

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АВТОМОБІЛЬНО-  
ДОРОЖНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

КРУПСЬКА Л.П., доцент, к.е.н.  
БЕРЕЖНИЙ В.М., професор, к.е.н.  
ЧАВИКІНА Ю.Б., асистент

# ЕКОНОМІЧНІ КОНЦЕПЦІЇ

*НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНИЙ ПОСІБНИК*

ХАРКІВ  
2007

**КОНЦЕПЦІЯ 1**

***БЕЗМЕЖНІСТЬ ПОТРЕБ***

***ТА***

***ОБМЕЖЕНІСТЬ РЕСУРСІВ***

**Неможливо мати всі товари та послуги для задоволення безмежних потреб, тому що виробничі ресурси завжди обмежені.**

*Як споживачі*, учні зрозуміють, що їхні потреби безмежні і постійно зростають. Ці потреби задовольняються за допомогою товарів та послуг. *Як майбутні виробники*, учні усвідомлять, що процес створення товарів та послуг потребує виробничих ресурсів, які є обмеженими. *Як майбутні працівники*, учні повинні зрозуміти важливість якісної освіти для власної успішної кар'єри.

**Ключові питання:**

1. Потреби та їх види. Безмежність потреб.
2. Економічні блага.
3. Товари та послуги.
4. Виробничі ресурси та їх обмеженість.

**Основні поняття:** Потреби. Безмежність потреб. Економічні блага. Інвестиційні та споживчі блага. Товари та послуги. Економічні ресурси. Природні ресурси (земля). Капітальні ресурси (капітал). Трудові ресурси (праця). Підприємницькі здібності (підприємництво). Обмеженість ресурсів.

# 1. ІНФОРМАЦІЙНИЙ БЛОК

## 1.1. Потреби та їх види. Безмежність потреб

*Потреби* – це прояв необхідності мати певні блага, бажання володіти ними, відчуття нестачі, якщо бажання залишається незадоволеним. Людині потрібно багато чого, щоб задовольняти свої потреби.

Разом із розвитком людини відбувається розвиток її потреб. У сучасному суспільстві недостатньо задовольняти потреби в їжі, помешканні, одязі. Дедалі більшого значення набуває задоволення духовних, культурних, освітніх потреб.

Спочатку потреби людини в їжі, одязі та житлі були мінімальними. Згодом з'являється потреба урізноманітнювати їжу, роблячи її калорійнішою та якіснішою, купувати якомога красивіший та модний одяг, створювати комфорт та затишок у своїй оселі. Наприклад, важко уявити сучасну людину, яка живе в печері чи вдягається у необроблену шкіру власноруч вбитого на полюванні звіра. Або, скажімо, покоління теперішніх бабусь та дідусів у свої 15-16 років навіть не чуло про комп'ютер, а дехто і не знав, що таке телевізор.

Отже, потреби людини не лише кількісно збільшуються, а й якісно змінюються. Можна зробити висновок, що потреби людини безмежні у своєму розвитку й мають тенденцію до зростання, тобто до якісних і кількісних змін.

Не зважаючи на багатство та різноманіття оточуючого нас світу, всі потреби можна виділити в певні групи, тобто здійснити

**класифікацію потреб.** Така класифікація може бути проведена за різними критеріями. В сучасній вітчизняній економічній літературі автори наводять різні класифікації потреб. Варто розглянути найбільш поширені та загальновизнані.

Очевидний поділ потреб людини на **фізичні** або матеріальні (в їжі, в одязі, в житлі, в предметах побуту) та **духовні** (в освіті, в улюблених видах діяльності, в інформації, в творчості, естетичній насолоді тощо). Часто матеріальні потреби називають базовими потребами, оскільки без їх задоволення людина не змогла б існувати як біологічна істота..

Наприклад, якщо за критерій взяти – кого стосуються і як задовольняються потреби, то можна виділити **особисті** (індивідуальні), **групові** (колективні) та **суспільні потреби**. Наприклад, задовольнити потребу в їжі та одязі людина може індивідуально; потреба у житлі може бути потребою родини, тобто груповою. Груповою може бути, скажімо, потреба школи у новому комп'ютерному класі тощо. Потреби особистості формуються під значним впливом культури відповідного суспільства в цілому, а також окремих соціальних груп, до яких належить та чи інша особистість.

За ознакою часу потреби можна поділити на **поточні та перспективні**. Так, наприклад, для певного учня середньої школи потреба мати підручник з економіки є поточною потребою, а, скажімо, потреба у придбанні власного автомобілю – перспективна потреба.

Найбільш поширеною є **ієрархічна класифікація потреб за Абрахамом Маслоу**. Вона включає в себе такі основні ідеї та положення:

- люди постійно відчують певні потреби;
- люди мають певні сильно виражені потреби, які можуть бути поєднані в окремі групи;

- групи потреб знаходяться в ієрархічній взаємозалежності одна від одної;
- потреби, якщо вони не задоволені, спонукають людину до дії. Задоволення потреб мотивує людей. Якщо одна потреба задовольняється, то на її місце потрапляє інша – незадоволена;
- зазвичай людина відчуває одночасно декілька різних потреб, які знаходяться між собою у комплексній взаємодії;
- потреби, які знаходяться ближче до основи “піраміди”, мають бути задоволені в першу чергу;
- потреби більш високого рівня починають активно діяти на людину після того, як у цілому задоволені потреби більш низького рівня;
- потреби більш високого рівня можна задовольнити більшою кількістю різноманітних засобів, ніж потреби нижчого рівня;

Згідно з теорією Маслоу існує п'ять груп потреб (рисунок 1.1). Розглянемо характеристику кожної групи.



Рисунок 1.1 – Піраміда потреб за Маслоу

**Фізіологічні потреби.** Потреби цієї групи знаходяться “на першому поверсі” умовної піраміди. До цих потреб відносять потреби, що забезпечують виживання людини як біологічної істоти (в їжі, воді, повітрі, теплі тощо).

**Потреби в безпеці.** Це потреби у соціальних гарантіях: отриманні медичної допомоги, середньої освіти, в пенсійному забезпеченні, захист від внутрішніх та зовнішніх ворогів тощо. Ці потреби виражають прагнення людини зберегти певний життєвий рівень, передбачуваність та контроль за власним життям.

**Соціальні потреби.** Людина прагне до участі у спільних діях, вона хоче дружби, любові, хоче бути членом певних об’єднань людей, з якими має спільні інтереси, намагається брати участь у суспільних заходах, бути визнаною “суспільною істотою” тощо. Всі ці прагнення складають групу потреб належності та причетності або соціальних потреб.

**Потреби у визнанні та повазі.** Це - потреби в позитивній оцінці індивіду з боку суспільства, в отриманні людиною певного соціального статусу, в повазі та визнанні з боку оточуючих.

**Потреби в самореалізації.** Дана група об’єднує потреби, пов’язані із прагненням людини до розкриття своїх здібностей та задатків, до розвитку особистості та прихованого в ній потенціалу. Це – процес саморозвитку особистості, постійного внутрішнього руху суб’єкту в своїй діяльності, постійного “вростання” в соціальний простір людського суспільства.

**Потреби не існують самі по собі, це завжди потреби конкретної людини.** Потреби завжди усвідомлюються людиною, їм надається конкретне змістовне забарвлення, пов’язане зі своєрідністю інтересів даної людини, її фізичними і психологічними особливостями та уподобаннями. Серед **факторів, що впливають на формування потреб**, особливе місце займають: вік людини, культурні

традиції та звички, стать, кліматичні умови, рівень доходів тощо. Значний вплив на потреби в сучасних умовах має реклама.

