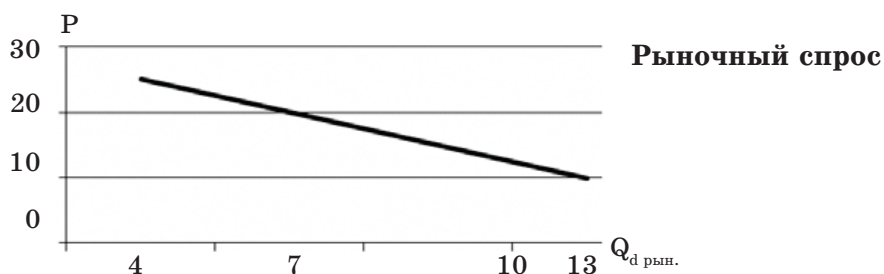
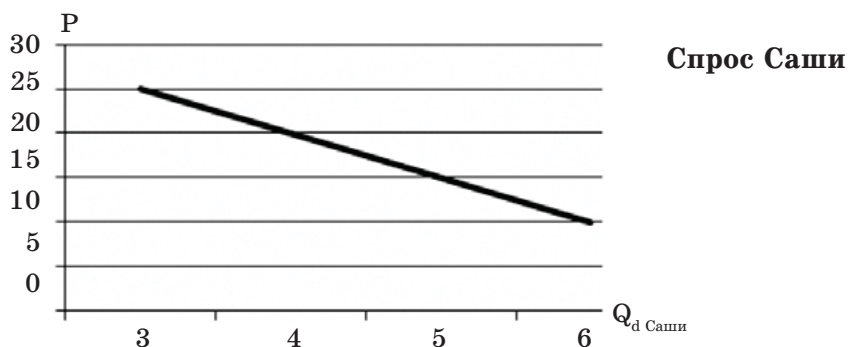
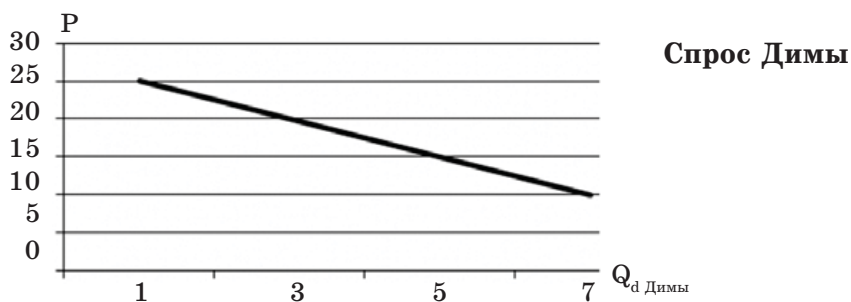
Одноклассники Дима и Саша очень любят плюшки, которые пекут в школьной столовой. Спрос каждого из мальчиков представлен в таблицах.

Цена плюшки (P)	Величина спроса Димы ( $Q_{d \text{ Димы}}$ )	Цена плюшки (P)	Величина спроса Саши ( $Q_{d \text{ Саши}}$ )
10	7	10	6
15	5	15	5
20	3	20	4
25	1	25	3

Суммируя величины спроса обоих мальчиков при различных значениях цены, получаем шкалу рыночного спроса на плюшки.

Цена плюшки (P)	Величина рыночного спроса ( $Q_{d \text{ рын.}}$ )
10	13
15	10
20	7
25	4

Изобразим графики спроса Димы и Саши, а также график рыночного спроса.



Зная шкалу спроса, можно получить уравнение спроса. Составим уравнение спроса на плюшки Димы.

Нам известен общий вид уравнения спроса:  $Q_d = a - bP$ . Для того чтобы найти коэффициенты  $a$  и  $b$ , необходимо составить систему уравнений и решить ее.

*Дано:*

$$P_1 = 10 \text{ руб.}; P_2 = 15 \text{ руб.}; Q_1 = 7 \text{ шт.}; Q_2 = 5 \text{ шт.};$$

*Решение:*

1. Общий вид уравнения функции спроса:

$$Q_d = a - b \times P$$

2. Известны  $P_1$  и  $Q_1$ ,  $P_2$  и  $Q_2$ . Составим систему уравнений:

$$\begin{cases} 7 = a - b \times 10 \\ 5 = a - b \times 15 \end{cases}$$

При решении системы получаем  $b = 0,4$ ,  $a = 11$ . Следовательно, уравнение спроса Димы на плюшки выглядит следующим образом:  $Q_{d \text{ Димы}} = 11 - 0,4 \times P$ .

Подобным же образом можно получить уравнение спроса на плюшки Саши:  $Q_{d \text{ Саши}} = 8 - 0,2 \times P$ .

Найти уравнение рыночного спроса можно с помощью суммирования уравнений индивидуального спроса в диапазоне цен, по которым оба покупателя согласны купить товар.

Найдем максимальную цену, по достижении которой Дима откажется покупать плюшки:

$$Q_{d \text{ Димы}} = 11 - 0,4 \times P = 0, P_{\text{Димы max}} = 27,5 \text{ руб.}$$

$$P_{\text{Саши max}} = 40 \text{ руб.}$$

В диапазоне цен, не превышающем 27,5 рубля, оба покупателя предъявляют спрос на товар и можно определить рыночный спрос с помощью суммирования уравнений индивидуального спроса:

$$Q_{d \text{ рын.}} = Q_{d \text{ Димы}} + Q_{d \text{ Саши}} = (11 - 0,4 \times P) + (8 - 0,2 \times P)$$

$Q_{d \text{ рын.}} = 19 - 0,6 \times P$  — уравнение рыночного спроса на плюшки.

Рыночный спрос соответствует этому уравнению только в том диапазоне цен, в котором оба покупателя согласны приобрести товар, то есть при цене не выше 27,5 рубля. Покупать товар по цене от 27,5 до 40 рублей будет только Саша. Если цена на плюшки станет выше 40 рублей, то спрос на них будет отсутствовать совсем.

Зная цену товара и величину рыночного спроса на него, можно определить, сколько денег потратят покупатели на приобретение товара, то есть какую сумму получит продавец при его продаже.

Так, если при цене 20 рублей рыночный спрос будет составлять 7 плюшек, то покупатели потратят на приобретение этого товара 140 рублей. Столько же составит общая выручка продавца от продажи этого товара.

Общая выручка обозначается английскими буквами TR (от англ. *total revenue*)

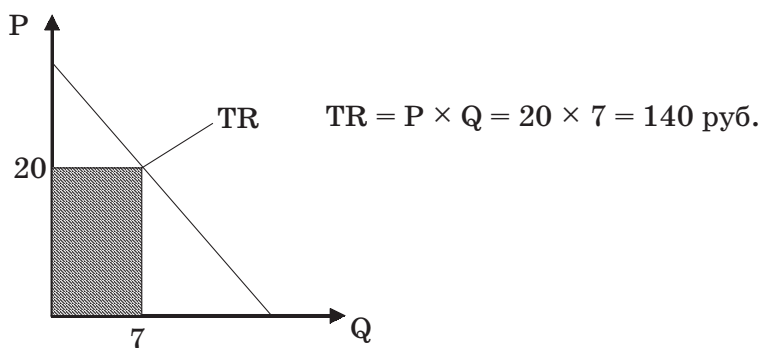


Рис. 4. Графическое определение общей выручки (дохода)

Общие расходы потребителей и выручка продавца определяются площадью затемненного прямоугольника на рис. 4.



$$TR = P \times Q,$$

где TR — общая выручка продавца,  
P — цена, которую заплатили покупатели за приобретение товара,  
Q — количество товара, которое было приобретено покупателями



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Почему говорят, что цена является барьером при покупке товара?

Б. Что такое шкала спроса?

В. Что такое кривая спроса?

Г. Какой вид имеет уравнение спроса?

Д. Какой наклон имеет кривая спроса и почему?

Е. Что такое индивидуальный и рыночный спрос?

Как определить рыночный спрос?

Ж. Что такое выручка? Как определить выручку продавца, если известна цена товара и величина спроса на него?

❷ Составьте определение слова «выручка» из предложенных слов. Слова поставьте в нужной форме.

Выручка — это...

*Расходы, приобретения, сумма, товар, покупатель.*

### **3 Работа в парах. Выскажите свое мнение.**

**А.** Существует мнение, что снижение цены на товар оказывает на покупателя большее воздействие, чем реклама этого товара. Согласны ли вы с этим утверждением? Почему? Вспомните ситуации, когда вы приобретали товары только потому, что в данный момент цена на них была снижена.

**Б.** Закон спроса «работает» не всегда. Существуют ситуации, когда покупатели воспринимают уменьшение цены товара как сигнал о снижении его качества или престижности, что приводит к понижению спроса на него. Такое явление получило название «эффект Веблена» или «парадокс Веблена» по имени американского экономиста, открывшего его.

Какими свойствами должны обладать товары, чтобы спрос на них изменялся подобным образом? Приведите примеры таких товаров.

**В.** Как вы думаете, почему вновь появившиеся на рынке организации часто ведут себя «неразумно» и предлагают товары и услуги по ценам существенно ниже, чем у их конкурентов? Всегда ли снижение цены на товар означает уменьшение выручки? Поясните ваш ответ, используя определение выручки продавца и закон спроса.



### **МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Напишите эссе (не более 1 страницы) по одному из высказываний, представленных в качестве эпиграфов к уроку.

**Б.** Составьте синквейн по теме «Спрос».

## Уроки 2.2–2.3.    **ФАКТОРЫ СПРОСА**

Качество — это когда возвращается  
покупатель, а не товар.

*Неизвестный автор*

Мы не настолько богаты,  
чтобы покупать дешевые вещи

*Неизвестный автор*

Мода на тот или иной продукт  
зачастую создается имитацией  
массовости спроса на него.

*Евгений Чичваркин,  
российский предприниматель*



### **ВЫ НАУЧИТЕСЬ**

- ✓ Называть факторы, влияющие на величину спроса и спрос.
- ✓ Различать влияние ценовых и неценовых факторов на изменения в спросе.

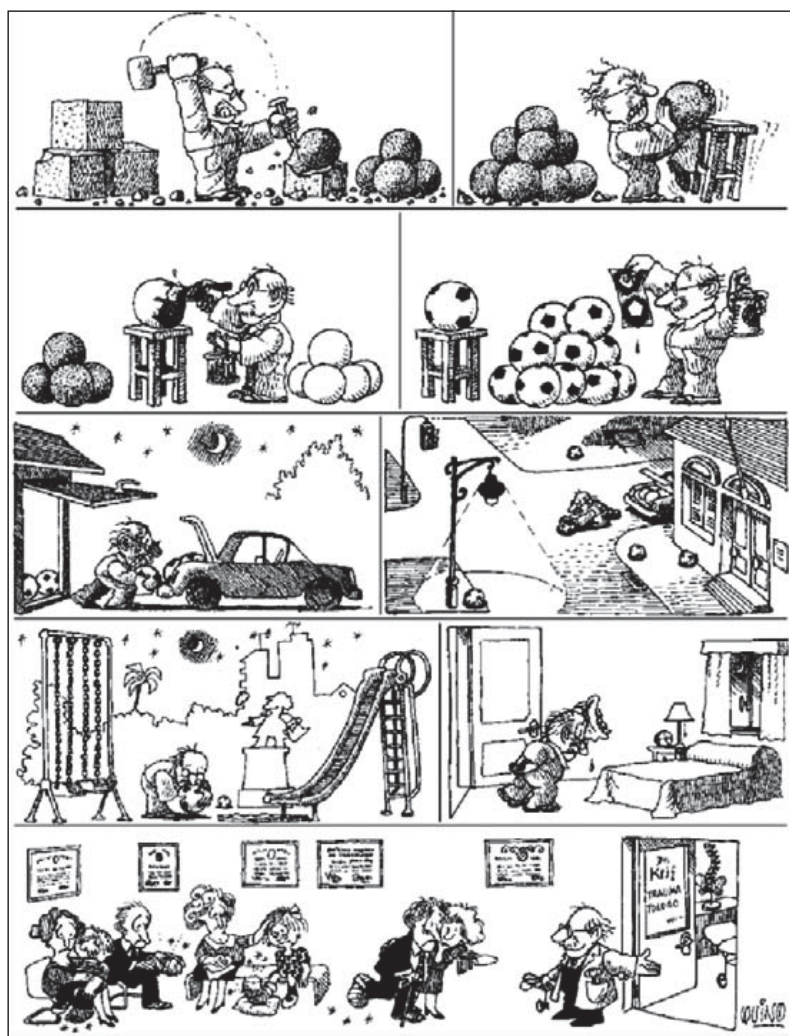


### **ОБСУДИМ ВМЕСТЕ**

**Рассмотрите картинку, на которой владелец частной медицинской клиники пытается увеличить спрос на свои услуги, и ответьте на вопросы.**

1. Может ли предприниматель, выбравший подобный способ увеличения спроса на свои услуги, рассчитывать на долгую и успешную работу на рынке? Ответ поясните.

2. Как вы думаете, позволило бы увеличить количество клиентов клиники снижение цены на услуги, которые она оказывает? Ответ поясните, используя закон спроса.



3. Предложите другие мероприятия, с помощью которых можно было бы увеличить спрос, не снижая цену.



### ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Вы уже знаете, как влияет на величину спроса ( $Q_d$ ) изменение цены товара ( $P$ ). Эту зависимость характеризует закон спроса. Влияние изменения цены



на величину спроса выражается на графике движением точек вверх или вниз по кривой спроса.

На рисунке 1 изображена кривая спроса на учебники. При росте цены на них происходит движение от точки В к точке А, а при снижении — от точки В к точке С. Это значит, что общий спрос на учебники не меняется, меняется лишь объем продаж, то есть величина спроса, в зависимости от уровня цены.

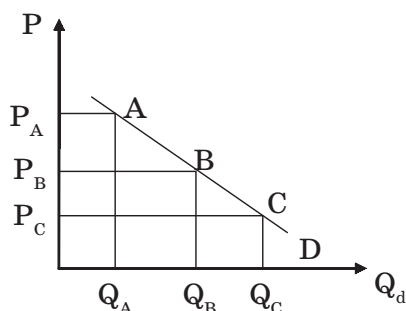


Рис. 1. Кривая спроса

Однако существует и ряд других факторов, влияющих на потребительский спрос. Они называются неценовыми, так как при выяснении влияния этих факторов на спрос считается, что цена остается постоянной.

Влияние неценовых факторов приводит к изменению общего спроса, а не величины спроса, что на графике выражается сдвигом кривой спроса вправо или влево (см. рис. 2).

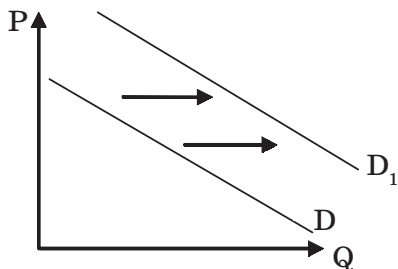


Рис. 2. Увеличение спроса

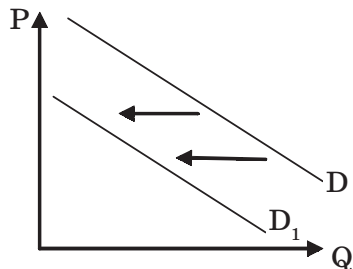


Рис. 3. Снижение спроса

Рассмотрим влияние на спрос различных неценовых факторов.

**Доходы потребителей.** С ростом дохода человек может купить большее количество какого-либо товара. Например, на 9000 рублей покупатель приобретает 30 единиц товара по цене 300 руб. В случае увеличения дохода до 12000 рублей он сможет купить 40 единиц товара по той же цене. С ростом доходов возрастает спрос на товар при каждом значении цены, что на графике выражается сдвигом кривой спроса вправо (рис. 2).

Такая закономерность характерна для большинства товаров, которые относят к «нормальным». Так, по мере роста доходов население покупает больше качественных продуктов питания, товаров длительного пользования, бытовой техники, автомобилей и пр.

Но существуют отдельные виды товаров, которые начинают покупать в большем количестве, если доходы населения падают. Такие товары относят к товарам низшей категории. При росте доходов потребители предпочитают сокращать их покупку или вообще отказываться от таких товаров. Например, с ростом доходов потребители меньше тратят на ремонт одежды и обуви, предпочитая приобретать новые, меньше покупают дешевых и некачественных продуктов питания, избегают подержанных, бывших в употреблении товаров.

**Нормальные товары** — это товары, спрос на которые увеличивается с ростом дохода и уменьшается с сокращением дохода.

**Товары низшей категории** — это товары, спрос на которые уменьшается с ростом дохода и растет, когда доход сокращается.



**Вкусы и предпочтения потребителей.** Этот фактор формирования спроса наименее предсказуемый и самый изменчивый. Именно через него на спрос влияет такой мощный механизм, как мода.

Закономерности проявления этого фактора трудно поддаются изучению, но на него можно повлиять, например через рекламу. Так, американская нефтяная компания «Шелл» удесятирила прибыль благодаря удачной фразе в рекламе: «Посади тигра себе в бак» (тигр — эмблема компании). При росте потребительских предпочтений спрос на товар растет и кривая спроса смещается вправо (рис. 2), и наоборот.

**Цены на товары-заменители.** Почти каждый потребляемый товар может быть заменен на другой, схожий по характеристикам. Такие товары называют товарами-заменителями. В этом случае увеличение цены на один товар приводит к росту потребления его заменителя.



**Товары-заменители** — это взаимозаменяемые товары или услуги, для которых существует прямая связь между ценой на один из них и спросом на товар или услугу, которые могут его заменить.

Товары-заменители создают угрозу для товара, поскольку замещение всегда возможно. Например, чем больше цена на говядину, которую может заменить свинина, тем больше спрос на свинину. В этой ситуации кривая спроса на свинину сдвинется вправо при той же цене на нее (рис. 2).

