Министерство образования, науки и молодёжной политики

Краснодарского края

Государственное бюджетное учреждение

дополнительного образования

Краснодарского края «Центр развития одарённости»

**Методические рекомендации к выполнению контрольной работы № 2 по экономике для учащихся 7-8 классов заочных курсов «Юниор» очно-заочного обучения (с применением дистанционного образовательных технологий и электронного обучения)**

Составитель:

Н.С. Козырь

Канд. экон. наук, доцент кафедры МЭиМ
ФГБОУ ВО «КубГУ»

Краснодар

2019

**Аннотация**

Методическая разработка по выполнению контрольной работы № 2 по экономике предназначена для учащихся 7-8 класса заочных курсов «Юниор» очно-заочного обучения (с применением дистанционного образовательных технологий и электронного обучения), с базовыми знаниям и умениями, которые заложены в ПООП основного общего образования. В особенности она рассчитана на талантливых учеников, проявивших неординарные знания и умения по обществознанию и экономике в формате состязательных конкурсов (в т.ч. олимпиад) на уровне основного общего образования.

**Пояснительная записка**

Данная методическая разработка предназначена для учащихся 7-8х классов заочных курсов «Юниор» очно-заочного обучения
(с применением дистанционного образовательных технологий и электронного обучения), с базовыми знаниям и умениями по истории.

Целью методической разработки является развитие мотивации учащегося к познанию и творчеству через его увлечение экономикой и приобщение учащихся к общечеловеческим ценностям.

Методическая разработка темы №2 рассчитана на 15 часов и включает в себя теоретический (лекционный) материал, рекомендации по организации, методике изучения темы и заданий контрольной работы, задания для самостоятельного выполнения, рекомендуемую литературу и источники, полные решения и ответы.

Формой аттестации/контроля является выполнение различных заданий, представленных в контрольной работе №2.

**Содержание**

[Введение 5](#_Toc23202025)

[Лекционный материал. Блок №2. «Экономическая природа фирмы. Издержки производства. Типы рыночных структур» 6](#_Toc23202026)

[1. Природа фирмы. Анализ экономических организаций: основные концепции. Основные формы деловых предприятий. Фирма: условия равновесия Равновесие фирмы в краткосрочном периоде. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде. 6](#_Toc23202027)

[2. Фирма: издержки производства и прибыль. Общий, средний и предельный доход. Краткосрочный период. Долгосрочный период. Постоянные издержки. Переменные издержки. Общие издержки. Предельные издержки. 11](#_Toc23202028)

[3. Совершенная конкуренция. Достоинства совершенной конкуренции. Недостатки совершенной конкуренции. Чистая монополия. Монополистическая конкуренция. Несовершенная конкуренция. Олигополия. Другие формы несовершенной конкуренции. 13](#_Toc23202029)

[Рекомендации по организации, методике изучения темы и выполнения заданий контрольной работы 19](#_Toc23202030)

[Контрольная работа №2 20](#_Toc23202031)

[Заключение 26](#_Toc23202032)

[Список литературы 27](#_Toc23202033)

# Введение

Актуальность программы определяется потребностью со стороны детей получения первичных знаний по экономики в целях дальнейшего расширения и углубленного изучения предмета. Реализация программы позволяет успешно подготавливать обучающихся к муниципальному, региональному и заключительному этапам Всероссийской олимпиады школьников по экономике

Целью методической разработки является развитие мотивации учащегося к познанию и творчеству через его увлечение экономикой и приобщение учащихся к общечеловеческим ценностям.

Отличительной особенностью программы является тематика предмета, которая позволяет познакомить с компонентами экономической науки создавая при этом интерес к обучению. Адресатами программы являются ученики в возрасте 14-15 лет с базовыми знаниям по предметам «обществознание» и «математика «, которые заложены в ПООП основного общего образования. Программа рассчитана на учащихся средних общеобразовательных школ, проявивших интерес к конкурсным мероприятиям и исследовательской деятельности на уровне основного общего образования. Знания, полученные учениками по данной программе, позволят сформировать основы представления по экономической науке (экономическая теория, микроэкономика, макроэкономика).

Адресатами программы являются ученики в возрасте 14-15 лет с базовыми знаниям и умениями, которые заложены в ПООП основного общего образования. В особенности программа рассчитана на талантливых учеников, проявивших неординарные знания и умения по обществознанию и математике в формате состязательных конкурсов (в т.ч.олимпиад) на уровне основного общего образования.

Данная методическая разработка имеет базовый уровень и рассчитана на 15 часов.

Форма обучения – заочная (с применением дистанционных образовательных технологий и электронного обучения).

Состав группы учеников – постоянный.

Занятия – групповые.

Виды занятий: лекции, тренинги, семинарские занятия.

Условиям применения данной методической разработки являются:

материально-техническое обеспечение: лекционная аудитория, компьютерный кабинет; оборудование: проектор, ноутбук, компьютер; информационное обеспечение - выход в сеть Интернет.

# Лекционный материал. Блок №2. «Экономическая природа фирмы. Издержки производства. Типы рыночных структур»

## Природа фирмы. Анализ экономических организаций: основные концепции. Основные формы деловых предприятий. Фирма: условия равновесия Равновесие фирмы в краткосрочном периоде. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.

Экономика – наука многогранная и одной из её граней выступает такая функция как возможность распределения и использования ограниченных ресурсов, из которых и производятся товары и услуги. Отсюда возникает другой вопрос, а кто или что управляет распределением ресурсов в экономической системе? Экономическая теория (общественная наука, которая изучает проблему выбора в условиях ограниченности ресурсов для максимального удовлетворения потребностей людей) для ответа на этот вопрос выделяет два подхода: первый – ресурсы в экономике распределяются частными или физическими лицами, т.е. потребителями, посредством изменения цен; второй – ресурсы в экономике распределяются посредством координирования юридическими лицами, т.е. организациями или фирмами. С частными или физическими лицами всё понятно, ими выступаем мы с вами, обычные потребители, а вот что такое фирма, давайте разберёмся с этим экономическим понятием поподробнее.

