**Контроль темы «Фирма в экономике»**

**1. Словарная работа.**

Найдите соответствующие определения к экономическим понятиям.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  п/п | Понятие | Буквен. обозн. | Определение понятия |
| 1 | 2 | 3 | 4 |
| 1 | ***Рента*** | **А** | коммерческая организация, осуществляющая затраты экономических ресурсов для изготовления товаров и услуг, реализуемых на рынке |
| 2 | ***Амортизация*** | **Б** | важнейший показатель деятельности предприятий и банков; является частью доходов, которые остаются после возмещения текущих расходов |
| 3 | ***Нормальная прибыль*** | **В** | часть общих издержек, величина которых на данный момент времени находится в прямой зависимости от объема производства и реализации продукции |
| 4 | ***Эффективность*** | **Г** | результативность процесса, определяемая как отношение эффекта, результата к затратам |
| 5 | ***Переменные издержки*** | **Д** | затраты производителя на приобретение и использование факторов производства |
| 6 | ***Экономические издержки*** | **Е** | оплата факторов производства, не являющихся собственностью владельца фирмы |
| 7 | ***Альтернативные затраты*** | **Ж** | доход от капитала, земли или имущества, который его владельцы регулярно получают, не занимаясь предпринимательской деятельностью; доход от процента |
| 8 | ***Бухгалтерские (внешние)***  ***издержки*** | **З** | выплаты, которые фирма должна произвести поставщикам необходимых ресурсов, чтобы отвлечь эти ресурсы от использования в других производствах |
| 9 | ***Внутренние***  ***издержки*** | **И** | вознаграждение за выполнение предпринимательских функций, входит в состав внутренних издержек |
| 10 | ***Фирма*** | **К** | часть общих издержек, которая не зависит на данный момент времени от объема выпускаемой продукции |
| 11 | ***Прибыль*** | **Л** | товары или услуги, от которых приходится отказаться, чтобы приобрести товар или услугу, которым отдано предпочтение |
| 12 | ***Издержки производства*** | **М** | затраты ресурсов, принадлежащих собственнику фирмы |
| 13 | ***Постоянные издержки*** | **Н** | уменьшение стоимости капитальных ресурсов по мере их износа при процессе производственного использования |
| 14 | ***Рентабельность предприятия*** | **О** | дающее прибыль, доход; целесообразное с хозяйственной точки зрения |

**2. Тест.**

***1. Прямые налоги характеризуются тем, что они:***

1) взимаются только с предприятий-монополистов;

2) не взимаются с граждан;

3) используются только для сокращения государственного долга;

4) являются обязательным сбором в пользу государства.

***2. Разница между затратами и доходами производителей – это:***

1) выручка;

2) прибыль;

3) стоимость;

4) дотация.

***3. Что из перечисленного служит примером экономической самостоятельности производителей?***

1) соблюдение технологической дисциплины;

2) улучшение качества продукции;

3) право решать, что и как производить;

4) совершенствование профессиональных навыков.

***4. Когда выручка производителя превышает затраты, то производство считается:***

1) убыточным;

2) эффективным;

3) поточным;

4) высокотехнологичным.

***5. Отличительным признаком деятельности предпринимателя является:***

1) использование новых технологий производства;

2) принятие самостоятельных экономических решений;

3) учет постоянных и переменных затрат производства;

4) производство общественных благ.

***6. Рациональный производитель стремится:***

1) постоянно увеличивать объем выпускаемой продукции;

2) снижать стоимость основных факторов производства;

3) увеличивать издержки производства;

4) увеличивать объем выпуска продукции при снижении затрат.

***7. К прямым налогам относится:***

1) акциз;

2) подоходный налог;

3) страховые взносы;

4) пошлины.

***8. К косвенным налогам относится:***

1) подоходный налог;

2) таможенная пошлина;

3) налог на имущество;

4) налог на прибыль.