**Цены на взаимодополняемые товары.** Некоторые товары используются совместно с другими и решают задачу удовлетворения одной и той же потреб-

ности. Такие товары называются взаимодополняемыми. В этом случае рост цены на один из таких товаров приводит к падению спроса на другие товары. К примеру, давно замечено, что рост цен на бензин приводит к падению спроса на автомобили. В этом случае кривая спроса на автомобили сдвинется влево (рис. 3).



**Взаимодополняемые товары** — это товары, которые в совокупности удовлетворяют одну и ту же потребность, при этом рост цены на один из таких товаров приводит к падению спроса на другой.

**Потребительские ожидания изменения цен и доходов.** Ожидания изменения цен — мощный фактор, влияющий на спрос. Ожидание высоких цен в будущем заставляет больше покупать товаров сегодня, что приводит к сдвигу кривой спроса на товары вправо (рис. 2). И наоборот, ожидание падения цен может сократить текущие траты, что сдвигает кривую спроса в обратном направлении (рис. 3).

То же можно сказать относительно будущих доходов. Если ожидается их рост, то люди не экономят и больше тратят на текущие потребности, и наоборот.

**Число покупателей на рынке.** Спрос находится в прямой зависимости от числа покупателей на рынке. Чем их больше, тем больше общий спрос, и кривая спроса сдвигается вправо (рис. 2). С уменьшением количества потребителей спрос сокращается (рис. 3).

Итак, изменение цены товара влияет на величину спроса, в результате на графике происходит движение по кривой спроса вверх или вниз, а сама кривая

спроса не сдвигается. Изменение неценовых факторов изменяет общий спрос, что на графике выражается сдвигом кривой спроса вправо (если спрос растет) или влево (при его уменьшении).



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

**А.** Как влияет на величину спроса изменение цены товара? Как отражается на графике спроса это изменение?

**Б.** Какие факторы относят к неценовым? Как отражается на графике изменение спроса под влиянием неценовых факторов?

**В.** Какие товары относят к нормальным товарам и товарам низшей категории? Как изменение доходов потребителей влияет на спрос на товары каждой из этих групп?

**Г.** Какие товары относят к товарам-заменителям? Приведите примеры таких товаров.

**Д.** Дайте характеристику влияния, которое оказывает на спрос на товар изменение цены того товара, которым можно его заменить.

**Е.** Какие товары называют взаимодополняемыми? На примере любого товара приведите примеры тех товаров, которые его дополняют.

**Ж.** Какое изменение спроса на товар можно ожидать при росте цен на другой товар, дополняющий его?

**З.** Какое влияние оказывают потребительские ожидания изменения цен и доходов на спрос на товары?

**И.** Какова зависимость спроса от числа покупателей на рынке?

**2** Определите, в каких случаях происходит изменение в спросе (D), а в каких — в величине спроса ( $Q_d$ ).

А. После увеличения зарплаты родителей расходы семьи увеличились.

Б. Цена шоколадки повысилась с 45 до 60 рублей, и число покупателей сократилось.

В. После проведения рекламной кампании о пользе здорового питания сбыт чипсов сократился.

Г. Парк аттракционов снизил стоимость билетов на карусели, и число его клиентов увеличилось.

Д. Повышение цен на тростниковый сахар привело к увеличению продаж обычного сахара.

Е. Снижение цен на популярные модели мобильных телефонов привело к увеличению спроса на карты памяти для телефонов.

**3** Прочитайте отрывки из газетных статей. Подумайте, как изменится спрос на шоколад под влиянием описанных в них событий. Кратко поясните, почему вы так думаете.

А. «За последний год цена на шоколад существенно возросла, в то время как стоимость конфет осталась прежней».

Б. «В магазинах появился новый продукт, схожий по вкусу с шоколадом, но имеющий меньшую калорийность и содержащий больше полезных для здоровья веществ».

В. «Исследования финских ученых показали, что люди, которые регулярно употребляют шоколад, даже в преклонном возрасте сохраняют отличную память».

Г. «Снижение доходов россиян привело к тому, что они охотно отказываются от шоколада в пользу более дешевых сладостей».

**4** На примере какого-либо товара или услуги придумайте 3—5 ситуаций, которые могли бы привести к сдвигу кривой спроса на этот товар (услугу) влево или вправо.

**5** Прочитайте информацию и ответьте на вопросы.

По данным Росстата (федеральной службы государственной статистики), реальные доходы граждан России осенью 2016 года снизились, причем падение тогда продолжалось уже 24 месяца подряд. Рост доходов последний раз отмечался в октябре 2014 года. Ослабевший на этом фоне спрос вызвал устойчивое падение объема продаж товаров и услуг.

*Вопросы*

Как вы считаете, может ли в этой ситуации наблюдаться увеличение спроса на какие-либо товары? Как называются эти товары? Приведите примеры таких товаров.



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.

**А.** Напишите эссе (не более 1 страницы) на одну из тем (по вашему выбору):

- ✓ «Влияние моды на спрос»;
- ✓ «Спрос цену повышает».

**Б.** Найдите в интернете или газете заметку об изменении спроса на какой-либо товар. Проанализируйте ситуацию с точки зрения воздействия ценовых и неценовых факторов. Кратко опишите это воздействие.



## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ

**Работая в группе, прочитайте текст и подготовьте ответы на вопросы.**

### **Мир охватывает болезнь «стрессового потребления»**

Современный покупатель все чаще требует новинок. Жизненный цикл товаров, то есть период их существования на рынке, становится все короче. И только что запустивший на рынок новинку производитель уже задумывается, чем же он сможет ее заменить. Поэтому лидерами сегодня становятся те организации, которые успевают быстрее своих конкурентов запускать в производство новые интересные для потребителя товары. А компании, которые не справляются с разработкой новых товаров, сильно рискуют. Такая ситуация сложилась сегодня на рынке одежды, и в других отраслях наблюдаются похожие процессы.

Почему это происходит? Важнейшей причиной такого явления называют то, что существенно изменился сам потребитель и его поведение на рынке. Он все больше стремится приобретать товары не столько для удовлетворения насущных потребностей, сколько под влиянием сиюминутных желаний.

Сегодня, когда срок использования вещей стал приближаться к минимуму, то есть вещи все более становятся одноразовыми, заговорили о том, что мир охватывает болезнь «стрессового потребления».

#### *Вопросы*

1. Какие свойства товаров, кроме цен на них, становятся сегодня наиболее значимыми для формирования спроса?



2. Что, на ваш взгляд, стало причиной ускорения обновления товаров?

3. Подумайте, на рынках каких товаров, кроме одежды, происходит наиболее быстрая замена одних товаров другими. Приведите примеры таких товаров.

4. Как вы понимаете термин «стрессовое потребление».

5. Согласны ли вы с теми, кто заявляет, что «стрессовое потребление» становится в настоящее время серьезной проблемой? В чем опасность такого явления для потребителей и производителей?

6. Предложите свои способы борьбы с дальнейшим распространением «стрессового потребления» в нашей стране.



## ПРЕДЛОЖЕНИЕ

### Урок 3.1. ПРЕДЛОЖЕНИЕ. МОДЕЛЬ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

То, что мы ожидаем на ужин, появится не вследствие доброй воли мясника, пивовара или булочника, а как результат их материального интереса.

*Адам Смит,  
шотландский экономист*

То, что обычно называется кривой предложения, на самом деле является кривой спроса на деньги со стороны тех, кому принадлежат товары.

*Филипп Х. Уикстид,  
британский экономист*

Предложенный товар уже наполовину продан.

*Ноэль Дю Файль,  
французский писатель*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

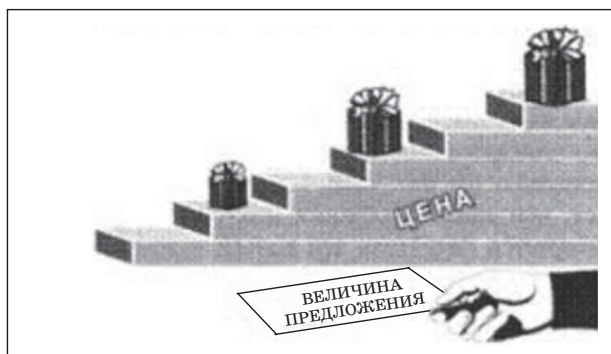
- ✓ Объяснять закон предложения на конкретных примерах.
- ✓ Объяснять различие между индивидуальным и рыночным предложениями.
- ✓ Применять способы моделирования предложения: шкалу, график, формулу для решения задач.

✓ Строить графики индивидуального и рыночного предложений и выражать их аналитическими формулами.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

Посмотрите на картинку и ответьте на вопросы.



1. Что такое величина предложения? Что такое предложение?
2. Какую роль играет цена товара для продавца?
3. Как зависимость между ценой товара и величиной предложения отражается в законе предложения?



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Если на что-то существует спрос, то в экономике обязательно найдутся предприимчивые люди, готовые его удовлетворить. Это производители (продавцы) товаров и услуг, они обеспечивают предложение товаров.

Изучая действия продавцов на рынке, легко заметить, что количество товаров, которое они предлагают

к продаже (величина предложения), также зависит от уровня цен. С ростом цены товара или услуги величина предложения растет. Это происходит потому, что производители, заинтересованные в увеличении прибыли, начинают расширять свое производство.

Сущность закона предложения, так же как и закона спроса, можно выразить тремя способами: шкалой (таблицей), графиком (кривой предложения) и уравнением.

Рассмотрим с помощью шкалы предложение на рынке зерна.

Цена товара (P), тыс. руб.	Величина предложения ( $Q_s$ ), ц
1	10
2	20
3	30
4	40
5	50

При цене в одну тысячу рублей фермер готов предложить на рынок 10 центнеров зерна. По мере возрастания цены величина предложения увеличивается, и наоборот.

Для того чтобы отобразить предложение на графике, нанесем цифры из таблицы на оси координат, отложив величину предложения ( $Q_s$ ) по горизонтальной оси, а цену (P) — по вертикальной. Линия, которая соединяет эти точки (рис. 1), называется кривой предложения (S). Она демонстрирует значения величины предложения при различных ценах при прочих равных условиях. Мы видим, что полученная линия предложения имеет положительный наклон, то есть цена и величина предложения меняются

в одном направлении: когда цена растет, растет и величина предложения, и наоборот. Функция предложения может иметь не только линейный вид (рис. 1), но и вид кривой (рис. 2).

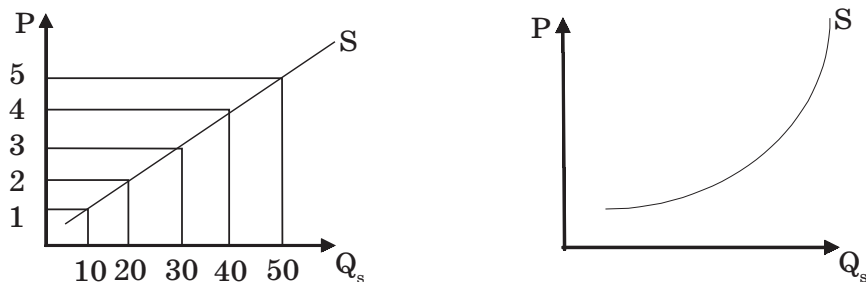


Рис. 1, 2. Графики кривых предложения

Аналитический способ позволяет показать функцию предложения в виде уравнения.

При линейной функции предложения ее уравнение в общем виде выглядит следующим образом:

$Q_s = a + b \times P$ , где  $a$  и  $b$  — некоторые заданные параметры.

Параметр  $a$  соответствует объему предложения при нулевой цене и может иметь любое значение (положительное, отрицательное и нулевое). Параметр  $b$  отвечает за угол наклона. Знак «плюс» в уравнении свидетельствует о положительном наклоне кривой предложения.

Теперь, зная общий вид уравнения предложения, мы можем, используя шкалу предложения, составить уравнение предложения зерна фермером.

Для того чтобы найти коэффициенты  $a$  и  $b$ , необходимо составить систему уравнений и решить ее.

Дано:

$P_1 = 1$  тыс. руб.;  $P_2 = 2$  тыс. руб.;  $Q_1 = 10$  шт.;  
 $Q_2 = 20$  шт.

*Решение:*

1. Общий вид уравнения функции предложения:

$$Q_s = a + b \times P$$

2. Известны  $P_1$  и  $Q_1$ ,  $P_2$  и  $Q_2$ . Составим систему уравнений:

$$\begin{cases} 10 = a + b \times 1 \\ 20 = a + b \times 2 \end{cases}$$

При решении системы получаем  $b = 10$ ,  $a = 0$ . Следовательно, уравнение предложения зерна фермером будет выглядеть следующим образом:  $Q_s = 10 \times P$ .

В нашем примере параметр  $a$  равен нулю, так как фермер не готов предлагать зерно бесплатно.

Если на рынке существует несколько продавцов, то, как и в случае с индивидуальным и рыночным спросом, функцию рыночного предложения можно получить путем суммирования индивидуальных предложений всех продавцов на рынке данного товара при фиксированной цене.

Рассмотрим это на конкретном примере. Известно, что весной покупательницы начинают активно готовиться к летнему пляжному сезону. В этот момент предложение диетических продуктов, позволяющих женщинам похудеть и сделать свою фигуру более стройной, увеличивается и становится более разнообразным. Представим, что диетические товары на рынке предлагают три крупные фирмы. Объемы индивидуального предложения каждой фирмы при различных ценах представлены в таблице. Для определения объема рыночного предложения необходимо сложить величины индивидуальных предложений при каждом уровне цен.

На рисунке 3 изображены графики индивидуальных предложений каждой из фирм и рыночного предложения.

## Шкала предложения товара фирмами А, В и С в месяц

Р, сотни руб.	$Q_{sa}$ (тыс. ед. в месяц)	$Q_{sb}$ (тыс. ед. в месяц)	$Q_{sc}$ (тыс. ед. в месяц)	$Q_s$ (тыс. ед. в месяц) $Q_s = Q_{sa} + Q_{sb} + Q_{sc}$
1	1	3	3	$1+3+3=7$
2	4	5	4	$4+5+4=13$
3	7	7	5	$7+7+5=19$
4	10	9	6	$10+9+6=25$
5	13	11	7	$13+11+7=31$

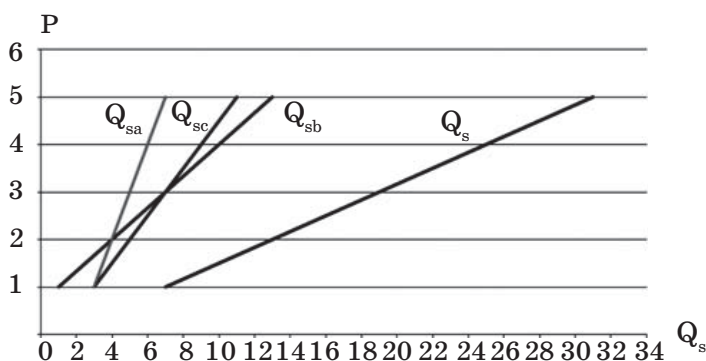


Рис. 3. Графики индивидуальных предложений и рыночного предложения



### ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

#### ❶ Проверьте себя.

А. Почему рост цены вызывает увеличение величины предложения товара?

Б. Что такое шкала предложения?

В. Что такое кривая предложения? Какой вид она имеет?

Г. Какой вид имеет уравнение предложения?

Д. Что такое индивидуальное и рыночное предложение товаров?

## ② Выскажите свое мнение.

**А.** Как вы думаете, почему фирмы во всем мире постоянно ищут рынки товаров, которые являются новинками и вызывают большой интерес у покупателей?

**Б.** Используя закон предложения, объясните, почему неизменность цен в командной экономике СССР не способствовала росту предложения дефицитных товаров?

**В.** Может ли кривая предложения каких-либо товаров быть вертикальной? Если может, то приведите примеры таких товаров.



### МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Прочитайте эпиграфы к уроку. Согласны ли вы с ними? Выберите один эпиграф и выскажите свое мнение, используя прием ПОПС-формула.

**Б.** Составьте синквейн со словом «Предложение».

## Урок 3.2. ФАКТОРЫ ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Не все то, что дорого продается, имеет для нас значимость.

*Гарри Симанович,  
израильский офорист*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

✓ Называть факторы, влияющие на величину предложения и само предложение.



✓ Различать влияние ценовых и неценовых факторов на изменения в предложении.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

Посмотрите на картинку и ответьте на вопросы.



1. Как вы думаете, влияет ли цена этого товара на величину его предложения на рынке? Ответ поясните.

2. Какие еще факторы, кроме цены, могут оказать воздействие на предложение этого товара? Перечислите их.



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Вы уже знаете, что предложением называется количество товаров и услуг, которое все производители хотят и могут произвести и продать в определенное время и при определенных условиях. Эти условия называются факторами предложения. Как и факторы спроса, их можно разделить на ценовые и неценовые.

Выяснить одновременно влияние всех факторов на предложение невозможно, так как они воздействуют на него по-разному.

Изменение цены товара влияет на величину его предложения. Эту взаимосвязь демонстрирует закон предложения. Влияние изменения цены на величину предложения выражается на графике перемещением из точки в точку по кривой предложения; при этом сама кривая не сдвигается, так как функция величины предложения не меняется. Например, при росте цены на товар (услугу) происходит движение от точки В к точке С, а при снижении — от точки В к точке А (рис. 1).

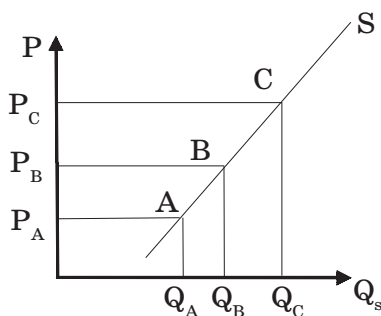


Рис. 1. График кривой предложения

Однако на предложение влияют и другие факторы, которые называются неценовыми, и их воздействие приводит к сдвигу кривой предложения влево (рис. 2) или вправо (рис. 3). Это происходит потому, что под влиянием данных факторов при фиксированной цене на товар меняется функция предложения, то есть меняется общее предложение.