Фирма (в узком смысле) — это основная хозяйственная единица рыночного типа, зарегистрированная в какой-либо ее правовой норме, которая появилась и функционирует благодаря объединению владельцев факторов производства, связанных между собой различными контрактами.

В широком смысле, фирма – это экономический субъект организационно-управленческого типа, преобразующий ресурсы в продукцию, имеющий расчетный счет в банке, самостоятелен в решении основных экономических вопросов.

Как и у нас, у простых потребителей, у фирмы тоже есть свои функции, цели, основными из которых выступают: максимизация прибыли; минимизация убытков; максимизация объемов производства; максимизация свободного времени предпринимателя и др. Но одновременно все эти цели достигнуты быть не могут. Фирма в данный момент может выбрать только одну цель. Чаще всего считается, что фирма выбирает цель максимизировать прибыль, что в свою очередь принесёт максимальное увеличение благосостояния ее владельцев. А главной функцией фирмы выступает преобразование ресурсов в продукты, услуги, необходимые потребителям.

Природа фирмы, т.е её сущность, раскрывается в признаках троякого значения. Во-первых, фирма – это технико-производственная единица экономики в виде совокупности универсальных средств производства, необходимых для производства конкретного товара, оказания услуги.
Во-вторых, это экономическая единица, деятельность которой строится на базе взаимоотношений с другими рыночными субъектами на принципах эквивалентного обмена. То есть фирма, получая выручку, должна возместить все издержки и получить прибыль для саморазвития.
В-третьих, это социальная единица, представляющая собой коллектив работников, объединенных кооперацией труда. Между работниками формируются отношения, посредством которых фирма включается в организацию труда.

Для того, чтобы понять, как функционирует фирма и что влияет на её существование, нужно проводить соответствующий анализ, и для этого существует несколько подходов, которые можно разделить на две большие группы: технологический и организационный.

Технологический подход рассматривает фирму через призму производственных функций, Х-эффективности и других производственных взаимосвязей.

Организационный подход рассматривает фирму прежде всего как сеть контрактов, как организацию, как институт. Т.е. в данном случае фирма выступает как живой организм, на которого влияют различные внутренние и внешние факторы в виде государства, других фирм, посредников, контрагентов и т.д.

Как и мы с вами, обычные потребители, можем быть абсолютно разными, так и фирмы могут различаться друг от друга. Существует множество форм деловых предприятий (фирм), основными из которых являются частнопредпринимательские фирмы и корпорации, регулируемые и государственные фирмы, потребительские кооперативы и неприбыльные организации, партнерства и самоуправляющиеся фирмы.

**Частнопредпринимательская фирма –** это фирма, владелец которой самостоятельно ведет дела в собственных интересах; управляет ею, получает всю прибыль (остаточный доход) и несет персональную ответственность по всем ее обязательствам (т. е. является субъектом неограничен­ной ответственности). Собственник классической фирмы явля­ется центральной фигурой, с которой владельцы всех остальных ресурсов заключают контракты. Он обладает правом найма и уволь­нения, т. е. контролирует поведение всех остальных членов коман­ды. Поэтому он получает весь остаточный доход – всю прибыль за вычетом издержек по ведению дела. Наконец, он вправе продать все, чем он обладает, передать все свои права другому лицу. Обычно собственником классической фирмы является владелец наиболее важного (интерспецифического) ресурса. Таким интерспецифическим ресурсом может быть как физический, так и человеческий капитал. Например, в проектно-конструкторских ор­ганизациях или в рекламном бюро и т. д. роль человеческого капи­тала чрезвычайно высока, поэтому владельцами фирмы являются талантливые работники.

**Партнерство –** это фирма, организованная рядом лиц, совместно владеющих и управляющих предприятием. Основные права здесь принадлежат всем партнерам. Они осуществляют эффективный контроль за деятельностью друг друга. Партнерства типичны для различных сфер интеллектуаль­ной деятельности, таких, как искусство, юриспруденция, медицина и т. д. Они, как правило, жизнеспособны при ограниченном числе участников.

Третьим, основным видом делового предприятия является современная (открытая) корпорация. **Корпорация –** это фирма, имеющая форму юридического лица, где ответственность каждого собственника ограничена его вкладом в данное предприятие. Это общество, основанное на паях (долях). Покупая ценные бумаги (акции и облигации), индивиды (домохозяйства) становятся собственниками корпорации. Благодаря корпорациям стало возможным внедрение достижений научно-технического прогресса, постоянное обновление ассортимента выпускаемой продукции, освоение технологий массового производства.

**Регулируемая и государственная фирмы.** Деятельность ряда фирм регулируется государством. В этом случае государство вводит ограничения на размеры прибыли, т. е. регулирует остаточный доход. Такая политика государства приводит к тому, что часть прибыли либо превращает­ся в издержки (путем повышения заработной платы, дополнитель­ного премирования и т. д.), либо дарится потребителям путем сни­жения цены выпускаемой продукции. Государство не только регулирует деятельность частных фирм. Ряд фирм находится в собственности государства. Государственная собственность означает отсутствие права на свободную продажу имеющихся правомочий.

**Неприбыльные (некоммерческие) организации** – широко распространенная форма в условиях современной рыночной экономики. К ним относятся профсоюзы, клубы, церкви, госпитали, колледжи, общества милосердия и другие организации, которые не стремятся к получению прибыли. Некоторые из них полностью зависят от пожертвований, другие получают доходы от своей деятельности – продажи товаров и услуг.