Потреби існують також у колективів підприємств та урядів. Підприємства прагнуть мати у своєму розпорядженні все те, що дозволить їм реалізувати визначені цілі, наприклад: споруди, будівлі, транспортні засоби, необхідні інформаційні системи тощо. Уряд (громада, місцева спільнота), уособлюючи колективні потреби громадян або свої власні, піклується про майбутні покоління, прагне будувати автошляхи, лікарні, навчальні заклади, забезпечує військову охорону тощо. Ці потреби теж можуть бути поточними або перспективними.

Відмінна властивість потреб – їх *безмежність*, постійна якісна та кількісна зміна. Це зумовлене розвитком виробництва та науково-технічним прогресом, а також розвитком самої людини, її інтелекту. Задоволення одних потреб породжує виникнення інших. В цьому знаходить свій прояв безмежне зростання потреб, що має закономірний характер. Це примушує людину витратити зусилля, щоб здобувати блага.

## 1.2. Економічні блага

Благо — це засіб для задоволення потреб. Альфред Маршалл визначає благо як «бажану річ, що задовольняє людську потребу». Ж.-Б.Сей визначає блага «як засоби, що ми маємо для задоволення наших потреб». А.Шторх підкреслює, що «вирок, винесений нашим судженням щодо корисності предметів... робить їх благами». Властивість певного предмету, що дозволяє задовольняти визначену потребу людини, ще не робить його благом. На цей факт особливу увагу звертає один з найвизначніших представників австрійської школи К. Менгер. Так, корінь женьшеню здатний підняти життєвий



тонус людини, але поки людьми не був виявлений причинно-наслідковий зв'язок потреби в оздоровленні організму з цілющою силою женьшеню, ця рослина не мала характеру блага. Іншими словами, **здатність предмету задовольняти певну потребу повинна бути усвідомлена людиною. Тільки в цьому випадку предмет стає благом.**

Економічна наука розподіляє всі життєві блага на 2 групи:

1. дарові блага (неекономічні);
2. економічні.

Дарові блага — це ті життєві блага (переважно природні), які доступні людям в обсязі набагато більшому, ніж величина потреби в них. Ці блага не треба виробляти і люди можуть споживати їх безкоштовно. Саме до цієї групи благ відносяться: повітря, сонячне світло, дощі, океани і т.п. Але основне коло потреб людей задовольняється за рахунок не дарових, а економічних благ. І якщо люди живуть зараз краще, ніж у стародавні часи, то це досягнуто завдяки збільшенню обсягу і поліпшенню властивостей саме економічних благ (продовольства, одягу, житла і т.д.).

Особливу увагу необхідно приділити розмежуванню економічних і неекономічних благ. Це розмежування пов'язане з поняттям рідкості. Благо неекономічне існує в необмеженій кількості. Економічне благо є рідкісним благом. Саме співвідношення між потребою і доступною кількістю благ, робить їх економічними чи неекономічними. Так, якщо людина мешкає в тайзі, то деревина для будівлі житла не є для такої людини економічним благом. Адже кількість дерев у величезне число разів перевищує потребу конкретної людини в цьому виді будматеріалу. І вода для угамування спраги, якщо людина живе на березі найчистішого озера, не є економічним благом. Економічним благом вода стане для людини лише в пустелі, де потреба в ній набагато вища, ніж доступна для задоволення цієї потреби кількість води.

Рідкісність — це відношення між бажаним і наявним. Наприклад, в певному суспільстві усі бояться змій; навіть якщо змії зустрічаються нечасто, то вони не будуть рідкісними. Скажімо, в іншому суспільстві змії цінуються як продукт харчування і вони зустрічаються досить часто, проте вони є рідкістю. **Благо є рідкісним, якщо люди не можуть придбати його в такій кількості, у якій хотіли б, не жертвуючи при цьому якою-небудь іншою цінністю.**

Якщо благо є рідкісним, його треба розподіляти. Інакше кажучи, потрібно визначити деякий критерій відбору претендентів на споживання рідкісного блага, а також те, кому з них скільки цього блага дістанеться. Як критерій може виступати вік, уміння переконувати, моторність, суспільна повага, готовність платити та безліч інших. Для нашого суспільства характерний розподіл рідкісних благ на основі готовності платити гроші за споживання цих благ. Але іноді використовуються також інші критерії розподілу.

Наприклад, щороку в Гарвардський університет (один з найкращих і престижних університетів США.) надходить набагато більше заявок, ніж існує місць на першому курсі (freshman class), тому Гарвардський університет повинен розподіляти ці рідкісні місця. Він робить вибір на основі шкільних оцінок, результатів контрольних робіт, рекомендацій та за іншими критеріями.

Таким чином, в основі класифікації благ на економічні та неекономічні лежить наступне визначення: економічні блага — це ті товари і послуги, обсяг яких:

1. недостатній для задоволення потреб людей;
2. може бути збільшений лише шляхом витрати праці й інших ресурсів;
3. розподіляється між тими, хто здатний заплатити сформовану на даний момент ціну цих благ.

## Економічні блага класифікуються за кількома напрямками.

### *1. За засобом участі в процесі задоволення потреб – економічні блага поділяються на споживчі та інвестиційні.*

Споживчі блага безпосередньо задовольняють потреби споживачів. В процесі споживання люди отримують користь від цих благ. Інвестиційні блага – це всі блага, які використовують для виробництва споживчих благ. Їх корисні властивості споживаються не для того, щоб задовольнити потреби людей, а для того, щоб здійснити процес виробництва. Наприклад, людина має потребу в теплому одязі. Щоб задовольнити цю потребу, вона купує шкіряну куртку (споживче благо). Щоб пошити цю куртку, фірма повинна мати: шкіру, швейну машинку, нитки, голки, приміщення (інвестиційні блага). Одне і теж благо може класифікуватися як споживче і як інвестиційне. Наприклад, авіаперевезення. Ця послуга дається безпосередньо людині, щоб вона змогла швидко опинитись у певному місці (споживче благо). Фірма може перевозити літаком ресурси, устаткування, що є необхідними для виробництва інших благ. В цьому випадку авіаперевезення – це інвестиційне благо.

### *2. Економічні блага класифікуються в залежності від форм споживання.*

За цією класифікацією виділяють:

а) **блага індивідуального споживання:** предмети споживання і засоби виробництва. Вони мають наступні соціально-економічні ознаки:

- ці блага підпадають під так званий "*принцип виключення*". З числа споживачів благ виключається та людина, що не в змозі заплатити за благо за ринковою ціною;
- благо споживає лише той, *хто бажає та спроможний сплатити* за нього.

б) **державні** чи **суспільні блага** створюються не для продажу споживачам, а також не купуються і не продаються на ринку. Кошти на створення розглянутих благ, як правило, *держава збирає у вигляді податків*. Ці блага мають такі риси:

- *неконкурентність у споживанні*, тобто існує можливість спільного споживання одного блага, при цьому властивості та кількість блага не змінюється (однакові) для всіх споживачів;
- на ці блага *не поширюється "принцип виключення"* (тобто неможливо виключити людей від використання вигод даних благ – навіть ті, хто не сплатив податки, користуються, наприклад, освітленням вулиць чи захистом міліції).

Класичним прикладом державних благ є маяк, орієнтуючими сигналами якого користуються всі морські судна. Сюди можна віднести суспільну безпеку, національну оборону і багато іншого.