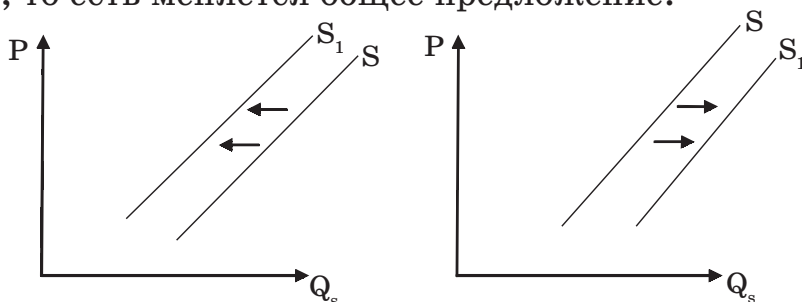


Рис. 2, 3. Графики кривых предложения

Рассмотрим, какие неценовые факторы могут оказывать воздействие на предложение товара.

**Цены на ресурсы.** Предположим, что производители покупают для производства своей продукции более дешевое сырье. Покупка его требует меньших затрат, поэтому при прежних ценах на выпускаемые изделия производство продукции становится более выгодным и количество выпускаемых товаров возрастает. Это вызывает сдвиг кривой предложения вправо. И наоборот, при повышении цен на ресурсы кривая предложения смещается влево.

Так, открытие нового месторождения природного ресурса может привести к сдвигу кривой предложения товаров, для производства которых этот ресурс используется, вправо.

Для производителей сельскохозяйственной продукции большое значение имеют постоянно меняющиеся погодные условия. В зависимости от качества этого «ресурса» они могут получать при одних и тех же затратах разные результаты.

**Изменение в технологии производства.** Замена ручного труда машинным приводит, как правило, к увеличению производительности труда и, следовательно, предложение товара растет, а кривая предложения сдвигается вправо.

**Налоги и дотации.** Производители рассматривают увеличение налогов как рост издержек производства. Чрезмерное увеличение налогов приводит к сокращению производства, так как делает его менее выгодным. Кривая предложения сдвигается влево. При снижении налогов предложение увеличивается и кривая сдвигается вправо.

*Дотации* — это денежные средства, предоставляемые со стороны государства. Их выплата часто осу-

ществляется с целью стимулирования производства либо отдельного товара, либо производства в определенных регионах страны. Дотации ведут к росту предложения и сдвигу кривой предложения вправо.

**Цены на другие товары.** Производители находятся в постоянном поиске более выгодного вложения капитала. Часто рост цен на одни товары приводит к изменению предложения других товаров. Этот фактор наиболее значим для товаров со схожими условиями производства. Так, повышение цен на йогурт переориентирует производителей с изготовления кефира на производство йогурта. При этом предложение кефира уменьшится и кривая его предложения сдвинется влево.

На предложение товара также влияет изменение предложения дополняющих его товаров. Например, увеличение предложения мобильных телефонов вызовет увеличение предложения аксессуаров для них.

**Ожидания изменения цен.** Если производители ожидают, что цены на их товар скоро поднимутся, тогда сегодня они будут товар придерживать, продавая его меньше при любой нынешней цене. Кривая предложения при этом сдвинется влево. В случае противоположных ожиданий все будет наоборот. Например, если ожидается снижение цен на зерно к весне, то предложение зерна к продаже осенью увеличится. Кривая предложения сдвинется вправо при той же цене на зерно в данный момент.

**Число производителей.** При увеличении числа производителей какого-либо продукта предложение будет расти, что будет вызывать сдвиг кривой предложения вправо, и наоборот.

Итак, если количество предлагаемого к продаже товара увеличивается или уменьшается вследствие

изменения его цены, говорят об изменении величины предложения. На графике это отражается движением по кривой предложения. Если же изменение производства и продаж происходит под воздействием неценовых факторов, говорят об изменении предложения. На графике это отражается сдвигом кривой предложения.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

**А.** Какое влияние оказывает изменение цены товара на величину его предложения? Как это влияние можно продемонстрировать на графике предложения?

**Б.** Какое воздействие оказывают неценовые факторы на кривую предложения?

**В.** Какие неценовые факторы могут оказывать воздействие на предложение товара? Перечислите их.

**Г.** Какое воздействие оказывают цены на ресурсы на предложение товара?

**Д.** Какое влияние оказывают технологии, используемые при производстве товара, на его предложение?

**Е.** Как влияют налоги и дотации на предложение товаров?

**Ж.** Может ли оказать влияние на предложение товара цены на другие товары? Приведите пример такого влияния.

**З.** Какое влияние оказывает на предложение товара ожидание изменения цен на него?

**И.** Вызовет ли изменение предложения товаров увеличение числа его производителей?

**2** Определите, в каких случаях происходит изменение в предложении (S), а в каких — в величине предложения ( $Q_s$ ).

А. Вследствие повышения цены на шоколад его предложение увеличилось.

Б. Ожидание снижения цен на растительное масло привело к расширению его предложения.

В. Продолжающееся снижение цен на свинину приводит к увеличению предложения говядины.

Г. Вследствие существенного снижения розничных цен на апельсины на рынке сократилось их предложение.

Д. Увеличение пошлин на ввоз в нашу страну автомобилей привело к сокращению их предложения.

**3** На примере какого-либо товара или услуги перечислите все обстоятельства, которые могут привести к сдвигу кривой предложения вправо.

**4** Выскажите свое мнение.

А. Как вы думаете, почему некоторые фирмы, рекламируя свой товар, отмечают, что их товар стоит дорого? Не совершают ли они ошибку? Ответ поясните.

Б. Приведите примеры товаров, на предложение которых используемые технологии оказывают большое воздействие, и примеры товаров, на предложение которых изменение технологий почти не влияет.



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.

А. Найдите в интернете или газете заметку об изменении предложения какого-либо товара. Проана-

лизируйте ситуацию с точки зрения воздействия ценовых и неценовых факторов.

**Б.** Проведите исследование предложения мобильных телефонов в магазинах вашего района или в интернет-магазинах. Для этого ответьте на вопросы и выполните задания.

1. Соберите информацию о том, какие модели телефонов представлены и по каким ценам они продаются. Представьте результаты исследования в виде диаграммы или таблицы.

2. Какой магазин представляет большой ассортимент (количество моделей) телефонов?

3. Какой из магазинов предлагает свои товары по самым низким ценам?

4. Как вы думаете, какие факторы могут повлиять на предложение мобильных телефонов в магазинах? Перечислите их.



## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ**

**Прочитайте информацию, иллюстрирующую ситуацию на рынке кофе в 2016 году, и ответьте на вопросы.**

**Производство Бразилией кофе продолжает снижаться в 2016 году**

Нехватка кофе в мировом масштабе грозит всем любителям кофе и вызывается климатическими изменениями в Бразилии. Засуха вызывает глобальное снижение урожая кофе в стране, производящей половину мирового кофе. Даже незначительное снижение в Бразилии урожая кофе (на 5—10 %) оказывает большое влияние и на цены и на наличие кофе на рынках.



Суммарно урожай Robusta и Arabica, полученный в 2016 году, уменьшился на пять миллионов сумок \* по сравнению с 2015 годом. Снижение урожайности кофе в Бразилии продолжается уже несколько лет и вызывает беспокойство у многих специалистов кофейного рынка \*\*.

### *Вопросы*

1. Какие факторы стали причиной сокращения предложения кофе на мировом рынке?
2. Подумайте, какие еще факторы могут оказать воздействие на предложение кофе? Перечислите их.
3. Как вы думаете, как повлияет на цену кофе снижение его предложения?
4. Назовите возможные способы решения проблемы нехватки кофе на мировом рынке.

---

\* Вес одной сумки кофе — 60 кг.

\*\* Кофе оптом [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [http://cofeoptom.ru/coffee\\_countrys/coffee\\_brazil\\_2016.html](http://cofeoptom.ru/coffee_countrys/coffee_brazil_2016.html) (дата обращения 15.12.2017).





# ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

## Урок 4.1. РЫНОЧНОЕ РАВНОВЕСИЕ

Равновесная цена является центром,  
вокруг которого  
колеблются цены на рынке.

*Альфред Маршалл,  
английский экономист*



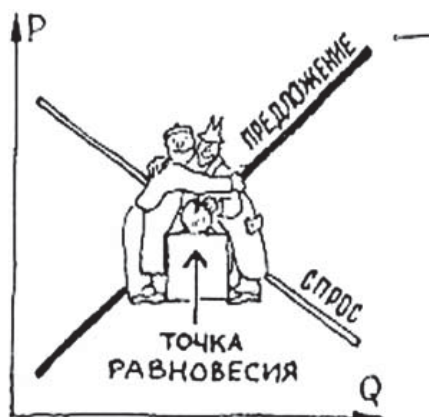
### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Определять рыночное равновесие и условия его существования.
- ✓ Строить графическую и аналитическую модели рыночного равновесия.
- ✓ Определять параметры рыночного равновесия.



### ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**Посмотрите на картинку. Опишите то, что изображено, используя известные вам экономические термины.**



## ПРОЧИТАТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Вы уже знаете, что в результате взаимодействия продавцов и покупателей на рынке устанавливается такая цена, которая устраивает обе стороны, то есть равновесная цена. Эта цена соответствует тому количеству, которое покупатели хотят купить, а продавцы согласны продать, то есть равновесному количеству.

**Рыночное равновесие** — это ситуация на рынке, при которой объем спроса и объем предложения равны между собой.

*Условие рыночного равновесия:*  $Q_d = Q_s = Q_e$  при цене  $P_e$ , где

$Q_d$  — величина спроса,

$Q_s$  — величина предложения,

$P_e$  — цена равновесия,

$Q_e$  — равновесное количество.



Определить равновесные цену и количество можно разными способами.

Для определения равновесной цены и равновесного количества аналитическим способом формулы функций спроса и предложения приравняются.

Например, пусть функция спроса на картофель выглядит следующим образом  $Q_d = 70 - 2 \times P$ , а функция предложения  $Q_s = 10 + P$ .

По условию равновесия  $Q_d = Q_s = Q_e$ . Определим равновесную цену и количество.

$$\begin{aligned} 70 - 2 \times P_e &= 10 + P_e \\ - 3P_e &= - 60 \\ P_e &= 20 \text{ руб.} \end{aligned}$$

$$Q_e = 70 - 2P = 70 - 40 = 30 \text{ тонн.}$$

Таким образом, равновесие устанавливается при цене товара равной 20 рублям и его равновесном количестве равном 30 тоннам.

Второй способ позволяет найти равновесную цену и количество графически. Построим графики функций спроса на картофель  $Q_d = 70 - 2P$  и предложения картофеля  $Q_s = 10 + P$  в одной системе координат (рис. 1).

P	10	30
$Q_d$	50	10

P	10	30
$Q_d$	20	40

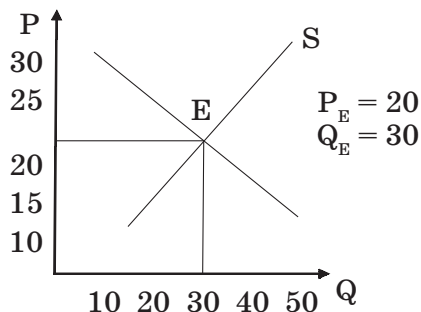


Рис. 1. Взаимодействие спроса и предложения

Графически рыночное равновесие изображается точкой пересечения кривых спроса и предложения E (от англ. *ekvilibrium* — равновесие). Координаты этой точки пересечения образуют равновесную цену ( $P_E$ ) и равновесный объем ( $Q_E$ ).



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

- А. Какая цена называется равновесной?
- Б. Что такое равновесное количество?
- В. Что такое рыночное равновесие?
- Г. Каковы условия рыночного равновесия?
- Д. Какие способы определения параметров рыночного равновесия вы знаете?

### ❷ Выскажите свое мнение.

А. Согласны ли вы с утверждением, что в условиях равновесия происходит очищение рынка? Ответ доказите.

Б. Может ли на рынке существовать длительное время цена равновесия? Если может, то обозначьте условия, которые для этого необходимы. Если не может, то поясните, почему вы считаете такую ситуацию невозможной.



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.

А. Прочитайте высказывание Альфреда Маршалла, представленное в эпиграфе к уроку. Согласны ли вы с этим высказыванием? Докажите свое мнение с помощью ПОПС-формулы.

Б. Используя изученные экономические термины, составьте кроссворд по теме «Рыночное равновесие».

## Уроки 4.2–4.3. ИЗМЕНЕНИЕ РЫНОЧНОЙ ЦЕНЫ

Мы можем с таким же успехом спорить о том, чем определяется цена — полезностью изделия (спросом) или его себестоимостью (предложением), как и о том, какое из двух лезвий ножниц режет бумагу — верхнее или нижнее.

*Альфред Маршалл,  
английский экономист*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

✓ Графически отображать последствия отклонения от рыночного равновесия.

✓ Графически отображать последствия изменения параметров рыночного равновесия при изменении спроса или предложения под влиянием неценовых факторов.

✓ Рассчитывать аналитически изменения равновесной цены и равновесного объема продаж при изменении спроса и/или предложения.

✓ Рассчитывать величину дефицита / избытка товаров при государственном регулировании рыночного ценообразования.



### ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**Посмотрите на фотографии, иллюстрирующие ситуации в магазине, продающем продовольственные товары, и в организации, занимающейся продажей машин. Ответьте на вопросы.**

*Вопросы*

1. Знаете ли вы, как можно назвать ситуации, которые демонстрирует каждая из этих фотографий?



2. Используя известные вам экономические термины, дайте краткое описание каждой из ситуаций.



### ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Равновесная цена устанавливается не сразу. Возможны периоды купли-продажи товара по другим, неравновесным ценам. Однако в этих случаях неизбежны избыток или нехватка товара.

Продолжим рассмотрение ситуации со спросом и предложением картофеля, начатое на прошлом уроке. Уравнения спроса и предложения выглядят следующим образом:  $Q_d = 70 - 2P$ ,  $Q_s = 10 + P$ . Равновесная цена ( $P_e$ ) равна 20 рублям, равновесное количество  $Q_e$  — 30 тоннам.

Предположим, что цена на товар превысила равновесную цену на 5 рублей, то есть установилась на уровне 25 рублей. Тогда продавцы готовы будут предложить покупателям:

$$Q_s = 10 + 25 = 35 \text{ тонн,}$$

а потребители готовы будут купить только:

$$Q_d = 70 - 2 \times 25 = 20 \text{ тонн.}$$

Поэтому на рынке образуется ситуация избыточного предложения товара. Так как  $Q_s > Q_d$ , то можно найти количество избыточного предложения:

$$Q_s - Q_d = 35 - 20 = 15 \text{ тонн (рис. 1).}$$

Величину избыточного предложения можно найти и графическим способом, изобразив кривые спроса и предложения и задав нужный уровень цены (рис. 1).

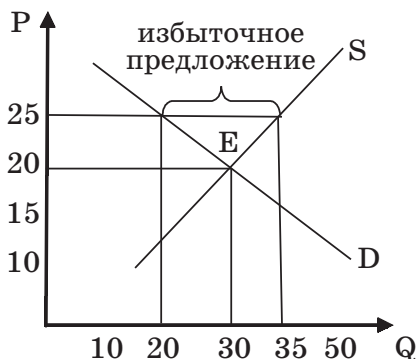


Рис. 1. Избыточное предложение

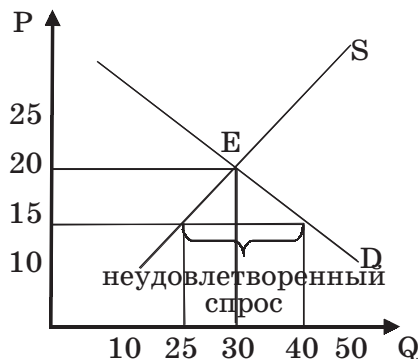


Рис. 2. Неудовлетворенный спрос

Если на равновесном рынке установится цена на товар ниже равновесной, например 15 рублей, то продавцы готовы будут предложить:

$$Q_s = 10 + 15 = 25 \text{ тонн,}$$

а потребители готовы будут купить:

$$Q_d = 70 - 2 \times 15 = 40 \text{ тонн.}$$

Поэтому на рынке образуется ситуация неудовлетворенного спроса, или дефицита товара.

Количество дефицита товара можно найти:

$$Q_d > Q_s; Q_d - Q_s = 40 - 25 = 15 \text{ тонн.}$$

Рисунок 2 демонстрирует эту ситуацию на графиках.

В ситуации избытка товара между производителями возникают конкуренция, борьба за покупателей, и они будут стремиться продать товары, снижая

цену до равновесной. Снижение цены будет способствовать сокращению производства и предложения товаров на рынке. В ситуации дефицита возникает соревнование уже между покупателями за возможность приобрести товар. Побеждает тот, кто готов заплатить более высокую цену за него. Возросшая цена товара привлекает к нему внимание производителей, которые начинают расширять производство, увеличивая тем самым предложение товара. В результате система возвращается в состояние равновесия. Таким образом, цена выполняет уравнивающую функцию.

В некоторых случаях государство для достижения определенных целей вмешивается в процесс рыночного ценообразования и оказывает воздействие на рыночную цену.

Изменение условий равновесия происходит и под влиянием неценовых факторов спроса и предложения.

Так, неценовые факторы, воздействуя на спрос, вызывают его изменение и сдвиг кривой спроса.

