



№ 4.

Почему клубника дороже зимой, а отдых на море — летом?

Вот бы наоборот: летом все могут ездить на море, а зимой — объедаться дешевой клубникой! Ведь именно летом жарко и каникулы и хочется купаться и загорать, а клубника зимой в диковинку, и есть ее намного веселее, чем в июне, когда она продается на каждом углу...

Так именно в этом-то все и дело. Почти все мечтают о теплом море, а не холодном, поэтому *спрос* на морской отдых летом выше, а зимой ниже. А у клубники, наоборот, летом выше *предложение*: конечно, в некоторые магазины ее привозят круглый год из Турции и Израиля, но российский урожай появляется только с конца мая. *Спрос* и *предложение* — то, от чего зависит цена любого товара. Цена растет, если *спрос* увеличивается (больше покупателей собираются на море) или если *предложение* уменьшается (то есть если на прилавках остаются только турецкие или израильские ягоды).

Но что такое *цена* товара? Это соглашение покупателя и продавца — сколько покупатель платит, а продавец получает за товар. Причем покупатель всегда стремится купить подешевле, а продавец продать подороже. Но часто один и тот же товар — например, арбузы — продает не один человек, а много разных, и хочет купить тоже не один, а много. И тогда продавцы соревнуются друг с другом за возможность арбузы продать, а покупатели — за возможность их купить. От этой конкуренции зависит цена на товар. Чем больше любителей арбузов пришло на базар, тем выше на них цены — продавцы будут пытаться их продать тем, кто готов больше раскошелиться. А если на базар привезли очень много арбузов, то они подешевеют — покупатели будут выбирать тех продавцов, кто согласен опустить цены.



КОГДА ПРИНЦЕССА ОДНА, НА НЕЁ ВЫСОКИЙ СПРОС И ЖЕНИХАМ ПРИХОДИТСЯ КОНКУРИРОВАТЬ ДРУГ С ДРУГОМ.

Вот так же с морем и клубникой. Летом все хотят на море — то есть спрос на морской отдых резко увеличивается, и поэтому цена билетов на самолеты и поезда, гостиничных комнат и путевок в санатории вырастает. Число любителей клубники всегда примерно одно и то же, но летом заметно увеличивается количество ее продавцов: предложение клубники возрастает, и цена на нее снижается.

№ 5.

Спасем ли мы деревья, экономя на бумаге?



Бумага делается из деревьев. Это известно всем. Бедные деревья вырубаются, чтобы нам было на чем писать и рисовать. А еще мы часто не экономим бумагу — вспомните, наверняка и вы выбрасывали тетрадку или блокнот, исписанные лишь наполовину, в мусорное ведро. Хорошо ли это? И, может, нам надо спасать деревья? Стараться использовать бумагу как можно меньше: писать в компьютере, на планшете или на грифельной доске, — и так нам удастся уберечь деревья от гибели?

К этому призывают многие экологи — и звучит их призыв вроде бы убедительно. Но, увы, на самом деле этот план спасения обречен на провал по очень простой причине — деревья, из которых делают бумагу, не растут сами по себе в диком лесу. Люди специально выращивают и охраняют их для своих нужд, так же, как, например, яблони или коров. Что произойдет с яблонями, если мы вдруг перестанем есть яблоки, или с коровами, если разлюбим молоко? И яблонь, и коров станет намного меньше, потому что фермеры больше не будут за ними ухаживать, а начнут заниматься тем, что все еще нужно людям, например сажать картошку. То же произойдет и с деревьями, которые выращиваются специально для производства бумаги,

если мы от нее откажемся. Вот какой парадокс: мы перестанем писать в тетрадках и рисовать в альбомах, чтобы деревьев стало больше, а от этого, наоборот, их число уменьшится. В лучшем случае за ними перестанут ухаживать, а в худшем срубят, чтобы использовать землю для пастбищ, пашен или строительства.

Так что же делать, если мы хотим сохранить деревья на планете? Это непростой вопрос. Например, можно превратить кислород в товар — мы же знаем, что деревья вырабатывают кислород, а кислород необходим всем нам, чтобы жить, — и платить предпринимателям за то, чтобы они специально для этого растили и охраняли деревья.

Какие бы еще придумать способы, чтобы люди зарабатывали деньги, не срубая, а сохраняя деревья? Может, какие-то идеи придут в голову и вам?



№ 6.

Почему бигмак в Нью-Йорке дороже, чем бигмак в Москве?