в) **квazісуспільні** чи **квazідержавні** (лат. *quasi* — нібито) блага. До них може бути застосований "принцип виключення". До цього виду відносяться: бібліотеки, музеї; профілактичне медичне обслуговування; пожежна охорона, поліція та ін. На дані блага можуть бути встановлені ціни, а приватні власники можуть за плату забезпечувати ними споживачів. Однак індивідуальні власники не беруть на себе весь обсяг виробництва таких благ. Це завдання виконує держава, щоб не допустити нестачі суспільно корисних благ і послуг.

3. *Економічні блага поділяються на довгострокові, тобто можливе їх багаторазове використання* (автомобіль, книга, електроприлади, відеофільми і т.д.), *і недовговічні*, тобто ті, що зникають в процесі разового споживання (хліб, м'ясо, напої, сірники і т.п.).

Цінність благ залежить від їхньої рідкості, від інтенсивності потреби і кількості благ, здатних цю потребу задовольнити. При

цьому передбачається, що будь-яка потреба може бути задоволена декількома благами, а будь-яке економічне благо може використовуватися для задоволення різних потреб.

### 1.3. Товари та послуги

Задоволення потреб здійснюється за допомогою економічних благ, які можна поділити на товари та послуги.

**Товари** – це продукти праці, що задовольняють потреби не тих, хто їх виробляє, а тих, хто отримує їх в процесі обміну. Товар має таку рису, як здатність переміщуватися в просторі від однієї особи до іншої.

Одна і та ж сама потреба може бути задоволена за допомогою різних товарів. Наприклад, потреба в їжі може бути задоволена за допомогою різних продуктів харчування. Товари, які задовольняють одну й ту ж саму потребу, але відрізняються за своїми властивостями, якісними характеристиками, носять назву **товари-субститути (товари-замінники)**. Приклади таких товарів – сік або газована вода, автомобіль або автобус, окуляри або контактні лінзи тощо.

**Комплементарні товари** – це товари, що доповнюють один одного і тим самим роблять можливим їх споживання. Вони наче супроводжують один одного; потреба в таких товарах одночасно збільшується або одночасно зменшується. Це, наприклад, фотоапарат і фотоплівка, відеомагнітофон і відеокасети, черевики і шнурівки.

Виділяють також **незалежні товари**, або, інакше кажучи, "самостійні". Потреби в цих речах ніяк не зв'язані (наприклад, банани і риба, трикотажні вироби і наручний годинник).

За терміном використання товари можна поділити на **такі, що використовуються один раз** (наприклад, продукти харчування) та

**товари тривалого вжитку** (наприклад, житло, одяг, транспортні засоби).

В умовах сучасної економіки виробляється величезна кількість різноманітних товарів, що задовольняють найрізноманітніші потреби різних верств та груп споживачів. Люди, чії потреби задовольняються споживанням товарів і послуг, називаються споживачами.

**Послуги** – це такий вид доцільної діяльності, корисний результат якої виявляється під час праці і пов'язаний із задоволенням якої-небудь потреби. Інакше кажучи, це дії, які задовольняють людські потреби. Коли А.Сміт працював над «Дослідженням про природу і причини багатства народів», пануючим в економічній теорії та у свідомості пересічних громадян було уявлення про матеріальні блага і послуги як форми втілення багатства. Хоча вже в XVIII — на початку XIX ст. висловлювалися припущення про існування інших форм благ — нематеріальних. Так, Ж.-Б.Сей зараховував до благ і адвокатські контори, і військову славу. Особливу увагу нематеріальним благам приділяв і А. Маршалл. Дійсно, потреби людей не обмежуються лише використанням у своїх цілях матеріальних благ. І послуга адвоката, і лекція в університеті, і циркова вистава задовольняють певні людські потреби, і тому можна говорити про виробництво нематеріальних благ і послуг.

В сучасних умовах значно зростає кількість потреб, які задовольняються за допомогою різноманітних послуг. Наприклад, сфера послуг в Україні виробляє 62% валового внутрішнього продукту. Особливого розвитку за останні роки в країні зазнала сфера надання туристичних послуг, банківських послуг, страхових послуг та інші. Практично кожна людина протягом свого життя користується послугами сфери освіти, медицини тощо. Сфера послуг – один з найбільш динамічних секторів сучасної економіки.

## 1.4. Виробничі ресурси та їх обмеженість

Створення товарів та послуг, призначених для задоволення потреб, вимагає використання певних ресурсів.

Під “**виробничими ресурсами**” розуміють усі природні, людські і вироблені людиною ресурси, котрі використовуються для виробництва товарів і послуг. Економісти поділяють ці ресурси на такі групи: 1) *матеріальні* ресурси — земля, або сировинні ресурси, і капітал; 2) *людські* ресурси — праця і підприємницькі здібності.

**Земля.** До поняття "земля" в економічній науці відносять усі природні ресурси — "дарові блага природи", які застосовуються у виробничому процесі. До цієї ресурсної групи, зокрема, входять: орні землі, ліси, мінеральні ресурси, водні ресурси тощо.

В процесі виробництва використовуються не тільки природні ресурси, але й так звані проміжні товари. Все те, що вже було опосередковано людською працею раніше, зазнало впливу людської праці й стало результатом попереднього процесу виробництва, в економічній науці називають **проміжним продуктом**. Це товари, які слугують напівфабрикатами й сировиною для виготовлення інших благ.

Наприклад, при виробництві хліба використовуються борошно, олія, дріжджі, які були зроблені в іншому виробництві і вже є готовим товаром. Вони придбані для даного виробництва (виробництва хліба), щоб із них виготовити інший товар - хліб.

**Капітал.** Капітал охоплює усі виробничі знаряддя, тобто усі види інструментів, машин, устаткування, а також фабрично-заводські, складські й транспортні засоби і збутову мережу, які використовують у виробництві товарів і послуг та постачанні їх до кінцевого споживача. Процес виробництва і придбання капітальних благ називають інвестуванням.

*Капітал* (засоби виробництва) відрізняються від *споживчих благ* тим, що останні задовольняють потреби безпосередньо, тоді як перші виконують це опосередковано, забезпечуючи виробництво споживчих благ.

Коли йдеться про виробничі ресурси, термін "капітал" не стосується грошей. Правда, менеджери та економісти часто говорять про "грошовий капітал", маючи на увазі гроші, що використовуються для купівлі машин, устаткування та інших засобів виробництва. Проте гроші безпосередньо нічого не виробляють; тому їх не розглядають як безпосередньо виробничий ресурс.

*Реальний, або фізичний, капітал* — інструменти, машини та інше виробниче устаткування — це виробничий ресурс; *гроші, або фінансовий капітал*, не є таким ресурсом.

**Праця.** Праця — категорія, яку економісти використовують для позначення всіх фізичних і розумових здібностей людини, що застосовуються у виробництві товарів і послуг (за винятком особливого виду людських талантів, а саме — підприємницьких здібностей, які внаслідок їх специфічної ролі у ринковій економіці розглядаються окремо). Отже, професійну діяльність лісоруба, продавця, машиніста, вчителя, професійного футболіста, фізика-атомника — визначають загальним поняттям "праця".

**Підприємницькі здібності.** Особливий людський ресурс носить назву *підприємницькі здібності*. Виділяють чотири взаємопов'язані функції підприємця:

1. Підприємець бере на себе *ініціативу* поєднання виробничих ресурсів - землі, капіталу й праці - в єдиний процес виробництва товарів і послуг. Виконуючи роль своєрідного каталізатора, підприємець одночасно є рушійною силою виробництва і посередником, який зводить в єдине ціле інші ресурси для здійснення певного процесу, який може виявитися прибутковою справою.



2. Підприємець бере на себе *прийняття основних рішень* у процесі ведення бізнесу, тобто тих непростих нетрадиційних рішень, які й визначають курс діяльності ділового підприємства.
3. Підприємець — це *новатор, особа*, яка намагається впровадити на комерційній основі нові продукти, нові виробничі технології або навіть нові форми організації бізнесу.