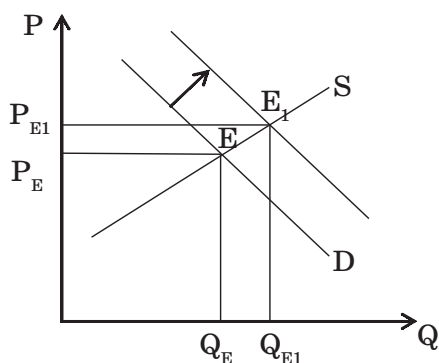


Рис. 3. Увеличение спроса

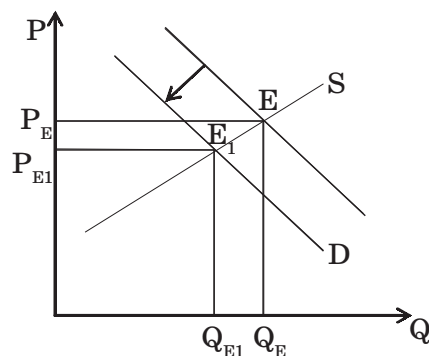


Рис. 4. Снижение спроса

На рисунке 3 изображена ситуация увеличения спроса на товар. Кривая спроса сдвигается вправо, предложение (S) остается неизменным. Это приво-



дит к изменению равновесной цены ( $P_E$ ) и равновесного объема продаж ( $Q_E$ ). Оба эти показателя увеличиваются ( $P_{E1}$ ,  $Q_{E1}$ ). Ситуация снижения спроса (рис. 4) приводит к уменьшению равновесной цены и объема продаж.

Рассмотрим изменение спроса на примере рынка журналов.

Пусть спрос на журнал для подростков описывается уравнением  $Q_d = 900 - 2P$ , а предложение журнала  $Q_s = 400 + 3P$ .

Изобразим шкалу спроса, для чего вычислим величину спроса ( $Q_d$ ) и величину предложения ( $Q_s$ ) при различных уровнях цен ( $P$ ).

#### Шкала спроса и предложения на журнал

P (руб.)	50	70	100	120	150	200	220
$Q_d$ (шт.)	800	760	700	660	600	500	460
$Q_s$ (шт.)	550	610	700	760	850	1000	1060

Шкала демонстрирует, что в ситуации равновесия:

$$Q_d = Q_s = Q_e = 700 \text{ шт.}$$

$$P_e = 100 \text{ руб.}$$

Предположим, что проведение рекламной кампании позволило увеличить спрос на журнал в два раза. Рассчитаем изменение равновесной цены и равновесного количества при изменении спроса. Изобразим новую шкалу спроса и предложения, увеличив величину спроса в два раза и обозначив его  $Q_{d1}$ .

#### Шкала спроса и предложения на журнал после проведения рекламной кампании

P (руб.)	50	70	100	120	150	200	220
$Q_{d1}$ (шт.)	1600	1520	1400	1320	1200	1000	920
$Q_s$ (шт.)	550	610	700	760	850	1000	1060

Шкала спроса демонстрирует, что равновесная цена и равновесный объем продаж увеличились.

$$Q_{d1} = Q_{s1} = Q_{E1} = 1000 \text{ шт.}$$

$$P_{e1} = 200 \text{ руб.}$$

Рассмотрим ситуацию, когда равновесное состояние будет нарушено со стороны предложения (рис. 5, 6).

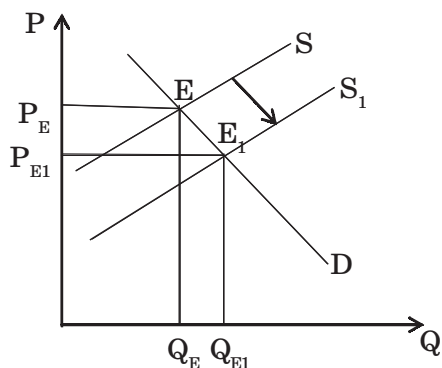


Рис. 5. Увеличение предложения

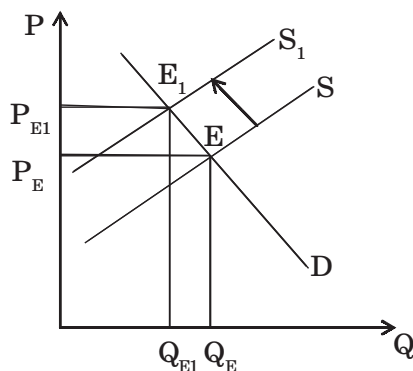


Рис. 6. Снижение предложения

На рисунке 5 изображена ситуация увеличения предложения товара. Кривая предложения ( $S$ ) сдвигается вправо, спрос ( $D$ ) остается неизменным. Это приводит к снижению равновесной цены ( $P_E$ ) и увеличению равновесного объема продаж ( $Q_E$ ).

Ситуация снижения предложения (рис. 6) приводит к увеличению равновесной цены и снижению объема продаж.

Так, неожиданные морозы в момент цветения яблонь могут погубить существенную часть урожая. Кривая предложения в этом случае сместится влево, объем продаж уменьшится и яблоки заметно повысятся в цене.

Анализируя влияние неценовых факторов на равновесные цену и количество, можно сделать следующие выводы:

- ✓ увеличение спроса вызывает рост равновесной цены и равновесного количества товаров;
- ✓ уменьшение спроса вызывает падение и равновесной цены, и равновесного количества товаров;
- ✓ увеличение предложения влечет за собой уменьшение равновесной цены и увеличение равновесного количества товаров;
- ✓ сокращение предложения влечет за собой увеличение равновесной цены и уменьшение равновесного количества товаров.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

**А.** Всегда ли рынок находится в равновесном состоянии?

**Б.** Охарактеризуйте ситуацию, которая сложится на рынке, если цена превысит равновесную.

**В.** Какой будет рыночная ситуация, если цена окажется ниже равновесной?

**Г.** Между какими участниками рынка возникает конкуренция в случае избытка товара? Опишите, каким образом рынок возвращается в состояние равновесия в этой ситуации.

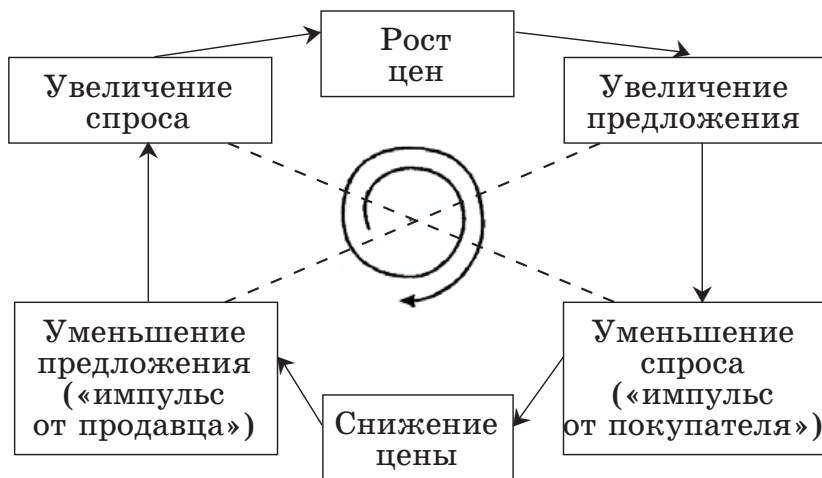
**Д.** Между какими участниками рынка возникает конкуренция в случае дефицита товара? Опишите, каким образом рынок возвращается в состояние равновесия в этой ситуации.

**Е.** Могут ли неценовые факторы оказать влияние на ситуацию равновесия? Если могут, то приведите пример такого влияния.

**Ж.** Может ли государство вмешиваться в процесс ценообразования?

**2** Опишите формирование рыночного равновесия с помощью «рыночной карусели» спроса, предложения и цены.

**«Рыночная карусель» спроса, предложения и цены**



**3** Выскажите свое мнение.

**А.** Согласны ли вы с мнением, что государство должно быть участником рынка, который регулирует цены? Ответ аргументируйте.

**Б.** Согласны ли вы с шуточным высказыванием авторов книги «Экономикс» К. Макконнела и С. Брю: «Научите попугая произносить слова "спрос" и "предложение" — и перед вами экономист!». Ответ аргументируйте.



### МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.

**А.** Составьте 10—15 тестовых вопросов по теме «Рыночное равновесие».

**Б.** Согласны ли вы с высказыванием, представленным в качестве эпиграфа к уроку? Напишите эссе на эту тему.



## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ**

### **«Тюльпанная лихорадка» в Голландии**



То, какие удивительные истории происходят на рынке, можно увидеть на примере «тюльпанной лихорадки», охватившей Голландию в 1630 году.

Никто до сих пор не знает точно причину, по которой этот цветок стал внезапно предметом бешеного спроса. Но с 1630 года цены на луковицы тюльпанов стали стремительно повышаться.

В итоге возник механизм самоподстегивающегося спроса. И чем больший спрос люди предъявляли на луковицы тюльпанов, тем выше поднимались их цены. Они выросли в цене в десятки раз. Их давали в приданое невестам, выменивали на дома и картины. Известен даже случай, когда за луковицу редкого сорта тюльпана заплатили целым пивоваренным производством. Люди закладывали свои дома, а на вырученные деньги покупали луковицы, надеясь про-

дать их еще дороже. Некоторые луковицы не успевали выкапывать из земли — а они уже меняли несколько хозяев.

Рынок «лопнул» внезапно. На одном из аукционов выставленная на продажу луковица принесла владельцу доход меньше ожидаемого. Новость эта быстро облетела страну, и жители стали сбывать свои луковицы. Но по прежним высоким ценам их уже никто не хотел покупать. Иными словами, предложение резко превысило спрос, и равновесная цена начала снижаться. Цены на тюльпаны в Голландии просто «рухнули»\*.

### *Вопросы*

1. Как вы думаете, почему спрос на тюльпаны стал резко возрастать? Объясните, как вы понимаете термин «самоподстегивающийся спрос».

2. Почему рост спроса способствовал повышению цены на луковицы тюльпанов?

3. Что явилось причиной резкого снижения цен на луковицы?

4. Как вы думаете, какие последствия имела «тюльпанная лихорадка» для жителей страны?

5. Как вы считаете, могло ли государственное регулирование цен на луковицы позволить избежать возникшей ситуации? Ответ поясните.

---

\* Мастерок [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://masterok.livejournal.com/2283012.html> (дата обращения: 15.12.2017).



## ПРОИЗВОДИТЕЛЬ

### Урок 5.1. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ФОРМЫ СОБСТВЕННОСТИ

Собственность — это «пучок» различных прав, в которых может недоставать нескольких травинок.

*Рональд Коуз,  
американский экономист,  
лауреат Нобелевской премии по экономике*

Собственность — это плод труда. То, что некоторые богаты, показывает, что и другие могут стать богатыми...

*Авраам Линкольн,  
американский государственный деятель,  
16-й президент США*

Собственность, как и свобода, которую она обеспечивает, — это прежде всего ответственность, а потом уже все остальное.

*Валентин Грудев,  
российский философ*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Определять собственность как экономическую категорию.
- ✓ Называть субъекты и объекты собственности.
- ✓ Различать экономические формы собственности.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**В книге Н. Носова «Незнайка на Луне» описывается ситуация, когда Незнайка лакомился малиной в саду Клопса. Прочитайте отрывок из текста и ответьте на вопросы.**

«— ...Так зачем ты малину жрал, говори?

— И не жрал вовсе, а ел, — поправил его Незнайка.

— Ох ты, какой обидчивый! — усмехнулся господин Клопс. — Уж и слова сказать нельзя! Ну хорошо! Так зачем ты ее ел?

— Ну зачем... Захотел кушать.

— Ах, бедненький! — с притворным сочувствием воскликнул Клопс. — Захотел кушать. Ну, я тебе покажу, ты у меня попляшешь! А она твоя, малина? Отвечай!

— Почему не моя? — ответил Незнайка. — Я ведь ни у кого не отнял. Сам сорвал на кусте.

От злости Клопс чуть не подскочил на своих коротеньких ножках.

— Ну, я тебе покажу, ты у меня попляшешь! — закричал он. — Ты разве не видел, что здесь частная собственность?

— Какая такая частная собственность?

— Ты что, не признаешь, может быть, частной собственности? — спросил подозрительно Клопс».

### *Вопросы*

1. Что имел в виду Клопс, когда говорил, что малина является частной собственностью? Что, кроме малины, может находиться в собственности?

2. Кто еще, кроме отдельного человека, может являться собственником каких-либо благ?

3. Нужно ли наказывать за нарушение права частной собственности? Почему вы так считаете?





## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Отношения по поводу собственности всегда играли существенную роль в жизни общества. Термин «собственность» произошел от слов «собь» — «пожитки, имущество» и «собность», то есть «обладание вещью».

В повседневной жизни под собственностью обычно понимают какое-либо имущество, принадлежащее определенному лицу или группе лиц. Научное понимание собственности предполагает рассмотрение общественных отношений, связанных с присвоением этого имущества.



**Собственность** — это отношения между людьми по поводу присвоения и использования некоторых благ. Как экономическая категория собственность определяет систему отношений по поводу присвоения средств и результатов производства.

Отношения собственности предполагают наличие ее субъекта и объекта. *Субъект собственности* — это лицо, которому принадлежит право собственности на благо. Субъектами могут быть государство, коллектив и отдельная личность. *Объект собственности* — это то, что находится в собственности. В качестве объектов собственности выступает все, что можно присвоить: недвижимость, природные ресурсы, деньги, ценные бумаги, средства производства и другое имущество, а также интеллектуальная собственность.

В зависимости от субъекта собственности, то есть

от того, кто и как присваивает результат производства и осуществляет процесс управления, выделяют различные экономические формы собственности. Согласно Гражданскому кодексу РФ существуют три основные формы собственности: частная, государственная и муниципальная.

*Частная собственность* предполагает присвоение благ частью общества, то есть отдельным лицом или группой лиц. Объектами частной собственности могут быть земельные участки, квартиры, предметы личного потребления, транспортные средства, предприятия, средства производства и другие объекты. Владельцем частной собственности может быть как физическое, так и юридическое лицо, которое вправе распоряжаться ей по своему усмотрению, то есть продавать, завещать, сдавать в аренду и т. д.

*Государственная собственность* характеризует систему отношений, при которой управление и распоряжение объектами собственности осуществляют органы государственной власти. Она существует в двух видах — федеральная собственность и собственность субъектов (краев, областей, республик) Российской Федерации.

Отдельно выделяют *муниципальную форму собственности*, при которой распорядителем имущества являются органы местной власти, использующие это имущество для улучшения условий жизни людей, проживающих на закрепленных за ними территориях.

В государственной и муниципальной собственности могут находиться природные ресурсы, объекты недвижимости, финансовые ресурсы, ценные бумаги, культурные и исторические ценности и другие объекты.

Мы уже говорили, что в настоящее время в большинстве стран экономическая система характеризуется наличием как государственной, так и частной собственности, а потому называется смешанной.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Дайте характеристику собственности как экономической категории

Б. Кто может являться субъектом собственности?

В. Что такое объект собственности? Перечислите, что может являться объектом собственности.

Г. Перечислите экономические формы собственности.

Д. Дайте характеристику частной собственности.

Е. Что такое государственная собственность? Какие виды государственной собственности существуют в нашей стране?

Ж. Каковы отличительные особенности муниципальной формы собственности?

### ❷ Выскажите свое мнение.

А. Эрих Мария Ремарк в своей книге «Черный обелиск» написал, что собственность рождает стремление к порядку. Согласны ли вы с этим высказыванием? Ответ аргументируйте.

Б. Тайлер Дерден, персонаж романа Чака Паланика «Бойцовский клуб», сказал, что «вещи, которыми ты владеешь, в конце концов овладевают тобой». Согласны ли вы с этим высказыванием? Ответ поясните.

В. Сейчас много говорят о проблемах защиты интеллектуальной собственности, то есть продуктов

творческой деятельности человека в производственной, научной, литературной, художественной областях, носящих нематериальный характер. Прочитайте ответ ученого-физика С. П. Капицы в интервью с ним под заголовком «Интернет изменит контуры права на интеллектуальную собственность», опубликованном в журнале «Эксперт» в 2000 году, и ответьте на вопросы.

*«...— Объекты интеллектуальной собственности, например авторские права, охраняются законами, в том числе и международным правом.*

— Я думаю, что Интернет изменит контуры права. Полностью защитить информацию невозможно, если вы поместили информацию в эту систему, считайте, вы ее опубликовали.

Другое дело, каким образом должна оплачиваться работа авторов, писателей, ученых. Интеракция “я читаю — я плачу” уходит в прошлое. По-видимому, необходимо искать другой способ поощрения авторов...»

### *Вопросы*

1. Как вы думаете, сбываются ли сделанные в 2000 году прогнозы академика С. П. Капицы? Согласны ли вы с тем, что распространение интернета принципиально изменило ситуацию с авторскими правами? Ответ поясните.

2. Должны ли, на ваш взгляд, авторы литературных и музыкальных произведений, компьютерных программ получать гонорар с каждой копии своих творений, или следует отказаться от защиты интеллектуальной собственности? Ответ аргументируйте.

3. Знаете ли вы, какие существуют способы защиты от незаконного размещения и копирования информации в интернете? Перечислите их.

4. Предложите свои способы решения проблемы.



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.

- А. Составьте синквейн по теме «Собственность».
- Б. Нарисуйте постер по теме «собственность».

## Уроки 5.2–5.3. ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВЫЕ ФОРМЫ БИЗНЕСА В РФ

Бизнес — это игра, величайшая игра в мире —  
если вы знаете, как в нее играть.

*Томас Уотсон,  
американский предприниматель*

Все хозяйственные организации можно  
в конечном счете свести к трем характеристикам:  
люди, продукт, прибыль, —  
но на первом месте всегда стоят люди.

*Ли Якокка,  
американский менеджер*



## ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Называть организационно-правовые формы предприятий.
- ✓ Характеризовать организационно-правовые формы предприятий.
- ✓ Различать достоинства и недостатки различных организационно-правовых форм предприятий.
- ✓ Осуществлять осознанный выбор организационно-правовой формы предприятия.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

Рассмотрите карикатуру и ответьте на вопросы.