В 2019 году бигмак в московском «Макдоналдсе» стоил 130 рублей, а в Нью-Йорке 5 долларов, или 330 рублей, то есть в два с половиной раза дороже. Почему цены отличаются так сильно? Бигмак — он же и в России, и в Америке, и в Африке бигмак, везде его готовят по одной и той же технологии: на каждый гамбургер тратят одинаковое количество продуктов и времени рабочих. Значит, цена бигмака зависит не только от того, как его делают, а еще от чего-то другого?

Именно так. У цены товара есть очень важная функция: она уравнивает спрос и предложение, то есть делает так,

чтобы количество бигмаков, которое хотят купить покупатели, равнялось количеству бигмаков, которое согласны продать продавцы.

Что произойдет, если людей, которые мечтают о бигмаке, много, а гамбургеров приготовили мало? Любители фаст-фуда начнут соревноваться между собой, предлагая заплатить за выделенный бигмак более высокую цену. Цена будет увеличиваться, пока количество бигмаков, которое хотят купить, и количество, которое хотят продать, не станут равны.

А если, наоборот, закусовые — «Макдоналдс», «Бургер Кинг», КФС и другие — сделали много гамбургеров, а желающих их съесть оказалось меньше? Тут уже продавцы будут сражаться за покупателей, снижая цену, и останутся, только когда все будет распродано.

Тогда, получается, нью-йоркский «Макдоналдс» более жадный, чем московский? Или американцы более щедрые, чем русские? Или то и другое вместе?

То, сколько гамбургеров «бигмак» согласен продавать «Макдоналдс» по той или иной цене, называется *предложением* бигмака. От чего оно зависит? Конечно, от того, сколько стоит приготовить один бигмак, то есть от *издержек* на его производство. Бигмак готовят одинаково во всем мире, и значит, надо понять, сколько стоят продукты, из которых его делают, и сколько — труд работников «Макдоналдса». Чем больше издержки, тем выше цена гамбургера. Так вот, в Нью-Йорке и продукты дороже, и зарплаты выше, чем в Москве: работники американского «Макдоналдса» зарабатывают в час примерно в три раза больше, чем их российские коллеги. Чтобы приготовить один бигмак, закусовые в Нью-Йорке тратят заметно больше денег, поэтому стоит он дороже. И именно поэтому его предложение ниже.

Ну и не будем забывать о *спросе* на бигмак. Он зависит от многого: от предпочтений покупателей, от их *дохода*, от цен на другие товары. Как русские люди привыкли к пельменям, так американцы привыкли к бургерам, поэтому спрос на бигмак в США выше, чем в России.

Кроме того, доход среднего американца выше, чем доход среднего жителя России, то есть он может больше потратить на любимую еду. Это тоже делает спрос на бигмаки в Нью-Йорке выше, чем в Москве — нью-йоркские покупатели могут позволить себе быть более щедрыми.

Итак, в Нью-Йорке «Макдоналдс» тратит на каждый бигмак больше денег, чем в Москве. В то же время спрос на гамбургеры в Нью-Йорке выше, то есть американцы согласны платить за них больше, чем русские. Вот почему цена, по которой можно купить бигмак, в Нью-Йорке выше, чем в Москве.

№ 7.

Почему не существует несправедливой цены?



Вы, может быть, слышали, как взрослые возмущаются слишком высокими ценами: «Это не должно столько стоить! Грабеж среди бела дня!» Нас что, на самом деле кто-то обкрадывает? И есть какая-то «правильная» цена?

Вовсе нет. Возмущаясь таким образом, люди просто говорят, что им бы хотелось, чтобы цены были пониже. Но если нам что-то не нравится, это еще не значит, что речь идет о несправедливости, а тем более грабеже. Разве кто-то кого-то принуждает? Лишает свободы выбора? Нет — торговля строится исключительно на согласии сторон. Когда вы приходите в магазин, скажем, за жвачкой и видите ценник, именно вы принимаете решение: покупать, если цена вам понравится, или не покупать, если жвачка покажется слишком дорогой.

Но откуда берутся эти самые ценники? Почему, например, мороженое, которое продается в кафе и ничем не отличается от мороженого из киоска на улице, стоит в два раза дороже? Разве это справедливо? Почему продавец должен получать от покупателя больше, чем он потратил сам?

Ответ прост: а почему бы и нет? Торговец перепродает свой товар, именно чтобы заработать. Если кто-то согласен купить мороженое дороже, чем его продают на фабрике или на