Также существуют **кооперативы**, которые образуются путем объединения части ресурсов своих членов с целью извлечения взаимной выгоды. Кооперативы могут быть потребительскими или сбытовыми. В первом случае покупатели приобретают возможность получать товары по оптовым ценам, во втором – контролировать продажу произведенной ими продукции. Прибыль обычно не является самоцелью деятельности таких организаций, хотя появление ее не исключено.

На рынке совершенной конкуренции (экономическая модель, при которой любая фирма свободно может войти на рынок, который регулируется исключительно законами спроса и предлжения) в одной отрасли существует множество фирм, которые имеют одну специализацию, но разные направления развития, масштабы производства и величину издержек. Если цена на товары и услуги начинает расти, это способствует появлению на рынке новых фирм, которые желают осуществлять здесь свою производственно-сбытовую деятельность, а также укрепляет положение уже существующих, которые занимают большую долю рынка. При снижении стоимости продукции, реализуемой на рынке товаров и услуг, слабые и мелкие фирмы вследствие чрезмерно высоких издержек (затрат) не выдерживают конкуренции и исчезают с рынка.

**Равновесие фирмы** (*Firm equilibrium*) – это такое состояние фирмы (с определенным уровнем цены и объема производства), при котором достигается максимально возможный уровень прибыли и дальнейшее увеличение масштабов производства уже не приносит дополнительной прибыли.

**Равновесие фирмы в краткосрочном периоде.** В теории рынков краткосрочным называется период, когда число фирм в отрасли и размер капитала каждой фирмы фиксированы (неизменны), но фирмы могут изменить выпуск, изменяя количество переменных факторов, в частности труда. Цель фирмы – максимизация прибыли. Прибыль (П) – это разница между выручкой и совокупными затратами фирмы: П = TR – ТС. Как выручка, так и затраты фирмы сеть функции выпуска (q). Поскольку в функции выручки (TR = Р \* q) рыночная цена неподконтрольна совершенно конкурентной фирме, задача последней состоит в определении выпуска, при котором ее прибыль станет максимальной. Фирма максимизирует прибыль при таком выпуске, когда ее предельный доход становится равен предельным затратам: MR = МС. Равенство MR = МС как условие максимизации прибыли можно обосновать логически. Каждая дополнительная единица выпуска приносит фирме какую-то дополнительную выручку (предельный доход), но и требует дополнительных затрат (предельные затраты). Если предельный доход превышает предельные затраты при некотором объеме выпуска, то фирма получает больше прибыли, производя еще одну единицу продукции. Напротив, если предельный доход при данном выпуске оказался ниже предельных затрат, фирма может увеличить прибыль, уменьшая выпуск на одну единицу. Если, наконец, предельный доход совпадает с предельными затратами, то никакое изменение производства не способно увеличить прибыль — достигнутый выпуск оптимален. Фирма находится в состоянии равновесия — для получения максимальной прибыли ей не надо ни увеличивать, ни сокращать свой выпуск. Поскольку предельный доход совершенно конкурентной фирмы равен цене товара, вышеприведенное равенство принимает вид: Р = МС. Если функция совокупных (переменных) затрат фирмы непрерывна и дифференцируема, то для нахождения равновесного выпуска совершенно конкурентной фирмы надо сначала найти функцию предельных затрат (взяв производную функции совокупных или переменных затрат по выпуску), а затем приравнять ее к цене товара.

**Равновесие фирмы и отрасли в долгосрочном периоде.** В долгосрочном периоде, в отличие от краткосрочного периода, все производственные ресурсы являются переменными. В результате фирма имеет большую, нежели в краткосрочном периоде, возможность изменять уровень выпуска. С другой стороны, в долгосрочном периоде может меняться и число фирм в отрасли. Оба эти фактора влияют на достижение долгосрочного равновесия на совершенно конкурентном рынке. Под отраслью в данном случае понимается множество производителей - фирм, предлагающих к продаже совершенно однородные товары.

Отрасль находится в состоянии долгосрочного равновесия, когда ни одна из фирм нс стремится ни войти в отрасль, ни выйти из нее и когда ни одна из действующих в отрасли фирм нс стремится ни увеличить, ни сократить свой выпуск. Предположим, в отрасли действует очень большое количество фирм с одинаковыми функциями предельных и средних затрат. Выбирая свой уровень выпуска, отдельная конкурентная фирма ориентируется на рыночную цену (рис. 1).

В краткосрочном периоде при рыночной цене Р1 (рис. 1а) фирма выбирает выпуск (q1), соответствующий точке пересечения линии цены и кривой краткосрочных предельных затрат (МС – рис. 1б). При этом она получает экономическую прибыль, равную площади P1E1MN1



Рисунок 1 – Долгосрочное равновесие фирмы и отрасли

В долгосрочном периоде фирма имеет возможность увеличить производство. При этом для максимизации прибыли при той же цене (P1) она выбирает выпуск (q2), при котором цена равна долгосрочным предельным затратам (LMC).

В результате при цене P1 фирма увеличивает свою экономическую прибыль, которая теперь соответствует площади P1E2FG. Однако все остальные фирмы также увеличивают свое производство, что ведет к росту рыночного предложения (сдвигу кривой предложения вправо на рис. 1а) и снижению цены. С другой стороны, в отрасль вторгаются новые фирмы, привлеченные экономической прибылью, что способствует дальнейшему увеличению предложения. Такой рост предложения продолжается до тех пор, пока кривая предложения не приходит из положения S1, в положение S2 (рис. 1а). Цена при этом падает до уровня P2, т.е. до уровня минимальных долгосрочных средних затрат отдельной фирмы (рис. 1б).