### Вопросы

1. Опишите, если сможете, что изображено на этой карикатуре.
2. Знаете ли вы, что такое «акция»? Как называются организации, выпускающие акции?
3. Каким экономическим термином можно назвать героев карикатуры?
4. Почему герои карикатуры делят пирог на несколько равных частей?
5. Какие еще организационно-правовые формы бизнеса вы знаете? Попробуйте дать им краткую характеристику.



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Способ управления имуществом, а также правовое положение и цели предприятия определяют его организационно-правовую форму. В нашей стране

организационно-правовые формы бизнеса закрепляет Гражданский кодекс РФ.

Гражданин России вправе заниматься предпринимательской деятельностью без образования юридического лица, если он зарегистрировался в качестве индивидуального предпринимателя.



**Индивидуальный предприниматель (ИП)** — это физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

Эта форма предпринимательской деятельности наиболее проста в регистрации, она позволяет использовать специальные режимы налогообложения, сокращающие расходы на налоги, дает возможность предпринимателю единолично и самостоятельно принимать все решения. В то же время индивидуальный предприниматель обязан отвечать по обязательствам всем принадлежащим ему имуществом и ограничен в выборе видов деятельности. В нашей стране такую организационную форму используют небольшие магазины, ремонтные мастерские, предприятия, оказывающие консультационные, медицинские, образовательные или другие услуги.

Все организации, имеющие статус юридического лица, в соответствии с Гражданским кодексом РФ делятся на: коммерческие, основной целью которых является получение прибыли, и некоммерческие.

Юридические лица, являющиеся *некоммерческими организациями*, могут создаваться в следующих организационно-правовых формах: потребительский кооператив, общественная организация, ассоциация

(союз), товарищество собственников недвижимости, фонд, религиозная организация, государственная корпорация и др.

Юридические лица, являющиеся *коммерческими организациями*, могут представлять из себя: хозяйственные товарищества и общества, крестьянские (фермерские) хозяйства, хозяйственные партнерства, производственные кооперативы, государственные и муниципальные унитарные предприятия.

Хозяйственные товарищества и общества — это коммерческие организации с разделенным на доли (вклады) учредителей уставным капиталом.



**Уставный капитал** — совокупность средств, которые учредители предприятия вложили в него при его основании.

Хозяйственные товарищества могут создаваться в форме полного товарищества и товарищества на вере (коммандитного).



**Полное товарищество** — предприятие, участники которого на основании заключенного между ними договора ведут предпринимательскую деятельность и несут ответственность по обязательствам всем принадлежащим им имуществом.

Преимуществом полного товарищества, наряду с возможностью объединить денежные средства, является то, что его участники могут распределить между собой функции по управлению предприятием. Однако такая форма бизнеса почти не используется.



Товарищество на вере (коммандитное) отличается от полного товарищества тем, что его участниками являются не только те, кто ведет предпринимательскую деятельность и отвечает по обязательствам всем имуществом, но и вкладчики-коммандитисты, которые несут риск убытков только в пределах сумм своих вкладов и не участвуют в управлении товариществом.



**Товарищество на вере** — коммерческая организация, основанная на совместном капитале полных товарищей и вкладчиков-коммандитистов.

Преимуществом такого вида товарищества является то, что оно позволяет привлекать деньги от посторонних вкладчиков без дополнительного риска для них. Однако эта форма организации бизнеса также не пользуется большой популярностью в нашей стране.

Следующая организационно-правовая форма бизнеса — хозяйственное общество — может представлять собой общество с ограниченной ответственностью или акционерное общество.

Общество с ограниченной ответственностью (ООО) является наиболее распространенной организационно-правовой формой предприятия в малом бизнесе.



**Общество с ограниченной ответственностью (ООО)** — это созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, участники которого несут ответственность по обязательствам в пределах стоимости своих долей в уставном капитале.

Такая форма организации бизнеса довольно проста в регистрации и позволяет использовать упрощенную систему налогообложения. Преимуществами ее также являются возможность объединения капиталов, минимальный финансовый риск для участников и большее доверие к данной форме бизнеса, чем к индивидуальному предпринимателю, благодаря статусу юридического лица. Однако всегда существует риск несовпадения мнений участников при принятии решений и выхода участника со своей долей.

Одному или даже нескольким предпринимателям может не хватить финансовых возможностей для создания собственного крупного промышленного производства. Основной организационно-правовой формой крупного предприятия является акционерное общество (АО).



**Акционерное общество (АО)** — общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций.

До 2014 года акционерные общества подразделялись на открытые (ОАО) и закрытые (ЗАО). В сентябре 2014 года эти типы акционерных обществ были упразднены и вместо них были введены понятия публичного и непубличного акционерных обществ.

Публичное (ПАО) открыто размещает свои акции, не ограничивая число лиц, их покупающих, и количество акций, принадлежащих одному владельцу. Покупать акции непубличного акционерного общества (АО) имеет право только ограниченный круг лиц, при этом у акционеров есть преимущество в их приобретении.

Высшим органом управления АО является общее собрание акционеров, которое по результатам деятельности АО выплачивает владельцам акций дивиденды. В случае неудачи владельцы акций рискуют только теми деньгами, которые они вложили в общество.



**Акция** — ценная бумага, свидетельствующая о внесении средств в капитал акционерного общества и дающая право на получения части прибыли в виде дивидендов.

**Акционер** — владелец акций.

**Дивиденды** — часть прибыли предприятия, которую получают собственники акций.

Однако организация акционерного общества и управление его деятельностью более сложны, чем в случае с другими организационно-правовыми формами.

Еще одной формой, предполагающей объединение людей для ведения предпринимательской деятельности, является производственный кооператив.



**Производственный кооператив (артель)** представляет собой добровольное объединение граждан для совместной хозяйственной деятельности, основанное на их личном трудовом участии в работе предприятия и на объединении участниками имущественных взносов.

Как правило, производственные кооперативы создаются с целью производства, переработки и сбыта

промышленной, сельскохозяйственной и иной продукции, выполнения работ, торговли, бытового обслуживания или оказания других услуг.

Относительно новой формой бизнеса является хозяйственное партнерство. Оно представляет из себя нечто среднее между хозяйственным товариществом и обществом и, по замыслу законодателей, должно служить для ведения бизнеса в отраслях, занимающихся научными исследованиями, конструкторской деятельностью, различными новшествами.



**Хозяйственное партнерство** — созданная двумя или более лицами коммерческая организация, в управлении которой принимают участие участники партнерства, а также иные лица в пределах и в объеме, которые предусмотрены соглашением об управлении партнерством.

Хозяйственные партнерства имеют возможность вести свой бизнес только в тех сферах, которые установлены Правительством РФ.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

**А.** Что определяет организационно-правовую форму предприятия?

**Б.** Кто такой индивидуальный предприниматель? Дайте характеристику этой формы предпринимательской деятельности.

**В.** Что такое уставный капитал?

Г. В чем отличия полного товарищества и товарищества на вере? Каковы преимущества каждой из этих организационно-правовых форм?

Д. Какая из организационно-правовых форм является наиболее популярной в малом бизнесе? Опишите ее особенности.

Е. Какую организационно-правовую форму выбирает большинство крупных предприятий? В чем ее преимущества? Каков ее основной недостаток?

Ж. Какие типы акционерных обществ существуют в нашей стране? Чем они отличаются друг от друга?

З. Что такое акция? Кто такой акционер? Что такое дивиденды?

И. Каковы особенности производственного кооператива? Дайте характеристику этой организационно-правовой формы бизнеса.

К. Что такое хозяйственное партнерство? В каких отраслях они создаются?

**2 Вернитесь к карикатуре, размещенной перед текстом к уроку. Ответьте на вопросы, на которые ранее дать ответ не смогли. Используя изученный на уроке материал, составьте небольшой (из 6—8 предложений) рассказ по этой карикатуре.**

**3 Прочитайте текст. Выполните задания.**

Андрей, Сергей и Николай окончили экономический факультет института. Каждый из них решил организовать свой бизнес по оказанию различных консультационных услуг предприятиям, зарегистрировался в качестве индивидуального предпринимателя и арендовал офисное помещение для переговоров с клиентами. Вскоре молодые люди поняли, что

для дальнейшего развития бизнеса нужна закупка офисной техники и специального программного обеспечения. Однако ни один из начинающих бизнесменов не обладал необходимыми для этого средствами. Андрей предложил объединить их капиталы и усилия в одном предприятии. Перед молодыми людьми встала проблема выбора организационно-правовой формы бизнеса.

### *Задания*

1. Какие, на ваш взгляд, организационно-правовые формы могут использовать герои этой ситуации? Перечислите их.

2. Оцените преимущества и недостатки каждой организационно-правовой формы и помогите Андрею, Сергею и Николаю выбрать наиболее подходящую из них.



## **МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Прочитайте эпиграфы к уроку. Согласны ли вы с этими высказываниями? Напишите эссе по любому из них.

**Б.** На основе информации из интернета или других источников подготовьте сообщение об одной из следующих организационно-правовых форм собственности: крестьянское (фермерское) хозяйство; унитарное предприятие. Доклад должен содержать те же критерии, по которым рассматривались организационно-правовые формы собственности на уроке по данной теме.

## Урок 5.4. ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ ЦИКЛ

Хорошенько поймите, чего вы хотите!  
А затем — только следите, чтобы это делалось  
наилучшим и самым дешевым способом.

*Фредерик Тейлор,  
американский инженер,  
основоположник теории менеджмента*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Объяснять фазы производственного цикла.
- ✓ Давать определение понятия «амортизация».
- ✓ Различать основной и оборотный капитал.
- ✓ Рассчитывать основной, оборотный капитал и амортизацию.



### ОБСУДИМ ВМЕСТЕ



1. Выберите любое из предложенных изделий и представьте, что вы решили организовать его производство. Опишите по этапам свою деятельность от

закупки необходимых материалов до продажи готовых изделий.

2. На какие три основные группы можно разделить ваши действия?

3. Какие из перечисленных этапов включает в себя цикл производства изделия?

4. Объясните, почему процесс производства имеет циклический характер.



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Вы уже знаете, что работа предприятия может быть представлена тремя основными непрерывно повторяющимися процессами: снабжение, производство и сбыт. Этапы производственного процесса непрерывны и повторяются множество раз, так как потребление готовой продукции тоже непрерывно. Период времени с момента запуска сырья и материалов в производство до момента выпуска готовой продукции представляет собой производственный цикл.

Чтобы организовать производство товара или оказание услуги, предприятие должно нанять работников, приобрести помещение и оборудование, закупить сырье и материалы.



**Снабжение** — совокупность операций, обеспечивающих предприятие необходимыми факторами производства.

Закупленные факторы производства участвуют в производственных операциях, направленных на создание продукции.





**Производство** — это процесс взаимодействия факторов производства, направленный на превращение сырья и материалов в готовую продукцию.

Успех предприятия зависит от того, будет ли продана произведенная продукция.



**Сбыт** — это комплекс действий, связанных с продажей готовой продукции.

Процессы снабжения, производства и сбыта должны осуществляться постоянно. Остановка любого из них приведет к прекращению деятельности предприятия.

Производственный цикл состоит из двух фаз: рабочего периода и времени перерывов в этом процессе.

**Рабочий период** — это время, в течение которого производится воздействие на предмет труда.



**Время перерывов в работе** — это время, в течение которого не оказывается никакого воздействия на предмет труда и не происходит его изменение.

Различные элементы участвующего в процессе производства капитала ведут себя по-разному. Если станки могут служить предприятию на протяжении многих лет, то сырье и материалы расходуются очень быстро.



**Основной капитал** — это капитал, который участвует в процессе производства на протяжении нескольких производственных циклов.

**Оборотный капитал** — это капитал, полностью расходуемый в течение одного производственного цикла.

Вся стоимость оборотного капитала включается в стоимость продукции. Однако основной капитал, участвуя в процессе производства, постепенно утрачивает имеющиеся полезные свойства. При эксплуатации средства труда теряют способность выполнять свои функции, то есть подвергаются физическому износу. Кроме того, научно-технический прогресс, вызывающий возникновение новых материалов и технологий, приводит к моральному старению основного капитала, то есть его моральному износу. Часто моральный износ наступает раньше физического.

Для возмещения стоимости основных средств используется амортизация (от лат. *amortisatio* — погашение), позволяющая частями перенести стоимость основных средств на выпускаемую продукцию.

Суммы амортизационных отчислений накапливаются на специальном счете, называемом амортизационным фондом, а величина амортизационных отчислений зависит от цены на средства труда и продолжительности их работы.

Рассчитать годовую сумму амортизации (А) можно двумя способами, один из которых учитывает срок службы объекта, а другой — норму амортизации, то есть установленный в процентах размер амортизационных отчислений по каждому виду основного капитала за год.

$$1) A = \frac{K_{\text{осн.}}}{T},$$

где  $K_{\text{осн.}}$  — первоначальная стоимость основного капитала (руб.);  $T$  — срок службы объекта.

$$2) A = \frac{K_{\text{осн.}} \times N}{100\%},$$

где  $N$  — норма амортизации (в %).



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Из каких трех основных процессов состоит работа предприятия? Дайте им характеристику.

Б. Что такое производственный цикл? Из каких фаз он состоит?

В. Что такое основной капитал? Приведите примеры основного капитала.

Г. Что такое оборотный капитал? Приведите примеры.

Д. Что такое физический и моральный износ основного капитала?

Е. Для чего используется амортизация?

❷ Опираясь на информацию из текста, составьте определение понятия «амортизация».

❸ Прочитайте отрывок из стихотворения советского поэта В. Маяковского «Разговор с фининспектором о поэзии» и ответьте на вопросы.

...Машину души со временем изнашиваешь.  
 Говорят: — в архив, исписался, пора! —  
 Все меньше любитя,  
 все меньше дерзается,  
 и лоб мой время с разбега крушит.  
 Приходит страшнейшая из амортизаций —  
 амортизация сердца и души.

## *Вопросы*

1. Какой смысл вложил поэт в эти строки? Поясните, что имел в виду автор, говоря об «амортизации сердца и души»? Как вы считаете, действительно ли существует такая амортизация? Ответ поясните.

2. В экономике существует понятие «человеческий капитал», то есть совокупность знаний, умений, навыков и опыта, которые используются человеком в производстве. Считаете ли вы, что человеческому капиталу, так же как и основному капиталу, свойственно явление амортизации? Уменьшается ли со временем стоимость человеческого капитала, или она возрастает по мере его использования? Ответ аргументируйте.



## **МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Составьте кроссворд с экономическими понятиями, используемыми в этой теме.

**Б.** Сочините небольшой рассказ, используя слова: производство, производственный процесс, производственный цикл, фазы производственного цикла, основной капитал, оборотный капитал, амортизация.



## **ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ**

**В повести М. Булгакова «Собачье сердце» описывается ситуация, часто происходившая в московских домах в 30-е годы XX века. Управление дома в лице четырех человек пришло к Филиппу Фи-**

**липповичу с решением забрать у него две комнаты. Прочитайте отрывок из повести и ответьте на вопросы.**

«—... Общее собрание, рассмотрев ваш вопрос, пришло к заключению, что в общем и целом вы занимаете чрезмерную площадь. Совершенно чрезмерную. Вы один живете в семи комнатах.

— Я один живу и работаю в семи комнатах, — ответил Филипп Филиппович, — и желал бы иметь восьмую. Она мне необходима под библиотеку.

Четверо онемели...

— У меня приемная — заметьте — она же библиотека, столовая, мой кабинет — 3. Смотровая — 4. Операционная — 5. Моя спальня — 6 и комната прислуги — 7. В общем, не хватает... Да, впрочем, это не важно. Моя квартира свободна, и разговору конец. Могу я идти обедать?...

— Извиняюсь, — перебил его Швондер, — вот именно по поводу столовой и смотровой мы и пришли поговорить. Общее собрание просит вас добровольно, в порядке трудовой дисциплины, отказаться от столовой. Столовых нет ни у кого в Москве...

С Филиппом Филипповичем что-то случилось, вследствие чего его лицо нежно побагровело и он не произнес ни одного звука, выжидая, что будет дальше.

— И от смотровой также, — продолжал Швондер, — смотровую прекрасно можно соединить с кабинетом.

— Угу, — молвил Филипп Филиппович каким-то странным голосом, — а где же я должен принимать пищу?

— В спальне, — хором ответили все четверо...

— Я буду обедать в столовой, а оперировать в операционной! Передайте это общему собранию, и по-

корнейше вас прошу вернуться к вашим делам, а мне предоставить возможность принимать пищу там, где ее принимают все нормальные люди, то есть в столовой, а не в передней и не в детской!»

### *Вопросы*

1. Чем, на ваш взгляд, был так возмущен Филипп Филиппович? Считал ли он квартиру, о которой идет речь, своей собственностью?

2. К какой форме собственности должно относиться имущество в случае, если у отдельного человека отсутствует защищенное законом право самостоятельно им распоряжаться? Для какой экономической системы характерно преобладание этой формы собственности?

3. Предположите и перечислите, какой основной и оборотный капитал мог использовать Филипп Филиппович для проведения операций.

4. Представьте, что Филипп Филиппович решил приобрести медицинский компрессор, обеспечивающий воздухом аппарат искусственного дыхания. Рассчитайте сумму годовых амортизационных отчислений на этот аппарат при норме амортизации 5 % и стоимости этого оборудования 780 рублей.

5. Как вы думаете, присутствовали ли во врачебной деятельности Филиппа Филипповича все три процесса, характерные для производства товаров (снабжение, производство и сбыт)? Если присутствовали, то опишите их.

6. Как вы считаете, если бы Филипп Филиппович жил в наше время и мог зарегистрировать свою деятельность по оказанию медицинских услуг, какую бы организационно-правовую форму собственности он выбрал? Ответ аргументируйте.