Новаторство підприємця полягає в тому, що він вносить сміливі, нові, прогресивні ідеї і принципи в певний вид діяльності. Він не просто відкидає, а ламає звичні старі уявлення, норми і правила, що заважають руху до нового. Для підприємця новаторство - це подолання застарілих форм виробництва, торгівлі, посередницької діяльності, організації всього економічного життя суспільства. Він революціонер, для якого новаторська підприємницька діяльність - той життєвий стрижень, що виправдує його існування.

4. Підприємець — це людина, *яка ризикує*. Це впливає із детального вивчення інших трьох його функцій. У ринковій системі підприємцеві прибуток не гарантується. Винагородою за витрачені ним час, зусилля і здібності можуть бути або прибутки, або ж збитки і, зрештою, банкрутство. Підприємець ризикує не лише своїм часом, працею і діловою репутацією, але і вкладеними засобами — як власними, так і своїх компаньйонів або акціонерів.

Сьогодні для більшості людей зрозуміло: без цивілізованого підприємництва України, як і іншим країнам пострадянського простору, не вирішити проблем перехідного періоду — не створити основи ринкового господарства, не здійснити структурну перебудову виробництва, не увійти у світову економіку рівноправним суб'єктом міжнародного поділу праці. Ще декілька років тому людей з діловою «жилкою» вважали непорядними, тому ставлення до них було в цілому негативним.

Тим часом, на Заході проблема підприємництва вже на рубежі XVII—XVIII століть розглядалася багатьма вченими як досить актуальна. Зокрема, англійський економіст Річард Кантільон, що передбачив багато процесів, властивих розвинутим формам капіталізму, глибоко досліджував феномен підприємництва. Підприємцями Р. Кантільон назвав людей, що на свій страх і ризик прямують до ринкового обміну з метою отримання прибутку. Отже, прибуток — ось головний стимул підприємницької діяльності. Безумовно, прибуток — не тільки ознака успіху, але і матеріальна основа збільшення капіталу, розширення підприємницької діяльності. Та є й інші, не менш важливі для підприємця стимули, крім отримання прибутку. Серед них - самоствердження особистості, можливість реалізувати свої здібності. Йдеться про реалізацію не тільки особистих прагнень. Сьогодні розуміння ролі підприємця нерозривно пов'язано із суспільними цілями, тому що в основі діяльності сучасної фірми лежить концепція суспільного призначення.

За статистикою, лише 5—10% дорослого населення має здатність до підприємницької діяльності, тобто може найбільш ефективно поєднати сучасні фактори виробництва, спонукати до ефективної діяльності трудовий колектив, розвивати виробництво на ризиковій, інноваційній основі. Інноваційна діяльність — от що відрізняє інші види бізнесу від сучасного підприємництва. Інновації пронизують усю систему господарської діяльності — виробництво, управління, збут.

Останнім часом все більша кількість економістів визнає за повноправний виробничий ресурс *інформацію*.

Економічні ресурси мають загальну суттєву властивість: вони *рідкісні*, тобто *кількість їх обмежена*. Кількість земель, корисних копалин, капітального устаткування та робочої сили (робочий час) обмежена.

Виробничі ресурси поділяються на відтворювані та не відтворювані. До *відтворюваних* ресурсів належать ті, що створюються і відновлюються природою (водні басейни, ґрунт, флора, фауна) та суспільством (засоби виробництва). До відтворюваних одночасно і природою і суспільством належать трудові ресурси: люди з'являються у світ як біологічні істоти і набувають у суспільстві необхідних знань і навичок для виробничої діяльності. До *невідтворюваних* належать корисні копалини, що споживаються як сировина. Крім того, час відтворення деяких ресурсів є таким тривалим, що їх можна віднести до не відтворюваних (чорноземи, вирубані ліси, забруднені водойми).

Вчені підраховали загальні розміри запасів нафти, газу, вугілля, та інших корисних копалин. Обмеженими є площі чорноземів, водоймищ, річок, лісів. Стосовно цих ресурсів можемо стверджувати про їхню *абсолютну обмеженість*.

*Відносна обмеженість* робочої сили пов'язана з тим, що частка працездатного населення в певний час фіксована, але рівень обмеженості можна зменшити за рахунок міграції населення. Обмеженість капіталу залежить від виробничого потенціалу країни. Таку обмеженість можна зменшити за рахунок будівництва нових заводів, створення нового обладнання. Але для цього потрібні час і фінансовий капітал. Обмеженість підприємницьких здібностей виявляється в тому, що лише 5-10% населення мають такі здібності від природи.

Проблема обмеженості потребує не лише економії ресурсів і зростання їхньої віддачі, але також: 1) оптимізації процесу споживання; 2) збереження й охорони навколишнього середовища; 3) здешевлення продукції і послуг; 4) забезпечення перспектив для розвитку виробництва і споживання.

Отже, *виробничі ресурси – обмежені, або рідкісні*. Але проблема обмеженості має не тільки економічний аспект. Кожен з нас живе у світі обмежених можливостей. Обмежені фізичні та інтелектуальні

можливості людини. Обмежено час, який вона може приділити тій чи іншій справі. Обмежені засоби, які людина могла б використати для досягнення певної мети.

І не тільки окрема людина, а і все суспільство в цілому обмежене у своєму прагненні свободи, щастя та добробуту.



## **Висновки:**

- Потреби – це прояв необхідності мати певні блага, бажання володіти ними, відчуття нестачі, якщо бажання залишається незадоволеним.
- Всі потреби постійно зростають і є безмежними.
- Існують різні класифікації потреб. Найбільш відома – ієрархія потреб за Маслоу.
- Потреби залежать від різних чинників, зокрема, таких як вік людини, культурні традиції та звички, стать, кліматичні умови, рівень доходів тощо. Значний вплив на потреби в сучасних умовах має реклама.
- Економічні блага – це товари і послуги, обсяг яких:
  - а) недостатній для задоволення потреб людей;
  - б) може бути збільшений лише шляхом витрати праці й інших ресурсів;
  - в) розподіляється між тими, хто здатний сплатити сформовану на даний момент ціну цих благ.
- Економічні блага поділяють: а) на товари особистого споживання та інвестиційні товари; б) на особисті послуги та комерційні послуги; в) на товари індивідуального споживання та суспільні блага; г) на субститути та компліменти.
- Потреби задовольняються за допомогою товарів та послуг. Одні і ті ж самі потреби можуть задовольнятися різними товарами та послугами.
- Для виробництва будь-якого товару або послуги необхідні виробничі ресурси: природні, капітальні, ресурс праця та підприємницькі здібності. Повноправним виробничим ресурсом в сучасних умовах стає інформація.

- Всі ресурси обмежені. Ця обмеженість може мати абсолютний або відносний характер.
- Найголовніша проблема, з якою стикається людина, фірма, країна та людство в цілому – це проблема обмеженості ресурсів та безмежності потреб. Неможливо мати всі товари та послуги для задоволення безмежних потреб, тому що виробничі ресурси завжди обмежені.

## МЕТОДИЧНИЙ БЛОК

### 2.1. Потреби та їх види. Безмежність потреб

Аналізуючи потреби та їхню класифікацію, варто звернути увагу студентів на так звані нерациональні (нерозумні) потреби людини – наприклад, в алкоголі чи тютюні. Задоволення подібних потреб негативно впливає на здоров'я, заважає духовному розвитку та врешті-решт призводить до деградації особистості. Але з точки зору економіки – це також потреби, бо економіка як наука не цікавиться питаннями, наскільки та чи інша потреба шкідлива або корисна. Якщо людина відчуває нестачу чогось, має бажання отримати це, володіти ним – це і є потрібно з точки зору економічної науки.