Ее выпуск теперь равен Q3, долгосрочные средние затраты при таком выпуске минимальны, а экономическая прибыль, получаемая фирмой, исчезает. Новые фирмы перестают входить в отрасль, а действующие фирмы теряют стимул сокращать либо расширять производство. Долгосрочное равновесие достигнуто. На рис. 1б видно, что в условиях долгосрочного равновесия при совершенной конкуренции достигаются равенства: Р = LMC = LAC. Иными словами, рыночная цена, по которой фирма продает свою продукцию, равна ее долгосрочным предельным затратам и одновременно – минимальным долгосрочным средним затратам.

## Фирма: издержки производства и прибыль. Общий, средний и предельный доход. Краткосрочный период. Долгосрочный период. Постоянные издержки. Переменные издержки. Общие издержки. Предельные издержки.

**Фирма** – организация или предприятие, созданное несколькими или одним юридическим и физическим лицами для ведения экономической деятельности в определенной отрасли с целью получения прибыли.

В общем виде **прибыль** определяется как разность между **общей выручкой** (Total Revenue, TR) и **совокупными издержками** (Total Cost, TC) или, если сказать проще – доходы минус расходы:

*Прибыль = TR – TC*

Под **общей выручкой** (общим доходом, TR) фирмы понимается полученная сумма средств от реализации всех произведенных единиц товара по рыночной цене:

*TR = P\*Q ,*

где P – цена проданных единиц продукции, Q – количество произведенной и реализованной продукции.

Предположим, Винтик и Шпунтик открыли кондитерскую фабрику и произвели 100 штук шоколадных батончиков, а затем продали их по 50 рублей, следовательно, общий доход составил 100\*50=5 000 руб.

**Средний доход** (AR) – это доход, получаемый от реализации одной единицы продукции в среднем. Он вычисляется путем деления общего дохода TR на количество единиц проданного товара:

*AR =TR/Q .*

То есть средний доход кондитерской фабрики Винтика и Шпунтика составит 5000 рублей/100 штук = 50 руб. с проданного шоколадного батончика.

**Предельный доход** (MR) это добавочный доход к общему доходу фирмы, полученный от производства и продажи одной дополнительный единицы товара. Он дает возможность судить об эффективности производства, так как показывает изменение дохода в результате увеличения выпуска и реализации продукции на дополнительную единицу. Его можно определить путем деления увеличения общего дохода (∆TR) на изменения выпуска продукции (∆Q):

*MR = ∆TR/ ∆Q .*

Например, вчера количество производимых батончиков на фабрике Винтика и Шпунтика было 98 штук. Сегодня они решили увеличить производство до 100 штук, следовательно, ∆Q = 100-98=2 штуки. Вместе с ростом числа производимых батончиков увеличился и общий доход кондитерской фабрики, вчера он был 4 000 рублей, сегодня он составил 5 000 рублей, значит ∆ TR = 5 000 – 4 000 = 1 000 рублей. Таким образом, предельный доход равняется 1000 руб/2штуки=500 руб с дополнительно произведенного батончика.

Также любая фирма прежде чем начать производство, должна чётко представлять на какую прибыль она может рассчитывать, какие затраты придётся понести и сопоставить их. Вся совокупность затрат, связанных с использованием ресурсов для производства продукции, называется **издержками производства.**

**Общие издержки** (TC) – издержки, связанные с выпуском всей продукции фирмы.

Они определяются по формуле: TC = FC + VC, где:

TC (total costs) – общие издержки;

FC (fixed costs) – постоянные издержки;

VC (variable costs) – переменные издержки.

В краткосрочном периоде общие издержки делятся на постоянные и переменные.

**Постоянные издержки** – это та часть общих издержек, которая не зависит на данный момент времени от объёма выпускаемой продукции.

Примерами постоянных издержек могут быть арендная плата фирмы за помещение, расходы на содержание здания, охрану, затраты на подготовку и переподготовку кадров, заработная плата управленческого персонала, в том числе бухгалтера, расходы на коммунальные услуги, плата за лицензию, налоговые выплаты, процент по кредитам и т.д.

Постоянные издержки предприятие несёт даже в том случае, если оно не работает. Например, если кондитерская фабрика временно остановила выпуск своей продукции, то всё равно аренда, коммунальные услуги, зарплата управленческих кадров потребуют расходов.

**Переменные издержки** – издержки, величина которых изменяется в зависимости от изменения объема выпускаемой продукции.

Примерами переменных издержек являются издержки на приобретение сырья, оплату труда наемных работников, энергии, топлива, транспортных услуг, расходы на тару и упаковку и т. п. Переменные издержки возрастают с увеличением объёма производства и сокращаются с его уменьшением.

Так, какао, молоко, сахар, орехи, упаковка – переменные издержки нашей кондитерской фабрики. Их количество напрямую зависит от объёма производимых батончиков.

Различия между постоянными и переменными издержками имеют существенное значение для каждого предпринимателя. Переменными издержками он может управлять, так как их величина меняется в течение краткосрочного периода времени в результате изменения объёма производства. Постоянные же издержки не зависят от контроля администрации фирмы, так как обязательны и должны быть оплачены независимо от объёма производства.

Если общие издержки связаны с выпуском всего объема продукции фирмы, то **средние издержки** – с выпуском единицы продукции.

*ATC = TC/Q*

Средние издержки не позволяют судить, насколько изменятся общие издержки при выпуске еще одной единицы продукта. Так, если, например, общие средние издержки при выпуске 5 батончиков равны 20 руб., то это не значит, что производство шестого батончика приведет к увеличению общих издержек на 20 р.

Между тем при определении оптимального объема выпуска продукции необходимо знать, насколько вырастут или уменьшатся общие издержки фирмы с выпуском дополнительной единицы продукта. Поэтому возникает необходимость исчисления предельных издержек.