***9. Экономические отношения производителей и потребителей, основанные на взаимовыгодном обмене, – это:***

1) разделение труда;

2) конкуренция;

3) рынок;

4) специализация.

***10. Рыночная цена товара определяется:***

1) продавцами товара;

2) потребителями товара;

3) в результате взаимодействия спроса и предложения;

4) предприятием-производителем товара.

**3. Да или нет?**

1) Рыночная экономика более эффективна, чем планово-административная, так как члены правительства в странах с рыночной экономикой лучше знают экономическую теорию и проводят правильную экономическую политику.

2) В командной экономике ответ на вопрос «Кто получает производимые товары?» определяется производителями товаров и услуг.

3) В рыночной экономике прибыль побуждает фирмы производить именно те товары, которые необходимы покупателям, и продавать их по цене, которая устраивает покупателей.

4) Любая экономическая система сталкивается с необходимостью согласования интересов людей.

5) Чтобы повысить эффективность работы фирмы, необходимо увеличивать затраты.

**4. Какие ответы правильные?**

***Найдите в приведенном ниже списке характерные признаки фирмы.***

1) торговая структура;

2) коммерческая организация;

3) участие в процессе производства и реализации товаров и услуг;

4) большой бюджет;

5) единоличное управление;

6) выступает продавцом на рынке товаров и услуг.

**5. Какому понятию соответствует следующее определение?**

Обязательный платеж, установленный государством для граждан и предприятий.

**6. Исключите лишнее.**

Ниже приведен перечень понятий, все из которых, за исключением одного, относятся к одному понятию.

Найдите и исключите термин, выпадающий из этого ряда. Назовите общее понятие, к которому относятся оставшиеся термины.

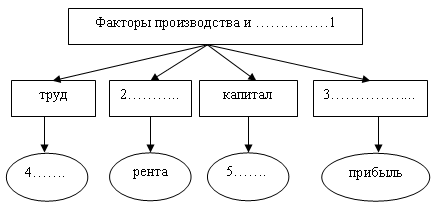
А. НДС, подоходный, на прибыль, на имущество.

Б. Домашние хозяйства, сельское хозяйство, фирмы, государство.

**7. Исправьте ошибки.**

Примером постоянных издержек могут быть арендная плата фирмы за помещение, затраты на подготовку и переподготовку кадров, **оплату труда работников** (1),амортизация.Различие между постоянными и переменными издержками заключается в том, что **постоянными издержками можно управлять** (2), ведь они остаются практически **неизменными** (3). **Переменные издержки находятся вне контроля** (4) администрации фирмы, так как они **непредсказуемы** (5).

1. **Дополните схему:**



**9. Вставьте пропуски.**

Прочитайте приведенный далее текст, в котором пропущен ряд слов. Выберите из предлагаемого ниже списка слова, которые необходимо вставить в пропуски. Слова в списке даны в именительном падеже в единственном числе. Имейте в виду, что слов в списке больше, чем вам необходимо выбрать. Выбирайте последовательно одно слово за другим, мысленно заполняя словами каждый пропуск.

Обратите внимание на то, что пропуски пронумерованы. В данной ниже таблице указаны номера пропусков. Запишите под каждым пропуском букву, соответствующую выбранному вами слову.

\* \* \*

(1) **……..**– это платежи, которые в обязательном порядке уплачиваются в пользу государства юридическими и физическими лицами. (2) **……..** взимаются государством непосредственно с доходов и имущества налогоплательщика. Их объектом выступает (3) **…….** (зарплата, прибыль, процент) и стоимость имущества налогоплательщика. (4) **……** устанавливаются в виде надбавок к цене товаров и услуг. Существует еще множество налогов. (5) **…..**облагаются товары массового производства (спиртные напитки, табачные изделия, соль, сахар и др.). (6) **………….** – вид налога, который взимается за ввоз импортных товаров.

А. Акцизы.

Б. Доход.

В. Налоги.

Г. Прямые налоги.

Д. Косвенные налоги.

Е. Таможенные пошлины.