Часто студенти не розуміють, що вчитель має на увазі, коли говорить про необмеженість потреб. “Адже коли я маю потребу в їжі, я можу її задовольнити, пообідавши дома чи в шкільній їдальні. Таким чином, потреба в їжі, як і будь-яка інша, має обмеження – вона вичерпується, коли задовольняється. Отже, потреби не є безмежними”, - ось основний аргумент, який висувають учні. Варто пояснити адиторії, що наші потреби в *конкретному* товарі або послугі дійсно можна задовольнити. Скажімо, якщо людині зроблено операцію по видаленню апендициту, то потреба цієї людини в такій операції вичерпана. Але зовсім інша справа – потреба в товарах та послугах *взагалі*. Їх ми, очевидно, не можемо отримати в достатній кількості, оскільки задоволення однієї потреби тягне за собою виникнення іншої. Треба підкреслити, що проблема необмеженості потреб стосується не окремої потреби, а всієї їхньої сукупності – адже люди не можуть мати абсолютно все, що хочуть.

Запропонуйте студентам проаналізувати рекламу, що існує зараз на телебаченні, радіо, в газетах, на щитах тощо. Нехай студенти

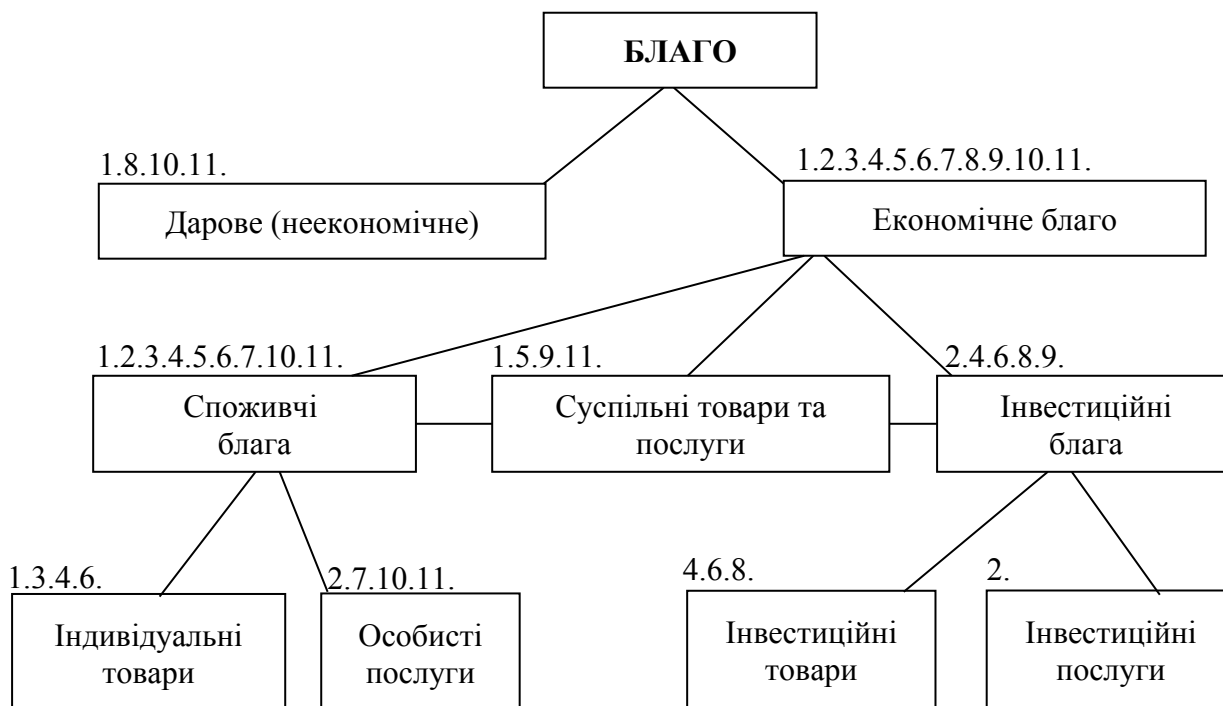
спробують навести приклади того, як потреби відомих їм людей (знайомих, членів родини, друзів, самих учнів) змінилися під впливом реклами. Чи знають студенти про негативний вплив реклами? Чи можуть вони навести приклади такого негативного впливу? Що дає реклама споживачу? Хто платить за рекламу і навіщо? Чи потрібна реклама університету? Якою повинна бути реклама університету, щоб залучити найбільш зацікавлених, розумних абитурантів для навчання саме у Вашому університеті?

Метою цього обговорення повинна стати ілюстрація інформаційної функції реклами, показ потужного стимулюючого впливу реклами на формування та зміну людських потреб.

## **2.2. Економічні блага**

Щоб закріпити знання про економічні блага, у ході колективного обговорення, покресліть схему класифікації благ. Вона може мати вид рисунка 1.2.





**Рисунок 1.2 - Схема класифікації благ**

Перечисліть ряд благ і помістіть кожне з них у свій блок. При цьому необхідно дотримуватися наступного ланцюжка міркувань:

- Економічне чи неекономічне? Одне й те саме благо може бути і економічним, і неекономічним. Це залежить від потреби у необхідній кількості цього блага, а також від ступеня задоволення її. Економічне благо обов'язково повинно брати участь у ринковому кругообігу. *Наприклад:* лісовий горіх – неекономічне благо (якщо Ви пішли в ліс збирати горіхи, то горіхів в лісі більше, ніж Вам потрібно для задоволення потреби в їжі). Припустимо, що Ви вирішили зібрати горіхи для всієї родини і привезли їх додому. Горіхи вже володіють двома властивостями економічних благ – їхня кількість обмежена, і щоб їх отримати для споживання, необхідно було затратити додаткові ресурси. Але Ви віддали горіхи членам родини, тобто

ці горіхи не беруть участь у ринковому розподілі. І тільки, якщо Ви зібрали лісові горіхи, доставили їх на ринок і продаєте за визначеною ціною, то вони стають економічним благом.

– Якщо лісовий горіх – економічне благо, то потрібно вирішити: це споживче чи інвестиційне благо. За умови, що горіхи безпосередньо беруть участь у процесі задоволення потреб у їжі – це споживче благо. Але горіхи використовуються і в процесі виробництва інших споживчих благ (*наприклад*, у виробництві горіхової олії або у виробництві цукерок “Лісовий горішок”) – отже, горіхи можуть бути і інвестиційним благом.

– Усередині споживчих і інвестиційних благ потрібно визначити: це товар чи послуга. Горіхи – це індивідуальні товари й інвестиційні товари.

– Далі необхідно з'ясувати, чи володіє дане благо двома рисами, які властиві суспільному благу:

–

- **Невиключність**
  - **Неконкурентність**
- } якщо горіхи – економічне благо, то їх легко виключити зі споживання тих, хто не хоче платити. Отже, ми не можемо віднести горіхи до суспільних товарів і послуг.

Аналогічно класифікуйте наведені нижче блага:

1. Квіти;
2. Авіап перевезення;
3. Журнал «Наталі»;
4. Журнал «Бухгалтерський облік»;
5. Феєрверк;
6. Машина;
7. Проїзд у метрополітені;
8. Нафта;
9. Маяк;
10. Туристичний відпочинок;
11. Пляж.

Відповіді, позначені цифрами, наведені у схемі на рисунку 1.2.