**Предельные издержки** (МС) – это прирост общих издержек, связанный с выпуском дополнительной единицы продукта. Так как прирост общих издержек вызван приростом только общих переменных издержек (величина общих постоянных издержек является неизменной), то

*МС=∆TС/ ∆Q .*

## Совершенная конкуренция. Достоинства совершенной конкуренции. Недостатки совершенной конкуренции. Чистая монополия. Монополистическая конкуренция. Несовершенная конкуренция. Олигополия. Другие формы несовершенной конкуренции.

Представьте ситуацию: Гунька и Незнайка отправились на рынок в Солнечном городе, чтобы закупить газированную воду для заправки автомобиля. Оказавшись там, они увидели множество мелких торговцев и широчайший ассортимент искомого товара: газировка с пузырьками, вода сильно газированная, содовая, газировка с сиропом и без… Чего только там ни было! У малышей разбегались глаза. Настолько все было просто и идеально, еще и цены везде обозначены четко и ясно. От увиденного Гунька даже на минуту сам представил себя таким продавцом и чуть ли уже не был готов сесть торговать этой газировкой, ведь не существует никаких барьеров для этого!

Ну что, представили? Именно так выглядит идеальный рынок. Эта ситуация называется **совершенной или чистой конкуренцией**. Ей характерно равновесие спроса и предложения. Благодаря этому рынок регулируется самостоятельно, и продавец или покупатель не может оказать влияние на большинство процессов, в частности – ценообразование. При такой модели конкуренция между продавцами достигает своего пика.

Рассмотрим более детально **признаки совершенной конкуренции**:

- большое количество покупателей и продавцов, в том числе представителей малого и среднего бизнеса;

- продавцы и производители предлагают однородные товары;

- простой вход на рынок даже для мелких компаний, отсутствие барьеров со стороны государства;

- высокая информированность всех участников рынка о состоянии дел на нем, процессах, субъектах и т.д., информацию может получить каждый без проблем и ограничений (например, всегда можно узнать, по какой цене продается тот или иной товар);

- продавцы и покупатели не могут влиять на условия торговли, принимают их как данность;

- высокая мобильность ресурсов.

Если отсутствует хотя бы один из этих признаков, мы будем иметь дело с **несовершенной конкуренцией**.

**Достоинства совершенной конкуренции**:

- саморегулирование рынка;

- отсутствие товарного дефицита;

- эффективное распределение ресурсов;

- высокая эффективность производства;

- отсутствие завышенных цен;

- равенство возможностей для участников рынка;

- свобода развития предпринимательства;

- государство не вмешивается в рыночные процессы;

- здесь выигрывают, как покупатели, так и продавцы.

Таким образом, благодаря тому, что на условия продаж участники рынка практически не оказывают влияние, экономика устойчива к возникновению негативных процессов, таких как безработица, инфляция.

Несмотря на большое количество преимуществ, у чистой конкуренции есть и определенные **недостатки**:

- рыночная система нестабильна;

- риск перепроизводства;

- участники рынка получают разный результат;

- каждый участник рынка сосредоточен на личных интересах, игнорируя общественные (т.е. нет заинтересованности в производстве общественных благ);

- нет стимуляции научно-технического прогресса, т.к. небольшим фирмам не хватает средств для финансирования длительных и дорогостоящих исследований;

- в долгосрочном периоде такие фирмы не получают ни прибыли, ни убытков;

- способствует стандартизации продукции, что не дает в полной мере учитывать потребительские предпочтения.

Практически все недостатки этой модели рынка сводятся к тому, что при равных возможностях равный результат не достигается. Это объясняется тем, что каждый участник рынка по-своему организует производство, маркетинговую кампанию, распределяет ресурсы, использует инновационные технологии. Поэтому успеха добивается тот, кто грамотно подходит к организации процесса производства и реализации, а также использует передовые технологии, чтобы обойти конкурентов.

В реальности же практического воплощения совершенной конкуренции не существует. Минимальные издержки, эффективное распределение ресурсов, отсутствие дефицита, саморегулирование процессов – соблюдение всех этих условий невозможно в долгосрочной перспективе. Хотя стремление достичь системы, которая максимально соответствует чистой конкуренции, позволяет экономике развиваться.

Потому представим другую ситуацию. В то время как Гунька и Незнайка искали газированную воду на рынке Солнечного города, Знайка и профессор Звёздочкин в Цветочном городе сами изобрели абсолютно новый вид топлива для заправки авто на основе арбузного сока! Оказалось, что с ним машина ездит намного быстрее. Ну а еще он очень вкусный! Все малыши кинулись его покупать, предлагая любые деньги взамен. Оно и понятно, ведь продукт уникальный, произвести его самостоятельно или купить где-либо еще невозможно… Технология под строжайшим секретом!

Это яркий **пример несовершенной конкуренции**. Такая ситуация называется **чистой монополией**. Рассмотрим подробнее её признаки:

- на рынке есть лишь одна фирма-продавец и много покупателей;

- товар уникален и не имеет близких заменителей;

- имеет место абсолютный контроль за ценой;

- вход на рынок продаж практически невозможен, т.к. существуют барьеры (правовые, экономические, технические и пр.);

- крайне сложно получить информацию о ценах, технологиях;

Чистую монополию нередко можно наблюдать в условиях небольшого населенного пункта, где есть лишь одно единственное предприятие.

Таким образом, **чистая монополия** – редкое явление в экономике, которое более характерно для местных рынков или уникальных условий предложения благ и услуг.

Тем временем Знайка вместе с профессором Звёздочкиным приобрели так называемую **монопольную власть** – способность увеличивать цену на свой товар и не терять при этом всех покупателей. Они получали высокую **монопольную прибыль**, производя при этом неэффективно мало арбузного топлива. Это, кстати, является основной проблемой любой монополии, не только чистой.