**10. Заполните сравнительную таблицу по данным критериям:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерии сравнения | Экономическая  прибыль | Бухгалтерская  прибыль |
| Содержание понятия |  |  |
| Доля в сумме общей выручки |  |  |
| Функция метода |  |  |

**11. Перечислите три объекта прямого налогообложения.**

.

**12. Докажите или опровергните, что с понятием «экономические (альтернативные) издержки» имеет дело любой человек. Приведите пример.**

**13. Работа с текстом. *Понятие о структуре рынка***

…Решения продавцов (покупателей) о цене и объеме производства (закупки) товара будут существенно различаться для различных типов рыночных структур. …в зависимости от целей экономического исследования может быть предложено несколько различных классификаций типов рыночных структур. Рассмотрим для начала очень простую и наиболее важную в экономической теории классификацию рынков. Признаком, положенным в основу этой классификации, является степень влияния отдельного продавца (покупателя) на рыночную цену.

Говорят, что рыночная структура характеризуется ***совершенной конкуренцией****,* если ни один из продавцов (покупателей) не способен оказать существенное влияние на цену товара. Если это условие не соблюдается, то конкуренция является ***несовершенной***…

Во-первых, …под ценой будем подразумевать свободную (рыночную) цену, установленную путем договоренности между производителем и потребителем без вмешательства государства.

Во-вторых, колебания цены при совершенной конкуренции могут быть более интенсивными, чем при несовершенной конкуренции, – однако только в последнем случае они могут быть вызваны действиями одного продавца или покупателя.

Поясним это на простых примерах. Продавец, привезший дыни из Ташкента в Ленинград, застает уже сложившийся уровень цен на рынке, изменить который вне его власти. Конечно, если предложение дынь резко возрастет, то цена упадет, но роль отдельного продавца в этом процессе весьма незначительна. Иными словами, рынок диктует цену каждому продавцу в каждый момент времени.

Рассмотрим другой пример. Единственный в городе кирпичный завод может сам устанавливать цены на свою продукцию. Причем читателям и работникам завода ясно, что чем меньше будет произведено кирпича, тем более высокой будет его цена, и наоборот.

Понятие «совершенная конкуренция» играет особую роль в экономической теории. Считается, что рыночная структура характеризуется совершенной конкуренцией, если выполняются следующие условия:

1. Имеется много покупателей и продавцов данного товара, причем каждый из них производит (покупает) малую долю общего рыночного объема.

2. Товар должен быть совершенно однородным с точки зрения покупателей, и все покупатели должны быть одинаковы с точки зрения продавцов. Это простое, на первый взгляд, условие весьма редко выполняется на практике. Даже совершенно одинаковые товары могут быть неоднородными для покупателя в силу, например:

а) географического положения места продажи (магазин в вашем доме и универсам в получасе езды);

б) условий обслуживания (вам нравится данный магазин, поскольку там вежливые продавцы);

в) рекламы, упаковки (например, в косметической промышленности зачастую одинаковые по химическому составу вещества продаются под разными названиями и по разным ценам).

3. Отсутствуют входные барьеры для вступления в отрасль нового производителя и возможности свободного выхода из отрасли. Входные барьеры могут носить весьма различный характер:

а) исключительное право заниматься данным видом деятельности (производство алкогольных напитков, табака, монополия внешней торговли). Возможны и другие юридические барьеры (лицензирование экспорта, государственная регистрация видов деятельности);

б) экономические преимущества крупного производства (…издержки в данной отрасли существенно снижаются с увеличением масштаба производства (или малое производство попросту невозможно). В этом случае требуются большие капитальные затраты…;

в) производство данного товара защищено патентом (возможна фальсификация, и она обязательно будет в той или иной мере, но все же это далеко не совершенная конкуренция);

г) закрыт доступ к материальным ресурсам и другим факторам производства в силу отсутствия их на свободном рынке (в этом случае возможны покупки по спекулятивным ценам, но такие сделки ставят производителей в разное положение с точки зрения издержек производства);

д) реклама… <…> является препятствием к однородности товара, однако зачастую издержки на рекламу так велики, что служат входным барьером в отрасли (например, табачная промышленность и шоу-бизнес).