Коментарі:

- Квіти в лісі – неекономічне благо, на клумбі в парку, у продажу – економічне благо; споживче благо: може використовуватися індивідуально, можуть рости квіти на клумбах у міському парку – це суспільні товари і послуги.
- Авіап перевезення пасажирів – це особиста послуга. Авіап перевезення вантажів для фірми – це інвестиційна послуга.
- Машина також може використовуватися безпосередньо споживачем, а може бути використана в процесі виробництва інших благ.
- Пляж (“дикий” – неекономічне благо; міський безкоштовний – суспільні товари і послуги, платний пляж – особиста послуга).

### 2.3. Товари та послуги

При розгляді товарів-субститутів (товарів-замінників) запропонуйте студентам навести приклади товарів, що задовольняють одну і ту ж саму потребу (наприклад, потребу вгамувати спрагу). При цьому попросіть їх назвати компанії (вітчизняні та закордонні), які виробляють ці товари. Нехай студенти спробують проаналізувати смаки та уподобання своїх родин щодо напоїв (які сорти чаю, кави, соків, молока, прохолоджувальних напоїв найбільш популярні в їхніх родинях?) Яким товарам надають перевагу сім'ї та самі студенти: вітчизняним чи виробленим за кордоном? Чому? Чи відбулися зміни у смаках та уподобаннях за останні декілька років? До чого це призвело?

Мета виконання цього завдання полягає у тому, щоб звернути увагу студентів на можливість задоволення однієї потреби різними способами; показати різноманітність уподобань різних людей та необхідність поважати уподобання інших; познайомити студентів з великою кількістю вітчизняних виробників певних товарів (особливу увагу звернути на місцевих виробників).

Розглядаючи сутність послуги, доцільно запропонувати студентам навести якомога більш повний перелік послуг, якими вони та члени їхніх сімей користуються регулярно. Нехай студенти спробують провести класифікацію послуг за характером потреб, виділивши фізичні, духовні, індивідуальні, колективні (групові). Нехай студенти поміркують, які перспективні потреби в послугах існують в їхніх родинях.

Варто зупинитися на тому, які сферами та галузями надаються названі студентами послуги; які вимоги висуваються до людей, що займаються наданням цих послуг. Цікаво обговорити питання, чи існують розбіжності в характері послуг у членів родини в залежності від їхнього віку, статі, уподобань, життєвого укладу?

## 2.4. Виробничі ресурси та їх обмеженість

Для закріплення матеріалу, який стосується виробничих ресурсів та їхньої характеристики, доцільно організувати відповідну роботу студентів в мікро-групах в наступній послідовності:

1. Розділіть аудиторію на групи по 4-6 осіб в кожній.
2. Роздайте кожній групі по одному аркушу паперу із назвою товару чи послуги. Товари і послуги, зазначені на аркушах, повинні бути різноманітними: сільськогосподарські, промислові, побутова техніка, унікальні товари, банківські послуги, побутові послуги, страхові послуги тощо. Наприклад: *зошит, картопля, телевізор, зробити зачіску, ананас, проїзд у метро.*
3. Дайте завдання кожній групі написати перелік ресурсів, необхідних для виробництва певного товару чи послуги (саме того товару чи саме тієї послуги, яка зазначена на отриманому групою аркуші паперу). Дайте учням 5-10 хвилин на виконання цього завдання. Після завершення виконання запропонуйте групам вивішити свої аркуші з переліком ресурсів на дошці. Попросіть по одному представнику від кожної групи, щоб вони прозвітували аудиторії про результати роботи. Обговоріть кожен звіт.
4. Під час обговорення необхідно звернути увагу на наступні моменти:
  - для кожного виробництва необхідні всі чотири види ресурсів; всі ресурси поділяються на чотири групи (природні, капітальні, трудові ресурси і підприємницькі здібності);
  - гроші, що так необхідні для початку виробництва, у самому процесі виробництва безпосередньої участі не беруть. Вони модифікуються в 4 види ресурсів; потрібні для того, щоб

залучити у виробництво всі ресурси; але самі по собі гроші нічого не виробляють, а тому гроші не відносять до виробничих ресурсів;

- для будь-якого виробництва (сільськогосподарського, промислового, надання послуг) необхідні такі природні ресурси, як земля, вода, повітря, сонячне світло тощо;
  - для виробництва деяких товарів (наприклад, вирощування бананів) ресурсом, що визначає можливості виробництва, є кліматичні умови.
5. Запропонуйте кожній групі виділити, в наведеному нею переліку, абсолютно і відносно обмежені ресурси.
  6. Попросіть студентів показати різницю між природними ресурсами і проміжними товарами.

При характеристиці такого ресурсу як підприємницькі здібності варто заслухати заздалегідь підготовлені учнями 3-4 невеликі повідомлення на тему “Видатні підприємці минулого та сучасності”.

Проаналізуйте в класі, як забезпеченість країни ресурсами впливає на рівень життя її населення. Зверніть увагу учнів на той факт, що, скажімо, Україна має багаті природні ресурси, але рівень життя наших співвітчизників набагато нижчий, ніж у населення Японії – країни, яка майже не має власних природних ресурсів.

Розгляд проблеми обмеженості ресурсів доцільно провести в класі за допомогою економічної гри “Геологічна дилема”.



## Економічна гра: «Геологічна дилема»

© Національна Рада з економічної освіти (НРЕО), Нью-Йорк, США. Використано за дозволом НРЕО. Тільки для використання у класі. Передрук або копіювання без письмового дозволу НРЕО заборонено.

### Потрібні матеріали

Запас найдрібнішого бісеру, принаймні чотирьох кольорів у невеликій коробці. Орієнтовний розподіл намистинок за кольорами:

- чорні (вугілля) - 50% від загальної кількості;
- червоні (уран) - 3% від загальної кількості;
- білі (природній газ) - 10% від загальної кількості;
- блакитні (нафта) - 37% від загальної кількості.

Можна замінити намистинки невеликими квадратиками (приблизно 0,5 см x 0,5 см) паперу відповідних кольорів.

Потрібний час для проведення гри – 40 хвилин.

### Методика проведення гри

1. Перед приходом студентів до аудиторії підкиньте вгору жменьку намистинок, щоб вони розсипалися по аудиторії. Проводьте цю гру у тій частині аудиторії, де велика кількість намистинок може кудись закатитися або загубитися. Якщо ви повторюєте цю гру з іншими студентами у цій же самій аудиторії, вам достатньо лише розкидати зібрані намистинки, оскільки загублені під час першої гри намистинки залишилися тут і чекають, щоб їх знайшли. Величина сукупних запасів залишається невідомою для всіх студентів – учасників гри; це моделює проблему з запасами ресурсів у реальному світі. **Не рахуйте** намистинки - величина сукупних запасів повинна залишатися невідомою для всіх.

Якщо використовуються паперові “енергоресурси”, то до приходу студентів розкидайте їх як на більш помітних ділянках, так і в прихованих місцях.

Альтернатива щодо розкидування намистинок може бути наступною. У день гри, перед тим, як учні прийдуть до аудиторії, розкидайте частину намистинок по закутках кімнати, десь там, куди студенти навряд чи заглянуть без підказки. Потім, розкидайте решту намистинок на очах у студентів. Студенти спочатку шукатимуть “ресурси” лише там, куди ви розкидали намистинки на їхніх очах. Це формує основу для серйозного обговорення питання, як багато ми знаємо про місцезнаходження та запаси ресурсів.

2. Поділіть аудиторію на 4 компанії. Кожна компанія повинна шукати намистинки одного з кольорів – чорні (вугілля), червоні (уран), білі (нафта) або блакитні (природний газ).