# ФИРМА И КОНКУРЕНЦИЯ

## Урок 6.1. КОНКУРЕНЦИЯ И СТРУКТУРА РЫНКА

Наиболее эффективное средство для достижения и обеспечения благосостояния — конкуренция.

*Людвиг Эрхард,  
западногерманский экономист*

Конкуренция обеспечивает наилучшее качество продуктов и развивает наилучшие качества людей.

*Дэвид Сарнофф,  
американский предприниматель*



### ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Различать рыночные структуры по характерным признакам.
- ✓ Приводить примеры рынков различных рыночных структур.
- ✓ Объяснять, как влияет степень развития конкуренции на деятельность предприятия.



### ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

Прочитайте стихотворение В. Хлебова, написанное в 1994 году, в эпоху зарождения малого пред-

принимательства в нашей стране. Ответьте на вопросы после текста.

— Послушай, шеф, я очень рад,  
Теперь дела пойдут на лад, —  
Промолвил юный бизнесмен, —  
Коль дали бизнесу свободу,  
Дадим и мы товар народу.  
Мне радостно от перемен.  
Я верю искренне — по праву  
Нам воздадут за это славу!  
— Не то несешь, — ответил шеф. —  
Нам незачем трудиться с жаром  
И все заполонять товаром,  
Так не набьешь богатством сейф.  
Я знаю — право нам дано,  
Но ты учти и знай одно,  
Коль хочешь выйти в бизнесмены:  
Зачем производить товар,  
Чтобы иметь большой навар —  
Достаточно повесить цены.

### *Вопросы*

1. Согласны ли вы с мнением героя, считающего, что для получения большего дохода достаточно повысить цены на продаваемые товары? С какой реакцией покупателей может столкнуться продавец, действующий подобным образом?

2. Как называется соперничество между продавцами за привлечение внимания потребителей? Каковы положительные и отрицательные последствия такого соперничества?

3. Как продавец может привлечь внимание покупателей к своим товарам? Перечислите как можно больше способов привлечения внимания покупателей.

4. Возможна ли ситуация, в которой продавец



способен диктовать свои условия, предполагая, что повышение им цены на товар или услугу не будет приводить к существенному снижению спроса на него? Если возможно, то приведите пример такой ситуации. Знаете ли вы, каким экономическим термином можно назвать такого продавца?



## **ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ**

Вы уже знаете, что конкуренция, то есть соперничество между участниками рынка за достижение выгод, является неотъемлемым спутником рыночной экономики, способствующим увеличению разнообразия товаров и повышению их качества, снижению цен и внедрению новых технологий.

Условия конкурентной борьбы зависят от особенностей того рынка, на котором работает организация. Основными характеристиками, по которым выделяют различные типы рыночных структур, являются:

- ✓ количество фирм-производителей;
- ✓ степень схожести свойств товаров разных производителей или однородность этих товаров;
- ✓ наличие барьеров, препятствующих входу в отрасль (например, низкая доступность факторов производства, необходимость крупных вложений капитала или получения лицензий и патентов);
- ✓ возможность осуществлять контроль над ценами.

В зависимости от этих характеристик выделяют четыре типа рыночных структур: рынок совершенной конкуренции, рынок монополистической конкуренции, рынок олигополии и рынок монополии.



**Рынок совершенной (чистой) конкуренции** состоит из множества продавцов и покупателей какого-либо схожего товарного продукта, неспособных оказывать влияние на цены.

Вход в отрасль на рынке совершенной конкуренции свободный, однако встречаются такие рынки крайне редко. Максимально приближены к нему сельскохозяйственные рынки, фондовые биржи и международный валютный рынок, продающие достаточно однородные товары, такие как зерно, акции, валюта.

Другие рынки, позволяющие фирмам в той или иной степени оказывать влияние на цену продаваемых товаров, относят к рынкам несовершенной конкуренции. Выделяют три типа таких рынков: монополистическая конкуренция, олигополия и монополия.



**Рынок монополистической конкуренции** состоит из множества продавцов и покупателей, совершающих сделки не по единой цене, а в широком диапазоне цен.

Продаваемые на таких рынках товары отличаются друг от друга качеством, сервисным обслуживанием, интенсивностью рекламы и другими характеристиками. Все это дает производителю возможность в определенной степени влиять на цены. К монополистической конкуренции можно отнести рынки продуктов питания, одежды, обуви, парфюмерии и другие. Проникнуть на такие рынки относительно легко.

Рынок, на котором работает не более десятка крупных фирм, продающих как однородную (сталь, алюминий), так и несхожую (автомобили, бытовая техника) продукцию, относится к олигополии.



Рынок **олигополии** характеризуется наличием небольшого числа крупных продавцов, способных оказывать ограниченное воздействие на цену.

Цены на таком рынке характеризуются меньшей гибкостью, чем в условиях монополистической конкуренции, и изменение цены одним производителем, как правило, вызывает ответную реакцию со стороны других производителей. Вступление новых фирм в отрасль затруднено и обычно связано с необходимостью вложения большого первоначального капитала.

Если же фирма занимает значительную часть рынка и выпускает товары, не имеющие близких заменителей, то она является монополистом.



Рынок **монополии** характеризуется наличием одного продавца, способного диктовать свои условия.

Барьеры для вступления в подобную отрасль практически непреодолимы. Монополист может использовать свою рыночную власть, то есть устанавливать и контролировать цены, а также решать, какой объем товара предлагать рынку. Такая ситуация характерна для искусственных, то есть специально созданных с помощью подавления конкурентов, монополий и

требует вмешательства государства. Иногда государство само предоставляет фирме монопольное право на производство той или иной продукции, такие монополии называют естественными (почтовая связь, энергоснабжение, железнодорожные перевозки и другие). Деятельность всех монополий регламентируется Федеральным законом «О защите конкуренции» (от 26.07.2006) и контролируется Федеральной антимонопольной службой.

Итак, структура рынка оказывает большое влияние на деятельность организаций, определяя возможность проникновения в отрасль, количество конкурентов и остроту конкурентной борьбы, а также механизм взаимодействия спроса и предложения.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Перечислите характеристики, по которым определяются рыночные структуры.

Б. Что такое рынок совершенной конкуренции? Опишите, какими особенностями он обладает.

В. Какими характеристиками должен обладать рынок, чтобы его можно было отнести к монополистической конкуренции?

Г. Что такое олигополия?

Д. Какой рынок относится к монополии?

### ❷ Прочитайте высказывания предпринимателей и выполните задания.

*Предприниматель Иванов:* Моя организация является единственным производителем этого товара. Наш товар не имеет заменителей, мы сами назначаем на него цену, и цена эта достаточно высокая.

*Предприниматель Петров:* У моей организации есть конкуренты, но их очень мало. Появления новых конкурентов я не опасаясь, потому что понимаю, что проникнуть на тот рынок, на котором я работаю, чрезвычайно сложно.

*Предприниматель Сидоров:* Мне приходится работать в сложных условиях, потому что у меня очень много конкурентов. Но я вкладываю много денег в рекламу, а также стараюсь сделать товары, которые производю, красивыми и качественными, чтобы потребитель обращал на них внимание.

*Предприниматель Федоров:* Несмотря на то что у меня много конкурентов, мне нет необходимости рекламировать свой товар. Однако я вынужден мириться с тем, что не могу выделить свой товар и оказать влияние на цену его продажи.

#### *Задания*

1. В какой рыночной структуре работает каждый из предпринимателей. Ответ аргументируйте.

2. Объясните, какое влияние оказывают особенности каждой рыночной структуры на деятельность предприятия.

**3 Рынок какого из перечисленных товаров или услуг является монополизированным и почему: шоколад, овощи, косметика, парикмахерские услуги, услуги метрополитена?**

**4 Выскажите свое мнение.**

**А.** Какая из рыночных структур дает больше преимуществ производителю? Почему?

**Б.** Какая из рыночных структур наиболее выгодна для покупателя? Почему?

**В.** Почему ПАО «Российские железные дороги» менее чем другие организации нуждается в рекламировании своих услуг?

Г. Почему операторы сотовой связи постоянно отслеживают деятельность конкурентов и внедряют новые способы привлечения внимания потребителей?



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.

А. Прочитайте эпиграфы к уроку. Согласны ли вы с этими высказываниями? Выберите одно из них и докажите свое мнение, используя ПОПС-формулу.

Б. Составьте кроссворд с понятиями, изученными на уроке.

## Урок 6.2. ПРЕДПРИЯТИЯ ЖКХ И РЫНОЧНЫЕ СТРУКТУРЫ

Естественные монополии —  
хребет российской экономики,  
и этот хребет мы будем беречь как зеницу ока.

*Виктор Черномырдин,  
российский государственный деятель*

Монополист никогда не станет лидером,  
потому что потребитель не может выбирать.

*Питер Друкер,  
американский ученый*



## ВЫ НАУЧИТЕСЬ

✓ Объяснять принадлежность предприятий ЖКХ к одной из рыночных структур.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

Рассмотрите карикатуру. Выполните задания и ответьте на вопросы.



### *Вопросы и задания*

1. С помощью 4—5 предложений опишите то, что нарисовано на этой карикатуре.

2. Как вы думаете, на чем основана уверенность героя карикатуры в том, что население выдержит новые возросшие тарифы на услуги ЖКХ?

3. Может ли население отказаться от потребления услуг ЖКХ? Есть ли у него возможность выбирать поставщика этих услуг?

4. К какому типу рыночной структуры можно отнести отрасль, обладающую подобными характеристиками?

5. Какие еще проблемы, кроме повышения тарифов, могут возникнуть из-за принадлежности отрасли к рыночной структуре такого типа?

6. Кто должен заниматься решением указанных проблем? Предложите способы их решения.



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

Вы уже знаете, что предприятия жилищно-коммунального хозяйства оказывают услуги, обеспечивающие комфортные условия жизни населения. Это могут быть как государственные, так и муниципальные предприятия; акционерные общества, хозяйственные товарищества, производственные кооперативы, товарищества собственников жилья и другие.

Несмотря на довольно широкий спектр жилищно-коммунальных услуг, все они имеют общие черты:

- ✓ жилищно-коммунальные услуги принадлежат к группе жизнеобеспечения, следовательно, имеют высокую значимость и низкую заменяемость другими услугами;

- ✓ население, как правило, не может отказаться от потребления услуг этих предприятий;

- ✓ для оказания жилищно-коммунальных услуг необходим сложный комплекс сооружений и оборудования, привязанный к конкретной территории (сети водопровода, теплосети, устройства по передаче электроэнергии и газа и т. д.).

Выделенные особенности жилищно-коммунальных услуг приводят к возникновению естественных монополий в этой отрасли. Монопольное право на оказание жилищно-коммунальных услуг предоставляется государством и обусловлено тем, что благодаря своему масштабу предприятия-монополисты, обладающие лучшей технологической оснащенностью, имеют меньший уровень издержек, чем тот, который был бы у нескольких более мелких предприятий. Из-за привязки фирм-поставщиков к одной местности естественную монополию также называют *локальной*.





**Естественная монополия** — состояние рынка, при котором удовлетворение спроса на нем эффективнее в отсутствии конкуренции в силу технологических особенностей производства.

Как и любые другие монопольные образования, монополия в сфере жилищно-коммунальных услуг может иметь негативные последствия, такие как завышение тарифов, неудовлетворительное качество, низкая надежность и недостаточная экологическая безопасность, при отсутствии возможностей у потребителей отказаться от данного вида услуг. Поэтому деятельность естественных монополий требует государственного регулирования. На нее распространяется закон о защите конкуренции, за выполнением которого следит Федеральная антимонопольная служба.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Каковы характерные особенности жилищно-коммунальных услуг?

Б. Что такое естественная монополия?

В. Обозначьте основные причины, благодаря которым рынок жилищно-коммунальных услуг монополизирован.

Г. Какие меры предпринимаются, чтобы защитить потребителей от возможных негативных последствий монополизации этого рынка?

### ❷ Выскажите свое мнение.

Прочитайте эпиграфы к уроку. Согласны ли вы с этими высказываниями? Ответ аргументируйте.



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.

А. Нарисуйте постер на тему «Монополизация сферы ЖКХ».

Б. Посетите сайт Федеральной антимонопольной службы (<http://fas.gov.ru>) и познакомьтесь с ее деятельностью. Найдите на сайте информацию об одном из нарушений естественными монополиями Федерального закона «О защите конкуренции». Подготовьте доклад о нем, в котором обозначьте: название организации-нарушителя, суть претензий к ней, каким образом была наказана организация за обозначенные нарушения.

## Уроки 6.3–6.4. ИЗДЕРЖКИ ПРОИЗВОДСТВА

Я уверен, что нужно тратить столько, сколько считаешь нужным.

Но я также уверен в том, что нельзя тратить больше, чем можно.

*Дональд Трамп,  
американский бизнесмен,  
с 2016 года президент США*



## ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Различать виды производственных затрат.
- ✓ Графически изображать все виды производственных издержек.

- ✓ Рассчитывать величины всех видов издержек.
- ✓ Рассчитывать себестоимость единицы товара.
- ✓ Объяснять взаимосвязи между всеми видами производственных издержек.
- ✓ Различать экономические, явные и неявные издержки.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ



1. Прочитайте лозунг, размещенный на Комсомольской проходной Горьковского автомобильного завода в Нижнем Новгороде. Поясните, как вы понимаете его суть?

2. Какие виды затрат (издержек) вы знаете? Перечислите их и дайте им краткую характеристику.

3. К снижению каких затрат призывает лозунг? Приведите примеры затрат завода, которые, на ваш взгляд, можно было бы уменьшить.

4. Существуют ли затраты, которые сократить невозможно? Если существуют, то приведите примеры таких затрат.



## ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ

### **Издержки на изготовление партии продукции и средние издержки.**

Вы уже знаете, что выживание предприятия во многом зависит от того, насколько правильно организованы учет и планирование издержек. Все издержки можно разделить на **постоянные (FC)**, напрямую не связанные с самим процессом производства, и **переменные (VC)**, связанные с производственным процессом. Из постоянных и переменных издержек складываются общие издержки, или себестоимость, партии продукции (TC).

Очевидно, что производителю, для того чтобы назначить цену, необходимо знать себестоимость единицы товара или средние общие издержки (ATC или AC).

Для расчета средних издержек используются следующие формулы:

$AFC = FC / Q$  — средние постоянные издержки;

$AVC = VC / Q$  — средние переменные издержки;

$AC = ATC = TC / Q = AFC + AVC$  — средние общие издержки, где

**TC** — общие издержки производства партии продукции, **Q** — объем партии товара, **FC** — постоянные издержки производства партии продукции, **VC** — переменные издержки производства партии продукции, **AFC (AC)** — средние постоянные издержки, **AVC** — средние переменные издержки.

### **Предельные издержки.**

Средние издержки не позволяют судить о том, насколько изменятся общие издержки при выпуске еще одной единицы продукции. Для этого необходимо вычислить предельные издержки, которые обычно не совпадают со средними.

**Предельные, или маржинальные, издержки** (MC — *marginal costs*) — это прирост общих издержек, связанный с выпуском каждой дополнительной единицы продукции.

Предельные издержки рассчитываются по формуле:

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}, \text{ где}$$

$\Delta TC$  — изменение общих издержек,  $\Delta Q$  — изменение количества товаров (услуг).

Рассмотрим структуру издержек клининговой компании, оказывающей услуги по уборке помещений. Владелец компании, Лидия Ермолаева, занесла в таблицу известное ей значение постоянных издержек (FC), а также значения переменных издержек (VC) при разном количестве услуг, оказываемых за месяц. Далее она рассчитала общие издержки (TC), а также средние издержки: переменные (AVC), постоянные (AFC) и общие (ATC).

Для определения оптимального количества оказываемых услуг Лидия решила провести расчет предельных издержек.

Так, при  $Q = 10$  шт.

$$MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q} = \frac{190 - 100}{10 - 0} = \frac{90}{10} = 9 \text{ руб.}$$

Аналогично Лидия рассчитала предельные издержки (MC) для других значений  $Q$ .

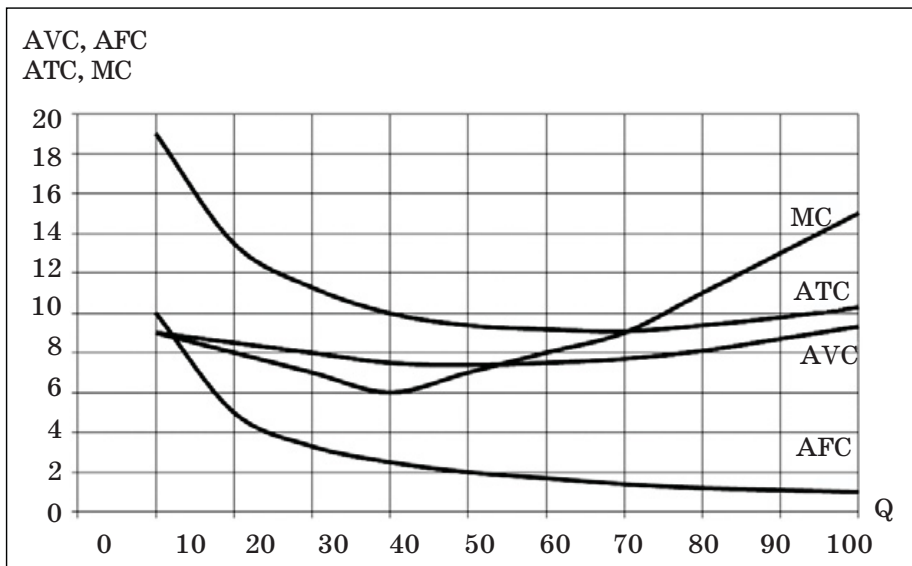
Q, шт.	FC, тыс. руб.	VC, тыс. руб.	TC, тыс. руб.	AFC, тыс. руб.	AVC, тыс. руб.	ATC, тыс. руб.	MC, тыс. руб.
1	2	3	4	5	6	7	8
0	100	0	100	—	—	—	—
10	100	90	190	10	9	19	9

Окончание табл.