…барьеры бывают в основном двух типов: юридические и экономические. Первые часто непреодолимы (связаны с уголовным наказанием), высота вторых существенно различается по конкретным отраслям и, в принципе, может быть измерена.

4. Полная информация всех участников рынка, то есть каждый покупатель осведомлен о ценах всех продавцов и о любом изменении цен любым продавцом.

5. Рациональное поведение всех участников рынка, преследующих собственные интересы. Сговор в какой-либо форме исключается.

Очевидно, что совершенная конкуренция, определенная приведенными выше условиями, весьма редка на практике. С чем же связано поистине уникальное значение этого понятия в теории? Дело, прежде всего, в том, что «совершенная конкуренция» (своего рода «физика без трения») позволяет построить некую идеальную модель функционирования экономики, в сравнении с которой можно изучать реальные рыночные структуры; причем оказывается, что модель совершенно конкурентного рынка дает вполне удовлетворительное приближение к действительности для многих реальных рынков.

Такой анализ требует, естественно, классификации рыночных структур, характеризующихся несовершенной конкуренцией. Приведем здесь простую и наиболее употребительную классификацию рынков:

***1. Монополия*** (чистаямонополия). В отрасли имеется только один производитель, который полностью контролирует объем предложения товара и очень сильно влияет на цены. Сила монополиста тем больше, чем выше входные барьеры в отрасль и чем меньше товаров-заменителей у данного товара.

В реальной экономике развитых стран чистая монополия такая же абстракция, как и совершенная конкуренция. Всегда есть опасность потенциальной конкуренции или конкуренции иностранных производителей. Монополия на стороне спроса (на рынке выступает один покупатель) называется ***монопсoнией.*** Рыночная структура, в которой единственному продавцу противостоит единственный покупатель, называется ***двусторонней монополией.***

***2. Олигопoлия*** – в отрасли имеется незначительное количество производителей. В этой ситуации производители могут вести себя различными способами:

а) не учитывать поведения других производителей, как и при совершенной конкуренции;

б) пытаться предвидеть поведение других производителей;

в) вступать в сговор с другими производителями. Частный случай олигополии – ***дуопо***́***лия*** (два продавца).

Рыночная структура с несколькими покупателями называется ***олигоп-  
со***́***нией.***

***3. Монополистическая конкуренция*** с дифференциацией продукта. В отрасли может быть много продавцов, но предлагаемые ими товары неоднородны с точки зрения покупателей (не выполняется условие (2) для совершенной конкуренции). Эта ситуация наиболее характерна для рынков развитых стран.

*(Экономическая школа. – Т. 1. Вып. 1. – М., 1991, – С. 64–67.)*

Вопросы к тексту:

1) Исходя из текста, назовите типы рыночных структур. На основании текста дайте им определение.

2) Как вы думаете, почему совершенная конкуренция, определенная приведенными выше условиями, весьма редка на практике?

3) Используя полученные знания из текста, дополнительную информацию, заполните таблицу «Типы рыночных структур»:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Типы | Количество  фирм | Характер  продукции | Существование рыночных барьеров | Доступность экономической информации | Контроль над ценами |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |

**11 класс(экземпляр учителя)**

**Контроль темы№4 « Фирмы в экономике»**

Задание №1 Словарная работа

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 | 13 | 14 |
| Ж | Н | И | Г | В | З | Л | Е | М | А | Б | Д | К | О |

Задание №2 Тестирование

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 |
| 4) | 2) | 3) | 2) | 2) | 4) | 2) | 2) | 3) | 3) |

ЗАдание №3 –Да или нет

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 1) | 2) | 3) | 4) | 5) |
| Нет | Нет | Да | Да | Нет |

**4. Какие ответы правильные?**

Ответ: 2); 3); 6).