3. Поясніть, що ви розкидали невідому кількість намистинок - енергетичних ресурсів - по підлозі у класі. Розподіл їх за кольорами відображає оцінки їх запасів, зроблені в 1957 року. Компанії повинні розпочати пошук “своїх” енергоносіїв за командою викладача. Перший період пошуку намистинок триватиме одну хвилину. Передбачте можливі спроби студентів обійти правила гри. Крадіжки намистинок, обмін, об’єднання знайдених ресурсів - студенти можуть використати всі ці можливості. Встановіть наперед, що ви дозволите їм робити, взявши аналогії з реального світу за основу вашого рішення.

4. Розпочніть пошуки. (Зверніть увагу: якщо деякі з компаній збиратимуть намистинки всіх кольорів, не втручайтеся і не коментуйте). Зупиніть гру через хвилину. Доручіть кожній компанії порахувати свої ресурси (намистинок відповідних кольорів).

5. Поскладайте всі ресурси (намистинки) в окремі купки. Записуйте загальну суму намистинок вказаних кольорів кожної групи на дошці після кожного раунду.



6. Розпочніть другий період пошуку, який теж триватиме одну хвилину. Кожна з компаній повинна шукати ресурси, не знайдені до цього часу. Запишіть знайдену командами під час другого раунду кількість намистин кожного виду.

7. Проведіть третій і останній раунд пошуків. Запишіть на дошці його результати.

8. Питання для обговорення:

- Які енергетичні ресурси було найлегше знайти? Чому? Які найважче? Чому? (Напевно, найлегше було знайти чорні намистини, бо їх було найбільше. Напевно, найважче було знайти червоні намистини). Що зумовлювало легкість чи складність їх знаходження? Це залежить від наявності намистинок чи від вміння тих, хто шукає? (Будьте обережні зі словами “складно” і “легко” - вони передбачають однакові здібності та старання всіх груп).
- Які узагальнення можна зробити, дивлячись на купки “енергетичних ресурсів”? (Третя з них може бути меншою за попередні, оскільки важче було знайти намистинки під час третього раунду або студенти можуть шукати вже не так старанно).
- Чи збирав хто-небудь більше, ніж один вид енергетичних ресурсів? Чи реально збирати більше, ніж один? (Так - реально; компанії використовують найдоступніші джерела енергії, наприклад, нафтові компанії часто видобувають природний газ або вугілля).
- Які економічні ресурси використовувалися для збору намистинок - енергоносіїв? (Праця студентів та капітал, наприклад – хтось може здогадатися знайти віник, або змітати намистини одним аркушем паперу на інший тощо). Зверніть увагу на інновації, використані студентами в ході гри. Лінійки, скріпки для паперу тощо - це приклади технологічних новинок, стимульованих бажанням знизити витрати пошуку енергії.
- Що ми знаємо про кількість намистинок, що залишилися на підлозі? (Тільки те, що тепер залишилося менше намистинок, ніж

до того, як студенти почали їх збирати під час першого раунду). **Зверніть увагу:** Учні можуть стверджувати, що вони “визбирали” всі намистинки. Поцікавтеся, що це може означати. Знайшли ми 5, 50, 95 чи скільки відсотків від загальної кількості? (Ніхто точно не знає!)

- Що становить пропозицію енергії? (Не всі намистинки розкинуті по підлозі, а тільки ті намистинки, що вже лежать зібрані на столі і деяка додаткова кількість намистинок, яку студенти можуть знайти у найближчому майбутньому, якщо вони вважають, що можуть отримати за них хорошу ціну).
- Як ми можемо знайти більшу кількість намистинок за той же період часу? (Можна використати мітлу або пилосос – це ілюструватиме використання досягнень технічного прогресу, або кожен повинен збирати намистинки всіх кольорів).
- Від чого ви повинні відмовитися (альтернативна вартість), коли шукатимете пилосос або мітлу під час другого періоду пошуків? (Альтернативна вартість - вартість втрачених можливостей - всі намистинки, які буде втрачено, поки ви шукатимете пилосос. Детальніше проблема альтернативної вартості буде розглянута в Концепції 2).
- Якщо енергетичні ресурси стають все рідкіснішими, а попит продовжує зростати, що станеться з цінами? (Ціни зростуть). Чому? (Тому що пропозиція не зростає).
- Чи зазнало “довкілля” кімнати змін у процесі пошуку намистинок? (Якщо меблі було зрушено з місця або на підлозі залишився папір, це ілюструватиме шкоду, завдану навколишньому середовищу).
- Запитайте студентів, хто з них хоче залишитися після занять, щоб прибрати аудиторію. Запитайте далі, скільки студентів готові були б допомогти у цьому, якби їм платили одну копійку за прибрану намистинку. Підвищуйте пропоновану ціну за намистинку до 5, 10, 25 копійок, поки не спокусите для допомоги весь клас. Покажіть,

що згідно з законом пропозиції зростання ціни спричиняє зростання пропозиції.

- Доручить студентам намалювати криву пропозиції на основі інформації, отриманої з попереднього запитання.

Питання, пов'язані з матеріалами інших Концепції, викладач може поки що не пропонувати для обговорення, зважаючи на недостатню поінформованість аудиторії. Але до цих питань та до нагадування про саме ці аспекти проведення гри “Геологічна дилема” варто звернутись при вивченні альтернативної вартості та закону пропозиції.

Після проведення економічної гри разом зі студентами зробіть висновки щодо обмеженості ресурсів.

Для більш глибокого розуміння студентами проблем, пов'язаних з виробничими ресурсами та їх обмеженістю, організуйте екскурсію на одне з підприємств Вашого міста, села чи районного центру, яке виробляє товари або послуги. Це може бути як велике підприємство, так і підприємство малого бізнесу. Заздалегідь запропонуйте учням перелік питань, які вони повинні будуть висвітлити у своєму звіті після відвідування підприємства. Методика проведення таких екскурсій описана в темі “Позаурочні форми роботи зі студентами”. Приблизний перелік питань може мати такий вигляд:

- Який товар чи послуга виробляється даним підприємством?
- Які потреби задовольняє цей товар чи послуга?
- Яким шляхом товар чи послуга потрапляє до споживача?
- Які ресурси необхідні для виробництва даного товари або послуги?
- Чи є необхідні запаси цих ресурсів на підприємстві? Для чого потрібні запаси?
- Класифікуйте виробничі ресурси підприємства за основними категоріями (групами).
- Чи відбувається на підприємстві навчання персоналу і навіщо воно потрібне?

- Які проміжні товари використовуються в процесі виробництва на підприємстві?
- Чи є для товарів, які виробляються на підприємстві, компліментарні товари, тобто такі, які доповнюють їх у споживанні?
- Які ще підприємства виробляють аналогічну продукцію у Вашому регіоні?
- Які товари-замінники (товари-субститути) існують на місцевому ринку і чим вони відрізняються від товару, що виробляється на даному підприємстві?
- Чи рекламує підприємство свій товар або послугу? Чи має підприємство рекламні проспекти?

### 3. ПРАКТИКУМ



#### Тести

#### **1. Економічні потреби – це:**

- A. Потреби, які можуть бути задоволені шляхом споживання товарів або послуг;
- B. Блага, які необхідні людині;
- C. Речі та послуги, які Ви можете придбати на обмежені ресурси;
- D. Природні ресурси, капітал та праця.

#### **2. Що не відноситься до інвестиційних благ:**

- A. Послуги банків;
- B. Гребля;
- C. Машина;
- D. Послуги метрополітену.