К сожалению, даже если топливо на основе арбузного сока совсем не похоже на другое, это еще не значит, что ему не замедлят появиться заменители. Так, Авоська решил залить в бак автомобиля сок из дыни, «на авось». Вдруг поедет? И поехала ведь! И хотя на арбузном соке машина трогается мягче, топливо на основе дыни все же является близким заменителем для него.

Если представить, что на рынке появится много таких Авосек, производящих инновационное топливо незначительно хуже арбузного, они смогут переменить некоторых покупателей Знайки и Звездочкина, в результате чего спрос на их товар упадет и прибыль уменьшится. Такая ситуация будет называться **монополистической конкуренцией (полиополией)** – конкуренцией между производителями товаров-заменителей, обладающих монопольной властью на рынке своего товара.

В отличие от совершенной конкуренции привести реальные примеры товаров, рынки которых можно описать с помощью модели монополистической конкуренции, совсем не сложно. Просто посмотрите вокруг. Мы живем в мире монополистической конкуренции. Шампуни и пирожные, услуги парикмахерских и таксистов, овощные палатки возле вашего дома и интернет-магазины – все это и огромное количество других товаров и услуг можно смело отнести к монополистической конкуренции. Все, что нужно для того, чтобы рынок того или иного товара жил по законам монополистической конкуренции, это неоднородность товара, продаваемого на рынке и относительно маленький размер продавцов. Так же как и в случае с совершенной конкуренцией, отсутствие прибыли в долгосрочном периоде не означает, что ее не существует. Просто, чтобы получить прибыль хоть на время, фирмы должны непрерывно биться в борьбе за клиентов. В связи с этим монопольно конкурентный рынок находится в постоянном движении. Нет такой удачной идеи, услуги или местоположения, приносящих прибыль, которые бы не старались скопировать конкуренты. Для сохранения прибыли фирмы вынуждены все время предлагать новые товары, условия, дизайн, кричать о себе с помощью рекламы. Само собой разумеется, что мы, как потребители, только выигрываем от такого положения дел.

Теперь представим, что «авосек» оказалось немного, а всего два – сам Авоська и Пончик, который смог изобрести топливо на основе булочек и пирожков.

Знайка и Звёздочкин, Авоська, Пончик – конкуренты на рынке топлива для автомобилей, можно сказать, что они знают друг друга в лицо. Так же, как «Кока-кола» и «Пепси». Они называются **олигополистами**.

**Олигополия** – еще форма несовершенной конкуренции, рынок, на котором работают несколько продавцов.

Конечно, в такой ситуации решение Знайки и Звёздочкина о том, сколько производить и по какой цене продавать зависит от того, что делают Авоська и Пончик. Например, если Пончик снизит цену на свой товар, то Авоська и Знайка со Звездочкиным последуют за ним, чтоб не потерять покупателей. То есть олигополисты всегда держат в голове возможную реакцию своих конкурентов на то или иное решение. Это называется стратегическим поведением, порождающим настоящее сражение в борьбе за прибыль!

Однако есть и другой путь – с известными конкурентами можно не только бороться, но и договариваться. Именно в ситуации олигополии могут возникать сговоры фирм, работающих на одном рынке, направленные на поддержание на нем высокой цены. Отметим, что в настоящее время подобные договорённости незаконны, и антимонопольные власти ведут против них упорную борьбу.

Так мы рассмотрели основные формы несовершенной конкуренции. Но есть и другие! Среди них, например, монопсония, билатеральная монополия, олигопсония, дуополия и естественная монополия. Но теперь по порядку.

**Монопсония** – ситуация на рынке, когда имеется только один покупатель и множество продавцов. Например, если бы мы представили, что в рамках такого многообразия производителей топлива (когда есть те, кто производит арбузное, те, кто – из дыни, те, кто – из пирожков и т.д.) есть лишь один малыш, имеющий машину. На таком рынке именно он будет оказывать определяющее влияние на формирование цены топлива.

Аналогично с **олигопсонией**. Только покупателей будет уже несколько.

**Билатеральная (двусторонняя) монополия** – тип строения [рынка](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D1%8B%D0%BD%D0%BE%D0%BA), при котором на нём имеется условно один продавец ([монополист](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%81%D1%82)) и один покупатель ([монопсонист](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%82%22%20%5Co%20%22%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%81%D1%82)). Другими словами, двухсторонняя монополия – это [монополия](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%8F), ограниченная монопсонией, или, наоборот, [монопсония](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D1%81%D0%BE%D0%BD%D0%B8%D1%8F), ограниченная монополией. Типичный пример такой ситуации: единственный в Солнечном городе хлебозавод, использующий в качестве ресурса производства муку, вырабатываемую единственным мелькомбинатом.

**Дуополия** – ситуация, при которой имеются только два продавца определённого товара, не связанных между собой [монополистическим](https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%B8%D1%8F) соглашением о ценах, рынках сбыта, квотах и др. Например, если бы только Знайка со Звездочкиным и Авоська производили топливо и при этом никак не договаривались между собой.

**Естественная монополия** – это одна больная фирма, которая может удовлетворить весь рыночный спрос на товар с меньшими средними общими издержками, чем те, которые бы имели место, если бы две или несколько конкурирующих фирм производили такой же товар. Иначе говоря, это ситуация, когда Знайка со Звёздочкиным одни производят топливо на основе арбузного сока, и это будет более эффективно и экономично, чем если бы это делали еще Авоська и Пончик. То есть на рынке по той или иной причине сформированы такие условия, при которых отсутствие какой-либо конкуренции является правильным, например, в силу технических особенностей производства и иных установленных законом причин (это характерно для оказания услуг по железнодорожным перевозкам, почтовой, электрической связи и т.д.). Деятельность естественных монополий, как правило, регулируется государством, поскольку зачастую они производят общественно важные товары или оказывают общественно значимые услуги.

# Рекомендации по организации, методике изучения темы и выполнения заданий контрольной работы

Прежде, чем приступить к выполнению заданий контрольной работы, требуется изучить теоретический материал (лекцию), а также дополнительные материалы.