**5. Какому понятию соответствует следующее определение?**

Ответ: налог.

**6. Исключите лишнее.**

А. НДС, подоходный, на прибыль, на имущество.

*1) НДС. 2) Прямые налоги*.

Б. Домашние хозяйства, сельское хозяйство, фирмы, государство.

*1) Сельское хозяйство 2) Субъекты экономики.*

**7. Исправьте ошибки.**

5 ошибок.

1) заработная плата управленческого персонала. ;2) нельзя управлять.3) не зависит на данный момент от объема продукции; 4) можно управлять 5) прямая зависимость от объема производства и реализации продукции.

**8. Дополните схему:**

1) Факторные доходы.; 2) Земля.; 3) Предпринимательские способности.; 4) Заработная плата.5) Процент.

1. **Вставьте пропуски**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| В | Г | Б | Д | А | Е |

**10.Заполните сравнительную таблицу по данным критериям**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Критерии  сравнения | Экономическая прибыль | Бухгалтерская прибыль |
| Содержание понятия | Определяет целесообразность деятельности фирмы | Определяет, во что обошлось фирме производство продукции |
| Доля в сумме общей выручки | Разница между общей выручкой и экономическими издержками  (внутренними и внешними) | Разница между общей выручкой и бухгалтерскими издержками (внешними) |
| Функция метода | Решение о выборе одного из альтернативных вариантов вложенных средств | Действительная величина издержек, себестоимость продукции |

**11. Перечислите три объекта прямого налогообложения.**

1) Доходы граждан.; 2) Доходы предприятий;3) Имущество.4) Наследство.

**12. Докажите или опровергните, что с понятием «экономические (альтернативные) издержки» имеет дело любой человек. Приведите пример.**

Ответ:

1) Человек постоянно осуществляет тот или иной экономический выбор: при покупке товара или услуге, выборе профессии или места работы, при вложении средств.

2) Выбирая наименее выгодное, человек отвергает, то есть отказывается в пользу варианта, который является наилучшим из отвергнутых.

3) Таким образом, альтернативные издержки – это издержки отвергнутых возможностей.

4) Пример из жизни.

**13. Работа с текстом.** ***Понятие о структуре рынка***

1) Типы рыночных структур:

– совершенная конкуренция;

– несовершенная конкуренция:

– монополистическая конкуренция;

– монополия;

– олигополия.

***Совершенная конкуренция*** – соперничество большого количества мелких покупателей и продавцов, каждый из которых владеет полной рыночной информацией, ни один из продавцов (покупателей) не способен оказать существенное влияние на рыночный спрос, цену товара.

***Несовершенная конкуренция*** – соперничество большого количества продавцов за потребительский спрос при возможности влиять на него.

***Монополистическая конкуренция*** – соревнование на рынке между многими продавцами, каждый из которых старается дифференцировать свой продукт.

***Монополия*** – ситуация на рынке, когда в отрасли имеется только один производитель, который полностью контролирует объем предложения товара и очень сильно влияет на цены.

***Олигополия*** – ситуация на рынке, когда конкуренция происходит лишь между небольшим числом фирм, вытеснивших остальных соперников.

2) В чистом виде условия совершенной конкуренции не встречаются в реальной действительности, так как совершенная конкуренция – не что иное, как модель идеальной рыночной экономики.

3) таблица «Типы рыночных структур»:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Типы | Количество фирм | Характер продукции | Существование рыночных барьеров | Доступность экономической информации | Конт-роль над ценами |
| Совершенная  конкуренция | Очень большое | Стандартный | Отсутствуют | Полная | Отсутст-вует |
| Монополистическая конкуренция | Большое | Дифференциро-ванный | Низкие | Некоторые ограничения | Частич-ный |
| Олигополия | Неболь-шое | Стандартный  и дифференцированный | Высокие | Существенные ограничения | Частич-ный |
| Монополия | Одна | Уникальная | Непреодолимые | Недоступна | Полный |