#### **3. Нижче наведені “трійки” понять. В якій з “трійок” представлені приклади трьох груп виробничих ресурсів:**

- A. Гроші, фермер, газ;
- B. Вчитель, нафта, трактор;
- C. Геолог, машинобудівник, банкір;
- D. Облігації, вугілля, бригадир.

#### **4. Яке з наведених нижче положень не пов'язане з тим, що вивчає економіка:**

- A. Ефективне використання ресурсів;
- B. Необмежені виробничі ресурси;
- C. Задоволення потреб;
- D. Обмеженість.

**5. Економічні блага - це:**

- A. Обмежені блага;
- B. Тільки блага, що мають високий ступінь корисності;
- C. Блага, що мають корисність тільки для споживача даного блага;
- D. Блага, що виробляються тільки для свого власного споживання.

**6. Проблема обмеженості може бути вирішена, якщо:**

- A. Усі країни світу стануть постіндустріальними суспільствами;
- B. Будуть знайдені практично невичерпні джерела енергетичних ресурсів;
- C. Люди та країни відмовляться від конкуренції на користь співробітництва;
- D. Всі наведені вище відповіді є неправильними.

**7. Оберіть найбільш придатний, з Вашої точки зору, перелік виробничих ресурсів в сучасній економіці:**

- A. Земля, робоча сила, управління, капітал, гроші.
- B. Земля, праця, засоби виробництва, технологія, підприємницькі здібності, управління, капітал.
- C. Ресурси, капітал, технологія, праця, підприємницькі здібності.
- D. Земля, праця, капітал, підприємницькі здібності, інформація.

**8. Чи відносяться гроші до виробничих ресурсів?**

- A. Так, якщо на ці гроші купують капітальні ресурси;
- B. Ні, якщо вони не знаходяться на банківському рахунку;
- C. Так, але тільки за умов, коли оплачуються товари та послуги.
- D. Ні, бо гроші є фінансовим засобом.

**9. Що мають на увазі, коли стверджують, що кожна економічна система стикається з фактом обмеженості ресурсів?**

- A. Деякі продукти можна купити тільки за дуже високими цінами;
- B. Бідні держави стикаються з нестачею певних продуктів, а багаті держави такої проблеми не мають;
- C. Виробничі ресурси ніколи не бувають достатніми, щоб задовольнити усі людські потреби;
- D. У будь-якій економіці бувають занепади, коли існує нестача чогось-небудь.

**10. Якими причинами можна пояснити існування економічних проблем?**

- A. Безмежністю потреб та обмеженістю ресурсів;
- B. Наявністю безробіття та інфляції;
- C. Зростанням населення Землі;
- D. Забрудненням навколишнього середовища.

**11. Оскільки потреби людей безмежні, а ресурси для їх задоволення обмежені, суспільство прагне ефективно використовувати наявні ресурси. Це означає, що суспільство повинно:**

- A. Балансувати доходи та видатки;
- B. Обмежувати використання ресурсів;
- C. Зберігати якомога більше грошей;
- D. Використовувати ресурси таким чином, щоб отримувати максимальну віддачу.



## Завдання

1. Обговоріть в родині таке питання: які потреби, що є звичними сьогодні, не існували за часів, коли ще мама і тато або бабуся і дідусь були школярами? Поясніть, чим потреби старшого покоління (бабусь и дідусів) відрізняються від потреб сучасного школяра.
2. Проаналізуйте, які духовні потреби мають члени Вашої сім'ї та як вони задовольняються в родині.
3. Пригадайте героїв книги Марка Твена “Принц та жебрак” – Тома і Едуарда. Якими товарами та послугами задовольняли свої базові потреби принц Едуард і жебрак Том? Чим викликана різниця в задоволенні потреб двох хлопчиків? Заповніть таблицю 1.1.

**Таблиця 1.1 – Потреби та товари та послуги, якими вони задовольняються**

Потреби	Товари та послуги, якими задовольняв потреби	
	жебрак Том	Принц Едуард
Їжа		
Житло		
Одяг		
Безпека		
Інші (які саме?)		

4. Пригадайте історію пригод Робінзона Крузо на безлюдному острові. Що йому було потрібне для виживання і чим (якими речами) він задовольняв свої потреби. Спробуйте класифікувати його потреби і заповніть таблицю 1.2.



**Дайте відповіді на запитання:**

а) Які потреби Робінзона викликані:

- Умовами існування на острові
- Кліматичними умовами
- Його звичками
- Традиціями англійської культури та релігії
- Фахом, професією

б) Якщо деякі власні потреби Робінзон міг задовольнити, отримуючи споживчі блага безпосередньо в природі (печера для житла, овочі для їжі), то як він міг отримати споживчі блага для задоволення інших потреб?

**Таблиця 1.2 – Класифікація потреб (таблиця для заповнення)**

<b>Потреби</b>	<b>Речі, якими Робінзон задовольняв потреби</b>	<b>Класифікація потреб</b>
Їжа	Фрукти, яйця черепах, риба, козяче молоко, м'ясо, виноград, хліб	Фізіологічні (за Маслоу) або фізичні
Житло		
Одяг		
Побутові речі		
Знаряддя праці		
Засоби захисту		
Спілкування		
Інші (які?)		



### **Творчі завдання**

1. В таблиці 1.3 наведені товари та послуги — економічні блага. Заповніть таблицю та позначте, які це товари та послуги: споживчі, суспільні чи інвестиційні.

**Таблиця 1.3 – Товари та послуги (таблиця для заповнення)**

<b>Товари та послуги</b>	<b>Класифікація економічних благ</b>
1. Нафта	
2. Війська повітряної оборони	
3. Автоматизована лінія по виробництву прального порошку	
4. Концерт відомого співака	
5. Підручник з економічної теорії	
6. Хімічна чистка одягу	
7. Вечірня сукня	
8. Консультація юриста з приводу звільнення	
9. Лосьйон для обличчя	
10. Загальна середня освіта	
11. Труби, цистерни	
12. Освітлення вулиць міста вночі	

2. З Вашої точки зору, темпи розвитку якої сфери – виробництва матеріальних благ чи надання послуг – зростає більш швидкими темпами і чому? Аргументуйте свою позицію. Підкріпіть свої аргументи статистичними даними. Проведіть порівняльний аналіз питомої ваги сфери послуг в суспільному виробництві України та інших країн.

3. Проаналізуйте умови, в яких можливо сформувати і розвивати риси підприємництва.
4. Проаналізуйте, чи має значення для рівня життя населення певного регіону України такий фактор, як забезпеченість регіону ресурсами.

## 4. ВІДПОВІДІ ДО ПРАКТИКУМУ

### Тести

1.А. 2.Д. 3.В. 4.В. 5.А. 6.Д. 7.Д. 8.Д. 9.С. 10.А. 11. Д.

### Творчі завдання

1. (Таблиця 1.4)

**Таблиця 1.4 – Товари та послуги (заповнена таблиця)**

<b>Товари та послуги</b>	<b>Класифікація економічних благ</b>
1. Нафта	<b>Інвестиційний товар</b>
2. Війська повітряної оборони	<i>Суспільний товар</i>
3. Автоматизована лінія по виробництву прального порошку	Інвестиційний товар
4. Концерт відомого співака	Особисті послуги
5. Підручник з економічної теорії	Товар особистого призначення
6. Хімічна чистка одягу	Особиста послуга
7. Вечірня сукня	Товар особистого призначення
8. Консультація юриста з приводу звільнення	Особиста послуга
9. Лосьйон для обличчя	Товар особистого призначення
10. Загальна середня освіта	<i>Особиста послуга</i>
11. Труби, цистерни	Інвестиційний товар
12. Освітлення вулиць міста вночі	Суспільні послуги