При выполнении заданий Вам предстоит выполнить определённую работу, которую лучше организовать следующим образом:

‒ внимательно прочитайте задание;

‒ задачи необходимо решать графическим способом в соответствии с условиями задания;

‒ тестовые задания имеют один правильный вариант ответа или открытый вопрос.

Первый блок состоит из теоретических вопросов. Для лучшего усвоения материала настоятельно рекомендуется использование дополнительной литературы.

За каждый правильный ответ Вы можете получить определённое количество баллов, но не выше указанной максимальной оценки.

Сумма набранных баллов за все решённые вопросы – итог Вашей работы.

Максимальное количество баллов в данной работе – 75, из которых:

– 15 баллов за первый блок;

– 30 баллов за второй блок;

– 30 баллов за второй блок.

# Контрольная работа №2

**«Экономическая природа фирмы. Издержки производства. Типы рыночных структур»**

***БЛОК 1.* Природа фирмы. Анализ экономических организаций: основные концепции. Основные формы деловых предприятий. Фирма: условия равновесия Равновесие фирмы в краткосрочном периоде. Равновесие фирмы в долгосрочном периоде.**

Задание 1.1

3 балла всего, 1,5 балла за каждый вопрос

1. Раскройте понятие «фирма».

2. В чём заключается сущность фирмы?

Задание 1.2

3 балла всего, первый вопрос 1 балл, второй вопрос 2 балла

1. Назовите основные концепции, которые применяются при анализе деятельности экономической организации?

2. В чём отличаются данные подходы друг от друга?

Задание 1.3

2 балла всего, 1 балл за каждый вопрос

1. Назовите основные формы деловых предприятий.

2. Чем каждая форма отличается друг от друга?

Задание 1.4

4 балла всего, 1 балл за каждый вопрос

Дайте определения следующим понятиям:

1. Фиксированные издержки (FC);

2. Переменные издержки (VC);

3. Краткосрочный период;

4. Долгосрочный период

Задание 1.5

3 балла всего, 1,5 балла за каждый вопрос

1. Охарактеризуйте положение равновесия фирмы в краткосрочном периоде;

2. Охарактеризуйте положение равновесия фирмы в долгосрочном периоде.

***БЛОК 2.* Фирма: издержки производства и прибыль. Общий, средний и предельный доход. Краткосрочный период. Долгосрочный период. Постоянные издержки. Переменные издержки. Общие издержки. Предельные издержки.**

***Задача 2.1 «Кондитерская фабрика Винтика и Шпунтика»***

***5 баллов***

Фабрика Винтика и Шпунтика произвела 2000 штук шоколадных батончиков по 100 рублей за каждый. Переменные затраты составили 40 рублей на батончик, общие постоянные затраты 30 000 рублей. Определите выручку и прибыль кондитерской фабрики.

***Задача 2.2 « На фабрике Незнайки»***

***5 баллов***

Незнайка, последовав примеру Винтика и Шпунтика, тоже решил открыть свое дело – фабрику по производству велосипедов. Общие издержки фабрики за июль 2019 года составили 275 000 руб. Переменные издержки составили 100 000 руб. Рассчитайте величину постоянных затрат.

***Задача 2.3 «Издержки фабрики Незнайки»***

***5 баллов***

За август 2019 года на фабрике Незнайки были произведены следующие расходы: оплачена арендная плата фабрики – 100 000 руб., материалы – 500 000 руб., заработная плата главного бухгалтера – 20 000 руб., заработная плата трех рабочих – 40 800 руб., расходы на коммунальные услуги – 20 700 руб., ежемесячный платеж по кредиту – 30 500 руб. Определите сумму переменных и постоянных издержек фабрики Незнайки.

***Задача 2.4 «Сопоставьте издержки»***

***5 баллов***

|  |  |
| --- | --- |
| **Содержание** | **Виды** |
| а) Сырье | 1)Постоянные |
| б) Коммунальные услуги |
| в) Заработная плата администратора |
| г) Упаковка | 2)Переменные |
| д) Заработная плата рабочих |
| е) Арендная плата  |

***Задача 2.5 «Еще больше шоколадных батончиков»***

***5 баллов***

Общие издержки при производстве 30 штук шоколадных батончиков составили ТС = 1500 руб. Чему равны предельные издержки 31-ого батончика, если в результате производства ТС составили 1560 руб.

***Тестовые вопросы:***

***За каждый правильный ответ 1 балл (в сумме 5 баллов)***

**2.6**) Формула общих издержек производства:

а) AFC+ AVC

б) МС+АС

в) FC+ VC

**2.7**) Прибыль равна:

а) выручка минус налоги

б) выручка минус зарплата

в) выручка минус затраты на рекламу

г) доходы минус расходы

**2.8**) Формула общей выручки:

а) ТС

б) Р\*Q

в) Р:Q

**2.9**) К переменным издержкам относится:

а) ежемесячный платеж по кредиту

б) затраты на рекламу

в) сырье

г) арендная плата

**2.10**) Что такое постоянные издержки?

Написать ответ самостоятельно

***БЛОК 3.* Совершенная конкуренция. Достоинства совершенной конкуренции. Недостатки совершенной конкуренции. Чистая монополия. Монополистическая конкуренция. Несовершенная конкуренция. Олигополия. Другие формы несовершенной конкуренции.**

***Задача 3.1 «Кинотеатр в Зелёном городе»***

***3 балла***

Зелёный город небольшой. В нём есть только один кинотеатр. Является ли он естественной монополией? Нужно ли государству регулировать его деятельность?

***Задача 3.2 «Мечта Пончика»***

***8 баллов***

Прочитайте приведенный ниже текст, в котором пропущен ряд слов. Выберите из предлагаемого списка слова, которые необходимо вставить на место пропусков.