Q, шт.	FC, тыс. руб.	VC, тыс. руб.	TC, тыс. руб.	AFC, тыс. руб.	AVC, тыс. руб.	ATC, тыс. руб.	MC, тыс. руб.
20	100	170	270	5,0	8,5	13,5	8
30	100	240	340	3,3	8	11,3	7
40	100	300	400	2,5	7,5	10	6
50	100	370	470	2,0	7,4	9,4	7
60	100	450	550	1,7	7,5	9,2	8
70	100	540	640	1,4	7,7	9,1	9
80	100	650	750	1,2	8,1	9,4	11
90	100	780	880	1,1	8,7	9,8	13
100	100	930	1030	1	9,3	10,3	15

Далее Лидия построила графики всех средних издержек и предельных издержек в одной системе координат.

### Графики средних издержек и предельных издержек



Лидия заметила, что увеличение количества оказываемых услуг вызывает следующие изменения в структуре издержек:

✓ средние постоянные издержки уменьшаются, так как неизменная величина постоянных затрат делится на увеличивающееся количество выпускаемой продукции;

✓ средние переменные издержки уменьшаются до определенного значения, а потом начинают возрастать;

✓ средние общие издержки сначала очень высокие, потому что большие постоянные издержки распределяются на незначительный объем продукции, но с увеличением количества оказываемых услуг растет влияние переменных издержек, поэтому кривая средних общих издержек также идет вниз, а потом устремляется вверх;

✓ кривая предельных издержек на графике круто спускается вниз и до некоторого уровня остается ниже кривой средних общих издержек. В этой ситуации производство каждой последующей дополнительной единицы продукции будет дешевле, чем предыдущей. Кривая предельных издержек пересекает кривую средних общих издержек в ее минимальной точке (S). Объем производства в ней является оптимальным. При дальнейшем увеличении количества услуг кривая предельных издержек довольно круто поднимается вверх. Это означает, что дальнейшее увеличение объема производства невыгодно организации.

Подробный анализ издержек позволил Лидии выбрать оптимальное количество оказываемых услуг.

## Явные и неявные издержки. Экономические издержки.

Существуют и другие подходы к исчислению издержек. Общие издержки (ТС), связанные с постоянными, переменными, средними и предельными издержками, рассчитывает бухгалтер. Поэтому они называются бухгалтерскими (явными, внешними) издержками.



**Бухгалтерские (явные, внешние) издержки** ( $ТС_{\text{бух.}}$ ) — стоимость приобретенных для производства факторов производства, или общая себестоимость продукции, то есть общие издержки производства.

Однако предприниматель также может использовать собственные внутренние ресурсы, от которых он мог бы получать доход, если бы они не были включены в предпринимательскую деятельность.

К примеру, занимаясь предпринимательством, он отказывается: от зарплаты, которую мог бы получать, работая по найму; от процентов, если бы вложил деньги не в организацию бизнеса, а в банк; от арендной платы, если для ведения бизнеса предприниматель использует собственное помещение, а не сдает его в аренду. Такие издержки не включаются в себестоимость и относятся к неявным, или внутренним, издержкам.



**Неявные (внутренние) издержки** ( $ТС_{\text{неявн.}}$ ) — доход, от которого предпринимателю пришлось отказаться ради ведения своего бизнеса.



Сумму явных и неявных издержек производства называют экономическими издержками.



**Экономические издержки ( $ТС_{\text{экон.}}$ )** — это сумма бухгалтерских и неявных издержек.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

А. Какие издержки относят к постоянным? Какие издержки относят к переменным?

Б. Как рассчитать средние постоянные и средние переменные издержки?

В. Как рассчитать себестоимость единицы товара?

Г. Что такое предельные издержки?

Д. Что такое бухгалтерские издержки?

Е. Какие издержки относятся к неявным?

Ж. Как определить экономические издержки?

### ❷ Прочитайте текст и помогите предпринимателю Ирине Сидоровой выделить явные и неявные издержки.

Ирина Сидорова решила открыть в собственном дачном домике, который она раньше сдавала на лето знакомым, мини-пекарню. Для реализации своего плана ей пришлось потратить личные сбережения, которые до этого находились на ее банковском счете. Сняв деньги, она закупила оборудование и необходимое сырье: муку, сахарный песок, растительное масло, яйца и т. д. Кроме этого Ирина приобрела кассовый аппарат, заказала у художника-оформителя красивую вывеску, наняла водителя с машиной

для доставки товара покупателям, продавщицу и уборщицу.



## МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Представьте, что один из ваших знакомых имеет свой бизнес, но плохо знает экономику и считает, что учет и планирование издержек — это сложная и напрасная работа. Составьте перечень аргументов, с помощью которых вы могли бы убедить его в необходимости проводить анализ издержек.

**Б.** Составьте памятку для предпринимателя, по которой он мог бы проводить расчет и анализ всех видов издержек своей организации. Памятка должна содержать последовательные этапы расчета издержек, формулы для расчета и рекомендации по использованию полученных результатов.

## Уроки 6.5–6.6. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ И БУХГАЛТЕРСКАЯ ПРИБЫЛЬ

И убыток приносит прибыль.  
*Японская пословица*



## ВЫ НАУЧИТЕСЬ

- ✓ Рассчитывать величину прибыли.
- ✓ Объяснять процесс ценообразования на предприятии.

✓ Рассчитывать бухгалтерскую и экономическую прибыль.



## ОБСУДИМ ВМЕСТЕ

**Прочитайте отрывок из статьи И. В. Гелета и В. В. Арутюновой «Пути максимизации прибыли предприятий в современных условиях». Ответьте на вопросы.**

«Как известно, коммерческие организации в качестве основной цели своей деятельности преследуют извлечение прибыли. В связи с этим данный показатель считается наиболее важным при оценке эффективности хозяйственной деятельности любого предприятия. Необходимость анализа финансового результата деятельности предприятия предопределяется развитием национальной экономики...

На практике одной из слабых сторон российских предприятий является низкий уровень получаемой чистой прибыли. Рыночная хозяйственная система побуждает предприятия искать способы максимизации прибыли..., формировать благоприятные условия для реализации знаний и умений работников предприятия. Для того чтобы организация функционировала эффективно и рентабельно, руководители и менеджеры должны владеть практическими навыками эффективного управления формированием и распределением прибыли предприятия» \*.

---

\* Гелет, И. В. Пути максимизации прибыли предприятий в современных условиях / И. В. Гелет, В. В. Арутюнова // Экономика и менеджмент инновационных технологий. — 2015. — № 6 (45), июнь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ekonomika.snauka.ru> (дата обращения 15.12.2017).

### *Вопросы*

1. Почему авторы статьи называют прибыль наиболее важным показателем эффективности работы предприятия? Какое влияние на экономику страны оказывает прибыль, полученная предприятием?

2. Какие из известных вам экономических показателей влияют на величину получаемой предприятием прибыли?

3. Согласны ли вы с утверждением авторов, что одной из возможностей максимизации прибыли является создание благоприятных условий для реализации знаний и умений работников предприятия? Ответ аргументируйте.

4. Как вы считаете, зачем предпринимателю необходимо повышать уровень получаемой прибыли? На что предприятие может потратить полученную прибыль? Перечислите возможные способы ее использования.



### **ПРОЧТИТЕ И ЗАПОМНИТЕ**

На прошлом уроке мы говорили о том, как определить объем производства, при котором себестоимость товаров будет наименьшей. Это очень важный вопрос, потому что от себестоимости товаров зависит размер прибыли предпринимателя.

Вы уже знаете, что прибыль — это разница между выручкой от продажи товаров (доходом) и затратами (себестоимостью товаров). Такая прибыль называется бухгалтерской прибылью, потому что при ее расчете используется только величина бухгалтерских издержек.



**Бухгалтерская прибыль** — разница между выручкой и бухгалтерскими издержками.

$$Pr_{\text{бух.}} = TR - TC_{\text{бух.}}$$

$$TR = P \times Q, \text{ где}$$

$Pr_{\text{бух.}}$  — бухгалтерская прибыль от продажи партии товара,  $TR$  — выручка за месяц,  $TC_{\text{бух.}}$  — бухгалтерские издержки за месяц,  $P$  — цена товара,  $Q$  — количество произведенной за месяц продукции.

На практике руководители чаще сталкиваются с бухгалтерской прибылью. Но для оценки эффективности ведения бизнеса необходимо проводить и анализ экономической прибыли.



**Экономическая прибыль** — это разница между выручкой и экономическими издержками.

$$Pr_{\text{эк.}} = TR - TC_{\text{экон.}} = TR - (TC_{\text{бух.}} + TC_{\text{неявн.}}), \text{ где}$$

$Pr_{\text{эк.}}$  — экономическая прибыль,  $TR$  — выручка за месяц,  $TC_{\text{экон.}}$  — экономические издержки,  $TC_{\text{неявн.}}$  — неявные издержки,  $TC_{\text{бух.}}$  — бухгалтерские издержки.

Если значение разности выручки и издержек отрицательно, то организация получила убыток.

Вернемся к примеру с клининговой компанией, рассматриваемому на прошлом уроке. При средней стоимости заказа в 12 тысяч рублей рассчитаем выручку ( $TR$ ), которую получает организация при оказании разного количества услуг за месяц. Определим бухгалтерскую прибыль ( $Pr_{\text{бух.}}$ ) как разницу между выручкой ( $TR$ ) и общими издержками ( $TC$ ).

Перенесем в таблицу, полученную в задании 2 прошлого урока, сумму неявных издержек и рассчитаем экономическую прибыль ( $Pr_{\text{эк.}}$ ).

Количество заказов, Q	P, тыс. руб.	TR, тыс. руб.	ТС, тыс. руб.	$Pr_{\text{бух.}}$ тыс. руб.	$ТС_{\text{неявн.}}$ тыс. руб.	$Pr_{\text{эк.}}$ тыс. руб.
1	2	5	6	7	8	9
10	12	120	190	-70	82	-152
20	12	240	270	-30	82	-112
30	12	360	340	20	82	-62
40	12	480	400	80	82	-2
50	12	600	470	130	82	48
60	12	720	550	170	82	88
70	12	840	640	200	82	118
80	12	960	750	210	82	128
90	12	1080	880	200	82	118
100	12	1200	1030	70	82	-12

Мы видим, что при любом количестве заказов экономическая прибыль меньше бухгалтерской. Если бухгалтерскую прибыль организация начинает получать при 30 заказах в месяц и до 100 заказов она сохраняется, то экономическую прибыль организация получает, выполняя только от 50 до 90 заказов в месяц.

Результаты анализа издержек фирма использует при назначении цены на товар.



**Ценообразование** — это установление цены на товар или услугу.

Однако для правильного назначения цены одного только анализа издержек недостаточно. Любая на-

значенная цена скажется на спросе, поэтому процесс ценообразования начинается с определения величин спроса при различных значениях цен. Далее фирма проводит анализ издержек производства для оценки себестоимости товара, то есть минимальной цены, по которой этот товар может быть продан. На следующем этапе фирма осуществляет анализ цен и товаров конкурентов. Как правило, организации назначают цены в том же диапазоне цен, в котором продаются конкурирующие товары. Далее происходит установление окончательной цены, то есть выбор из заданного диапазона цен той, которая будет указана на ценнике или в прайс-листе и сможет привлечь больше покупателей.



## ВОПРОСЫ И ЗАДАНИЯ

### ❶ Проверьте себя.

- А. Что такое бухгалтерская прибыль?
- Б. Что такое экономическая прибыль?
- В. Величина какой прибыли больше — экономической или бухгалтерской и почему?
- Г. Что такое ценообразование?
- Д. Какие действия осуществляет фирма, назначая цену на свой товар?

### ❷ Выскажите свое мнение.

- А. Как вы думаете, может ли фирма назначить цену на товар более высокую, чем стоимость конкурирующих товаров? Если может, то в каком случае?
- Б. В последние годы большинство изменений цен заключалось в их повышении. Как вы думаете, почему это происходило?

**3 Прочитайте японскую пословицу, представленную в эпиграфе к уроку. Ответьте на вопросы.**

**А.** Как вы понимаете это высказывание? Какая русская пословица имеет тот же смысл?

**Б.** Всегда ли, на ваш взгляд, это невозможность получить запланированную прибыль является катастрофой для организации? Может ли такая ситуация стать началом нового пути, вывести организацию на более высокий уровень? Ответ аргументируйте.

**В.** Происходили ли с вами или вашими знакомыми ситуации, когда вы были благодарны неудачам, потому что они чему-то научили вас или позволили добиться того, чего вы не смогли бы добиться, если бы не столкнулись с этими неудачами? Если происходили, то расскажите об одной из них.



## **МОЙ ПРЕДМЕТНЫЙ ПОРТФЕЛЬ**

**На листе формата А4 выполните любое задание и сохраните в портфеле.**

**А.** Составьте памятку для предпринимателя по назначению цены на товар.

**Б.** Разные числа люди воспринимают по-разному. Производители и продавцы знают об этом и, назначая цены на свои товары, учитывают психологическое воздействие, оказываемое цифрами, из которых состоит цена, на потребителя. Используя информацию из интернета, подготовьте небольшой (не более одной страницы) доклад о приемах психологического ценообразования и их влиянии на количество продаж.





## ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЛАБОРАТОРИЯ

### Сокращаем издержки.

#### Примеры из практики руководителей

Никто не становится богатым лишь в силу того, что много зарабатывает. Секрет благополучия — в постоянном увеличении разницы между доходами и расходами.

*В компании IKEA экономят все.*

Когда речь заходит об экономии, часто вспоминают владельца IKEA Ингвара Кампрада, который избегает носить костюмы, летает исключительно эконом-классом, а на земле передвигается в общественном транспорте, пользуясь пенсионной дисконтной картой. Сотрудников компании он также призывает быть экономными и, например, писчую бумагу использовать обязательно с обеих сторон.

*У хорошего портного обрезков не остается.*

Нижегородская типография «Офсет-НН» использует в своей работе множество способов снижения издержек, один из которых — это расположение нескольких заказов на одном печатном листе для более плотного заполнения. Как говорится, у хорошего портного не остается обрезков!

*Фрилансеры — дешевле.*

IT-компания «Бренд-дизайн» из города Сергиева Посада для экономии издержек пользуется услугами фрилансеров, то есть свободных работников, которые могут выполнять одновременно заказы для разных клиентов. Это позволило уменьшить нагрузку на сотрудников компании, не нанимая новых работников на постоянную работу. А их освободившееся

время расходуется на решение серьезных и прибыльных задач. Фрилансеры обходятся компании существенно дешевле. Ее доходы выросли, а фонд заработной платы сократился.

### *Вопросы и задания*

1. На рынке какого типа работает компания ИКЕА? Опишите основные особенности этого рынка.

2. Как вы думаете, почему владелец компании Ингвар Кампрад уделяет такое большое внимание экономии издержек? Какие преимущества может дать организации более низкий по сравнению с конкурентами уровень издержек?

3. Считаете ли вы важным, чтобы руководитель организации показывал личный пример экономии? Ответ аргументируйте.

4. Как вы думаете, правильные ли способы сокращения издержек выбрали руководители IT-компании и типографии? Опишите преимущества и недостатки обоих способов.

5. Подумайте, какие издержки школы можно было бы сократить? А какие издержки, на ваш взгляд, сокращать недопустимо? Какие из перечисленных издержек относятся к постоянным, а какие — к переменным? Ответ оформите в виде таблицы.

6. Выберите одну из возможностей сокращения издержек, которую вы сможете рассмотреть более подробно. Воспользовавшись информацией из интернета или других источников, рассчитайте экономию в издержках, которую могла бы получить школа за определенный период времени, если бы она реализовала эту возможность.



## СЛОВАРЬ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ТЕРМИНОВ

**Акционерное общество (АО)** — общество, уставный капитал которого разделен на определенное число акций.

**Акционер** — владелец акций.

**Акция** — ценная бумага, свидетельствующая о внесении средств в капитал акционерного общества и дающая право на получение части прибыли в виде дивидендов.

**Альтернативная стоимость** — ценность наилучшей из упущенных в результате выбора конкретного варианта альтернативы.

**Бухгалтерская прибыль** — разница между выручкой и бухгалтерскими издержками.

**Бухгалтерские (явные, внешние) издержки (ТС<sub>бух.</sub>)** — стоимость приобретенных для производства факторов производства, или общая себестоимость продукции, то есть общие издержки производства.

**Взаимодополняемые товары** — товары, которые в совокупности удовлетворяют одну и ту же потребность, при этом рост цены на один из них приводит к падению спроса на другой.

**Дивиденды** — часть прибыли предприятия, которую получают собственники акций.

**Дотации** — денежные средства, предоставляемые со стороны государства.

**Естественная монополия** — состояние рынка, при котором удовлетворение спроса на этом рынке эффективнее в отсутствие конкуренции в силу технологических особенностей производства.

**Индивидуальный предприниматель (ИП)** — физическое лицо, зарегистрированное в установленном законом порядке и осуществляющее предпринимательскую деятельность без образования юридического лица.

**Индивидуальный спрос** — спрос конкретного потребителя.

**Качество** — совокупность полезных свойств, позволяющих удовлетворять определенные потребности.

**Макроэкономика** — область экономической науки, изучающая функционирование экономики в целом.

**Микроэкономика** — область экономической науки, изучающая экономическое поведение потребителей и фирм.

**Неявные (внутренние) издержки ( $ТС_{\text{неявн.}}$ )** — доход, от которого предпринимателю пришлось отказаться ради ведения своего бизнеса.