«Самой большой рыночной властью обладает \_\_\_\_\_\_\_\_ Пончика (А). На рынке Пончик является единственным \_\_\_\_\_\_\_\_(Б) уникального продукта. Такой рынок не выгоден \_\_\_\_\_\_\_\_(В) с точки зрения качества продукции, разнообразия \_\_\_\_\_\_\_\_(Г), уровня цен. Чтобы не допустить появления новых продавцов такого типа,\_\_\_\_\_\_\_\_(Д) проводит \_\_\_\_\_\_\_\_(Е) политику ».

Слова в списке даны в именительном падеже, единственном числе. Каждое слово (словосочетание) может быть использовано только один раз. Выбирайте последовательно одно слово за другим, мысленно заполняя каждый пропуск. Обратите внимание на то, что в списке слов больше, чем вам потребуется для заполнения пропусков.

Список терминов:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 1) ассортимент | 2) покупатель | 3) продавец |
| 4) монополия | 5) конкуренция | 6) товарищество |
| 7) государство | 8) разнообразный | 9) антимонопольный |

***Задача 3.3 «Появление услуг по репетиторству в Солнечном городе»***

***4 балла***

Знайка решил предлагать на рынки свои услуги репетитора по экономике. У него четыре потенциальных ученика: Незнайка, Пончик, Авоська и Гунька. Незнайка готов платить за урок 1000 у.е., Пончик – 800, Авоська – 600, а Гунька – 500. Сам Знайка свои усилия оценивает в 400 у.е. С кем из учеников имеет смысл заниматься с точки зрения экономической эффективности?

***Задача 3.4 «Разнообразие товаров и услуг в Солнечном городе»***

***10 баллов***

К какой рыночной структуре относятся рынки следующих товаров и услуг?

- нефть

- кофе

- детские подгузники

- услуги мобильных операторов

- автомобили

- авиаперелеты

- патентованные лекарства

- джинсы

- молоко

***Тестовые вопросы:***

***1 балл за каждый правильный ответ, максимальное количество – 5 баллов***

**3.5.** Установите соответствие между характеристиками конкурентных рынков и их видами: к каждой позиции, данной в первом столбце, подберите соответствующую позицию из второго столбца

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ХАРАКТЕРИСТИКА |   | ВИД КОНКУРЕНТНОГОРЫНКА |
| А) Продавцы не могут осуществлять контроль над ценами.Б) Основная часть рынка контролируется несколькими крупными продавцами.В) Множество мелких фирм предлагает на рынке однородную продукцию.Г) Вхождение новых продавцов на рынок затруднено.Д) На рынке преобладают неценовые методы конкуренции. |    | 1) чистая конкуренция2) монополистическая конкуренция3) олигополия |

**3.6.** Наилучший пример чистой монополии — это:

а) булочная рядом с вашим домом;

б) производитель пива;

в) единственная авиалиния между вашим городом и столицей страны;

г) городское предприятие водоснабжения.

**3.7.** Олигополистическая взаимозависимость означает, что:

а) каждая фирма производит продукцию, похожую, но не идентичную той, которую производят конкуренты;

б) все фирмы производят одну и ту же продукцию;

в) каждая фирма должна учитывать реакцию конкурентов, когда она проводит определенную ценовую политику;

г) каждая фирма несет убытки из-за неустойчивости рыночных цен.

**3.8.** Определите, в каком из нижеперечисленных вариантов типы структур рынка расположены последовательно от наиболее конкурентного к наименее конкурентному:

а) совершенная конкуренция, олигополия, монополистическая конкуренция, монополия;

б) монополия, совершенная конкуренция, олигополия, монополистическая конкуренция;

в) совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, монополия.

**3.9.** Определите, когда монополистическая конкуренция имеет место:

а) множество фирм продают однородную продукцию;

б) монополисты конкурируют друг с другом;

в) только несколько фирм производят данный товар.

**3.10.** Единственная структура на рынке, не способная влиять на цены – это…

а) чистая монополия;

б) олигополия;

в) монополистическая конкуренция;

г) чистая конкуренция.

# Заключение

Положения, изложенные в данной методической разработке будут приводиться в действие при работе с учащимися 7-8 класса на курсах «Юниор» очно-заочного обучения (с применением дистанционного образовательных технологий и электронного обучения). Материально-технические условия для их реализации имеются на базе Центра развития одаренности.

# Список литературы

1. Азы экономики / Мария Бойко –М.: Издатель «Книга по Требованию», 2015. – 470 с.

2. Микроэкономика: учебное пособие/ А.В. Бондарь, В.А. Воробьев, Н.Н. Сухарева; под ред. А.В. Бондаря, В.А. Воробьева. – Мн.: БГЭУ,2007. –С.88-114

3. Нуреев Р. М. Н90. Курс микроэкономики: Учебник для вузов. — 2-е изд., изм. — М.: Инфрра-М, 2017. 624 с.

4. Иохин В.Я. Экономическая теория: введение в рынок и микроэкономический анализ. Учебник. – М., 2007.

5. Макконнелл К., Брю С. Экономикс: Принципы, проблемы, политика. В 2-ух т. – М., 2014.

6. Микроэкономика. Теория и российская практика: Учебник / Под ред. А.Г. Грязновой, А.Ю. Юданова. – 2-е изд. М., 2008.

7. Мэнкью Н.Г. Принципы экономикс. – СПб,1999.

8. Нуреев Р.М. Основы экономической теории. Микроэкономика. - М., 2012.

9. Общая экономическая теория (политэкономия). Учебник / Под. Ред. В.И. Видяпина, Г.П. Журавлевой. – М., 2009.

10. Основы рыночной экономики / Под ред. В.Д. Камаева, Б.И. Домненко. – М., 2015.