**Нормальные товары** — товары, спрос на которые увеличивается с ростом дохода и уменьшается с его сокращением.

**Оборотный капитал** — это капитал, полностью расходуемый в течение одного производственного цикла.

**Общество с ограниченной ответственностью (ООО)** — созданное одним или несколькими лицами хозяйственное общество, участники которого несут ответственность по обязательствам в пределах стоимости своих долей в уставном капитале.

**Объект собственности** — то, что находится в собственности.

**Основной капитал** — капитал, который участвует в процессе производства на протяжении нескольких производственных циклов.

**Отраслевая экономика** — раздел экономики, изучающий общественные отношения в рамках отрасли.

**Полное товарищество** — предприятие, участники которого на основании заключенного между ними договора ведут предпринимательскую деятельность и несут ответственность по обязательствам всем принадлежащим им имуществом.

**Предельные, или маржинальные, издержки (МС — marginal costs)** — прирост общих издержек, связанный с выпуском каждой дополнительной единицы продукции.

**Производительность фактора производства** — объем произведенной продукции в расчете на единицу этого фактора за некоторый период времени.

**Производственный кооператив (артель)** — добровольное объединение граждан для совместной хозяйственной деятельности, основанное на их личном трудовом участии в работе предприятия и на объединении участниками имущественных взносов.

**Производство** — процесс взаимодействия факторов производства, направленный на превращение сырья и материалов в готовую продукцию.

**Рациональный выбор** — выбор наилучшего из альтернативных решений, при котором достигается максимальное удовлетворение потребностей при минимуме затрат.

**Региональная экономика** — раздел экономики, изучающий систему хозяйствования в определенном регионе.

**Рынок монополии** — рынок, характеризующийся

наличием одного продавца, способного диктовать свои условия.

**Рынок монополистической конкуренции** — рынок, состоящий из множества продавцов и покупателей, совершающих сделки не по единой цене, а в широком диапазоне цен.

**Рынок олигополии** — рынок, характеризующийся наличием небольшого числа крупных продавцов, способных оказывать ограниченное воздействие на цену.

**Рынок совершенной (чистой) конкуренции** — рынок, состоящий из множества продавцов и покупателей какого-либо схожего товарного продукта, неспособных оказывать влияние на цены.

**Рыночное равновесие** — ситуация на рынке, при которой объем спроса и объем предложения равны между собой.

**Рыночный спрос** — спрос, предъявляемый на товар всеми покупателями.

**Сбыт** — комплекс действий, связанных с продажей готовой продукции.

**Снабжение** — совокупность операций, обеспечивающих предприятие необходимыми факторами производства.

**Собственность** — отношения между людьми по поводу присвоения и использования некоторых благ. Как экономическая категория собственность определяет систему отношений по поводу присвоения средств и результатов производства.

**Субъект собственности** — лицо, которому принадлежит право собственности на благо.

**Товарищество на вере** — коммерческая организация, основанная на совместном капитале полных товарищей и вкладчиков-коммандитистов.

**Товары-заменители** — взаимозаменяемые товары или услуги, для которых существует прямая связь

между ценой на один из них и спросом на товар или услугу, который может его заменить.

**Товары низшей категории** — товары, спрос на которые уменьшается с ростом дохода и растет, когда доход сокращается.

**Уставный капитал** — совокупность средств, которые учредители предприятия вложили в него при его основании.

**Хозяйственное партнерство** — созданная двумя или более лицами коммерческая организация, в управлении которой участвуют участники партнерства, а также иные лица в пределах и в объеме, предусмотренных соглашением об управлении партнерством.

**Ценообразование** — установление цены на товар или услугу.

**Экономика** — наука, которая изучает, как общество использует ограниченные ресурсы для производства товаров и услуг с целью наиболее полного удовлетворения своих неограниченных потребностей.

**Экономическая прибыль** — разница между выручкой и экономическими издержками.

**Экономическая система** — способ, по которому организуется хозяйственная жизнь общества и принимаются решения о том ЧТО, КАК и ДЛЯ КОГО производить.

**Экономические издержки ( $ТС_{\text{экон.}}$ )** — сумма бухгалтерских и неявных издержек.

**Экономический потенциал** — совокупность ресурсов, которые могут быть задействованы для достижения экономических целей.



## *Дорогие друзья!*

Вот вы и закрыли последнюю страницу учебного пособия по экономике для 8-го класса.

Может быть, вы не станете экономистами. Но какую бы профессию вы ни выбрали — учителя, врача, художника или программиста, — вам нужно быть экономически грамотными. Изучив экономику в 8-м классе, вы получили ответы на многие жизненные вопросы.

Теперь вы знаете особенности экономики России.

Вы умеете рационально использовать ограниченные ресурсы, в том числе электроэнергию, воду и тепло.

Вам стало ясно, как формируются спрос на товары и услуги и их предложение. Вы можете правильно оценить рыночную ситуацию и сделать верные прогнозы относительно ее изменения.

Вы можете объяснить, что такое предприятие, знаете формы предприятий, которые существуют в нашей стране, и сможете грамотно осуществить выбор организационно-правовой формы предприятия, если это потребуется вам в будущем.

Вы понимаете, из чего складывается цена, и знаете, как правильно назначить цену на товар или услугу.

Однако на этом ваша дружба с удивительной наукой экономикой не закончилась. Она только начинается! Впереди еще много интересных, важных и полезных открытий.

Встретимся в 9-м классе!





## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный государственный образовательный стандарт основного общего образования. — М. : Просвещение, 2016. — 62 с.
2. *Белянов, В. А.* Теория спроса и предложения. Механизм установления равновесных цен : учебное пособие / В. А. Белянов. — М. : Юрист, 2001. — 476 с.
3. *Бойко, М.* Азы экономики / М. Бойко — М. : Книга по требованию, 2015. — 470 с.
4. География России. Хозяйство и географические районы. 9 класс : учебник для общеобразовательных учреждений / под ред. А. И. Алексеева. — 13-е изд., стереотип. — М. : Дрофа, 2011. — 286 с.
5. *Грудзинская, Е. Ю.* Активные методы обучения в высшей школе : учебно-методические материалы по программе повышения квалификации «Современные педагогические и информационные технологии» / Е. Ю. Грудзинская, В. В. Марико. — Н. Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2007. — 182 с.
6. Дидактические материалы к преподаванию экономики: теория и российская практика / авт.-сост. : Р. С. Лукьянова, И. А. Симонов. — Н. Новгород : Нижегородский институт развития образования, 2013. — 375 с.

7. *Емцов, Р. Г.* Микроэкономика : учебник / Р. Т. Емцов, М. Ю. Лукин ; под ред. А. В. Сидоровича. — М. : ДИС, 1997. — 320 с.

8. *Журавлева, Г. П.* Экономика : учебник / Г. П. Журавлева. — М. : Юрист, 2001. — 574 с.

9. *Заир-Бек, С. И.* Развитие критического мышления на уроке : пособие для учителей общеобразовательных учреждений / С. И. Заир-Бек. — М. : Просвещение, 2011. — 229 с.

10. *Королева, Г. Э.* Экономика: 10—11 классы : практикум для учащихся общеобразовательных учреждений : в 2 ч. Ч. 1 / Г. Э. Королева. — М. : Вентана-Граф, 2013. — 64 с.

11. *Котова, О. А.* Обществознание : рабочая тетрадь для 8 класса / О. А. Котова, Т. Е. Лискова. — М. : Просвещение, 2016. — 110 с.

12. *Кравченко, А. И.* Обществознание : учебник для 8 класса общеобразовательных учреждений / А. И. Кравченко. — 11-е изд. — М. : ООО «ТИД “Русское слово РС”», 2010. — 192 с.

13. *Липсиц, И. В.* Раскрывая тайны экономики / И. В. Липсиц, Л. Л. Любимов, Л. В. Антонова. — М. : Вита-Пресс, 1994. — 320 с.

14. *Липсиц, И. В.* Финансовая грамотность : материалы для учащихся 8—9 классов общеобразовательных организаций / И. В. Липсиц, О. И. Рязанова. — М. : Вита-Пресс, 2015. — 352 с.

15. Микроэкономика. Макроэкономика: сборник кейсов : учебное пособие для преподавателей / А. В. Аносова, И. В. Зорострова [и др.] ; под ред. С. Ф. Серegiной, А. В. Аносовой. — М. : Маркет ДС, 2009. — 384 с. — (Университетская серия).

16. Микроэкономика. Теория и российская практика : учебник / под ред. А. Г. Грязновой, И. Ю. Юда-

нова. — 2-е издание, Тема 4. — М. : ГНОМ и Д, 2001. — 542 с.

17. *Муштавинская, И. В.* Технология развития критического мышления на уроке и в системе подготовки учителя : учебно-методическое пособие / И. В. Муштавинская. — СПб. : КАРО, 2009. — 144 с.

18. Нижегородская область в цифрах. 2016 : краткий статистический сборник. — Н. Новгород : Нижегородстат, 2016. — 367 с.

19. *Новикова, Л. Э.* Экономика: Моя роль в обществе : учебное пособие для 8 класса общеобразовательных организаций / Л. Э. Новикова ; под ред. И. А. Сасовой. — 4-е изд. — М. : Вита-Пресс, 2014. — 80 с.

20. Прикладная экономика : сборник заданий : пер. с англ. / Межрегиональная общественная организация «Достижения молодых — Junior Achievement Russia». — 4-е изд. — М. : Поли-экспресс, 2003. — 256 с.

21. Прикладная экономика : учебное пособие : пер. с англ. / Межрегиональная общественная организация «Достижения молодых — Junior Achievement Russia». — 4-е изд. — М. : Поли-экспресс, 2003. — 272 с.

22. *Просветов, Г. И.* Экономика для школьников: задачи и решения : учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. — М. : Альфа-Пресс, 2008. — 232 с.

23. *Рябикина, А. А.* Основы микроэкономики. Что такое спрос и предложение : учебное пособие / А. А. Рябикина, Т. В. Быкова. — СПб. : Петербургская книга, 1997. — 302 с.

24. *Савицкая, Е. В.* Рабочая тетрадь по экономи-

ке № 1 / Е. В. Савицкая. — М. : Вита-пресс, 2015. — 80 с.

25. *Савицкая, Е. В.* Уроки экономики в школе / Е. В. Савицкая. — М. : Вита-Пресс, 2002. — 448 с.

26. *Симоненко, В. Д.* Азбука потребителя : учебное пособие для 8—9 классов / В. Д. Симоненко, Т. А. Степченко. — М. : Вита-Пресс, 2008. — 64 с.

27. *Фирма.* Процесс производства (6, 7, 8, 10 классы) : рабочая тетрадь / Р. С. Лукьянова. — Н. Новгород : Нижегородский гуманитарный центр, 2003. — 29 с.

28. *Фирсов, Е. Г.* Экономика. Интеллектуальные игры для школьников / Е. Г. Фирсов. — Ярославль : «Академия развития», 1998. — 208 с.

29. Школа грамотного потребителя жилищно-коммунальных услуг : учебное пособие / М. Р. Исмагилов, А. Н. Евсеев, Т. Г. Ахметвалеев ; под общей ред. М. Р. Исмагилова. — Ижевск, 2015. — 44 с.

30. Экономика. 8 класс : рабочая тетрадь / Р. С. Лукьянова, Г. И. Гребенева, Н. М. Левина, И. А. Симонов. — Н. Новгород : Нижегородский гуманитарный центр, 2002. — 180 с.

31. Экономика : учебник для 10—11 классов общеобразовательных учреждений гуманитарного профиля / А. Я. Линьков, С. И. Иванов, М. А. Складар [и др.] ; под общ ред. А. Я. Линькова. — 7-е изд. — М. : Вита-Пресс, 2008. — 256 с.

32. Экономика : учебная программа основного общего образования для 5—9 классов общеобразовательных организаций / авт.-сост. : Г. И. Гребенева, О. В. Плетенева, И. А. Симонов, Л. В. Политова. — Н. Новгород : Нижегородский институт развития образования, 2015. — 48 с.

## Интернет-ресурсы

1. Методическая копилка учителя, воспитателя, родителя [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://zanimatika.narod.ru/Narabotki12.htm> (дата обращения 15.12.2017).

2. Музей фактов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://muzey-factov.ru/tagleconanies> (дата обращения 15.12.2017).

3. Открытый урок. Обучение, воспитание, развитие, социализация [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://open-lesson.net/3891> (дата обращения 15.12.2017).

4. Региональная служба по тарифам Нижегородской области [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.rstno.ru> (дата обращения 15.12.2017).

5. Российский общеобразовательный портал [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://school.edu.ru> (дата обращения 15.12.2017).

6. Сайт Российского агентства международной информации «РИА Новости» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ria.ru/economy> (дата обращения 15.12.2017).

7. Социальная сеть работников образования nsportal.ru [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nsportal.ru/shkola/ekonomika/library> (дата обращения 15.12.2017).

8. Федеральная антимонопольная служба России (официальный сайт) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://fas.gov.ru> (дата обращения 15.12.2017).

9. Федеральная налоговая служба Российской Федерации (официальный сайт) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://nalog.ru> (дата обращения 15.12.2017).

10. Федеральный образовательный портал «Экономика. Социология. Менеджмент» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/comp> (дата обращения 15.12.2017).

11. Центральный банк Российской Федерации (официальный сайт) [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://cbr.ru> (дата обращения 15.12.2017).



<b>От авторов .....</b>	<b>3</b>
<b>Памятка по выполнению заданий .....</b>	<b>5</b>

## **Модуль 1** **ВВЕДЕНИЕ В ЭКОНОМИКУ**

<b>Урок 1.1. Экономика: наука и хозяйство ....</b>	<b>9</b>
<b>Урок 1.2. Потребности. Ресурсы .....</b>	<b>14</b>
<b>Урок 1.3. Проблема выбора и альтернативная стоимость .....</b>	<b>19</b>
<b>Урок 1.4. Главные вопросы экономики. Смес- шанная экономика .....</b>	<b>23</b>
<b>Урок 1.5. Экономика страны и региона на со- временном этапе .....</b>	<b>29</b>
<b>Урок 1.6. Факторы производства и факторные доходы. Производительность факторов произ- водства .....</b>	<b>33</b>
<b>Уроки 1.7—1.8. Стоимость коммунальных услуг .....</b>	<b>39</b>
<b>Урок 1.9. Оценка качества коммунальных услуг, потребляемых семьями .....</b>	<b>45</b>

## **Модуль 2** **СПРОС**

<b>Урок 2.1. Спрос. Модель спроса .....</b>	<b>51</b>
<b>Уроки 2.2—2.3. Факторы спроса .....</b>	<b>62</b>

### **Модуль 3**

#### **ПРЕДЛОЖЕНИЕ**

<b>Урок 3.1.</b> Предложение. Модель предложения .....	<b>73</b>
<b>Урок 3.2.</b> Факторы предложения .....	<b>79</b>

### **Модуль 4**

#### **ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ СПРОСА И ПРЕДЛОЖЕНИЯ**

<b>Урок 4.1.</b> Рыночное равновесие .....	<b>88</b>
<b>Уроки 4.2—4.3.</b> Изменение рыночной цены...	<b>92</b>

### **Модуль 5**

#### **ПРОИЗВОДИТЕЛЬ**

<b>Урок 5.1.</b> Экономические формы собственности .....	<b>102</b>
<b>Уроки 5.2—5.3.</b> Организационно-правовые формы бизнеса в РФ .....	<b>108</b>
<b>Урок 5.4.</b> Производственный цикл .....	<b>118</b>

### **Модуль 6**

#### **ФИРМА И КОНКУРЕНЦИЯ**

<b>Урок 6.1.</b> Конкуренция и структура рынка...	<b>126</b>
<b>Урок 6.2.</b> Предприятия ЖКХ и рыночные структуры .....	<b>133</b>
<b>Уроки 6.3—6.4.</b> Издержки производства ....	<b>137</b>
<b>Уроки 6.5—6.6.</b> Экономическая и бухгалтерская прибыль .....	<b>145</b>
<b>Словарь экономических терминов</b> .....	<b>154</b>
<b>Заключение</b> .....	<b>159</b>
<b>Литература</b> .....	<b>160</b>



Э40 **Экономика. 8 класс : учебное пособие для учащихся / авт. кол. : Л. В. Сибирякова, С. В. Порошина. — Н. Новгород : Нижегородский институт развития образования, 2018. — 168 с.**

**ISBN 978-5-7565-0761-4**

Учебное пособие структурно и тематически соответствует учебной программе основного общего образования по экономике для 5—9-х классов общеобразовательных организаций и содержит теоретические и практические материалы по каждой теме, которые сгруппированы в рубрики («Вы научитесь», «Обсудим вместе», «Прочти и запомни», «Вопросы и задания», «Мой предметный портфель», «Экономическая лаборатория»). Словарь экономических терминов и памятка по выполнению заданий облегчат работу с пособием. Разнообразные задания направлены на формирование метапредметных результатов обучения и помогут развить у обучающихся творческие способности, сформировать познавательные навыки, экономические мышление и поведение.

**УДК 373.61**  
**ББК 74.266.5**

*Учебное издание*

# ЭКОНОМИКА

8 класс



УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ ДЛЯ УЧАЩИХСЯ

Редактор *С. М. Ледров*

Корректор *В. А. Буренкова*

Компьютерная верстка *Л. И. Половинкиной*

---

Оригинал-макет подписан в печать 10.04.2018 г.  
Формат  $60 \times 84 \frac{1}{16}$ . Бумага офсетная. Гарнитура  
«SchoolBook». Печать офсетная. Усл.-печ. л. 10.  
Тираж 4000 экз. Заказ 2458.

Нижегородский институт развития образования,  
603122, Н. Новгород, ул. Ванеева, 203.  
*[www.niro.nnov.ru](http://www.niro.nnov.ru)*





# ЭКОНОМИКА

*8 класс*

УЧЕБНОЕ ПОСОБИЕ  
ДЛЯ УЧАЩИХСЯ

