



Co-funded by
the European Union

2023-1-ES02-KA210-YOU-000114522



Studia Przypadków – MIKROEKONOMIA





Tytuł bloku: MIKROEKONOMIA

PODAŻ I POPYT

Jak rozumieć podaż i popyt?

Opis problemu:

Wiele osób nie rozumie, dlaczego ceny towarów, takich jak jabłka, rosną i spadają. Niektórzy nie rozumieją, w jaki sposób podaż (ile towaru jest dostępne) i popyt (ile osób chce coś kupić) wpływają na zmianę cen. Ta dezorientacja może utrudniać zrozumienie, jak rynki działają w prawdziwym życiu.

Studium przypadku 1:

Przyjrzyjmy się prostemu przykładowi, aby wyjaśnić, jak podaż i popyt wpływają na ceny:

1. **Sytuacja normalna (równowaga):** Rolnik przynosi na rynek 100 jabłek, a klienci kupują wszystkie 100 jabłek po 1 EUR za sztukę. Cena 1 euro działa idealnie, ponieważ dopasowuje liczbę jabłek, które rolnik musi sprzedać, do liczby klientów, którzy chcą je kupić.
2. **Wzrost podaży (więcej jabłek):** Rolnik ma świetne zbiory i teraz dostarcza na rynek 150 jabłek. Ale nie ma więcej klientów - jest ich tyle samo. Aby sprzedać dodatkowe jabłka, rolnik obniża cenę do 0,80 EUR za sztukę. Niższa cena zachęca więcej osób do zakupu, więc wszystkie 150 jabłek zostaje sprzedanych.
3. **Spadek podaży (mniej jabłek):** W następnym roku burza niszczy zbiory jabłek i rolnik ma do sprzedania tylko 50 jabłek. Liczba klientów pozostaje jednak taka sama. Ponieważ jabłek jest mniej, rolnik podnosi cenę do 1,50 EUR za sztukę. Klienci są skłonni zapłacić wyższą cenę, ponieważ jabłka są teraz trudniejsze do zdobycia.

Powiązane linki

1. <https://www.khanacademy.org/economics-finance-domain/microeconomics/supply-demand-equilibrium>
2. <https://www.investopedia.com/terms/l/law-of-supply-demand.asp>



3. <https://www.econlib.org/library/Topics/College/supplyanddemand.html>
4. <https://www.britannica.com/money/supply-and-demand>

Źródła

1. https://russroberts.info/classroom_resources/supply-and-demand-introduction/
2. <https://www.thoughtco.com/supply-and-demand-practice-questions-1146966>
3. <https://mises.org/mises-wire/problems-mainstream-theories-supply-and-demand>



Tytuł bloku: MIKROEKONOMIA

TEORIA PRODUCENTA

Jak przedsiębiorcy decydują o optymalnej wielkości produkcji?

Opis problemu:

Wiele firm staje przed wyzwaniem ustalenia, ile produktu należy wyprodukować, aby osiągnąć jak największy zysk. Jeśli produkują zbyt mało, tracą sprzedaż i potencjalny zysk. Jeśli produkują za dużo, marnują pieniądze na niesprzedane produkty, co zwiększa ich koszty. Ta równowaga jest podstawą teorii producenta - ustalenie wielkości produkcji, która maksymalizuje zysk poprzez staranne zarządzanie kosztami produkcji i przychodami. Niezrozumienie tego może prowadzić do strat i nieefektywności firm.

Studium przypadku 2:

Przyjrzyjmy się firmie odzieżowej, która produkuje i sprzedaje koszulki.

1. Koszty i cena sprzedaży:

Firma produkuje każdą koszulkę po koszcie 5 EUR (obejmuje to koszty materiałów, robocizny i koszty ogólne). Sprzedaje każdą koszulkę za 10 EUR, co oznacza, że osiąga 5 EUR zysku na każdej sprzedanej koszulce.

2. Wyzwania związane z niedostateczną produkcją:

Jeśli firma wyprodukuje tylko 50 koszulek, może je wszystkie szybko sprzedać i zarobić 250 EUR. Jednak produkując zbyt mało koszulek, traci szansę na sprzedaż większej ilości i osiągnięcie większego zysku. Klienci, którzy chcą kupić koszulki, są odrzucani z powodu niewystarczającej ilości towaru.

3. Wyzwania związane z nadprodukcją:

Jeśli firma wyprodukuje 200 koszulek, ale tylko 100 zostanie sprzedanych, zarobi 500 EUR na sprzedaży, ale 100 niesprzedanych koszulek będzie zalegać w magazynie. Koszt wyprodukowania tych dodatkowych 100 koszulek wynosi 500 EUR (100×5 EUR), a ponieważ nie są one sprzedawane, pieniądze te są marnowane, obniżając ogólny zysk firmy.

4. Znalezienie właściwej równowagi (maksymalizacja zysku):

Po przeanalizowaniu rynku firma zdaje sobie sprawę, że wyprodukowanie 100 koszulek to idealna ilość. Na tym poziomie może sprzedać wszystkie 100 koszulek, uzyskując 500 USD zysku (100 koszulek



x 5 EUR zysku na koszulkę). W magazynie nie ma żadnych dodatkowych koszulek, więc koszty produkcji i przychody są idealnie zrównoważone, aby zmaksymalizować zysk.

Powiązane linki

1. https://www.investopedia.com/terms/p/producer_surplus.asp
2. <https://www.econlib.org/library/Topics/College/costsofproduction.html>
3. <https://ocw.mit.edu/courses/14-01sc-principles-of-microeconomics-fall-2011/pages/unit-3-producer-theory/>

Źródła

1. <https://medium.com/@atmadipg/producer-theory-how-do-producers-think-about-producing-1060012c6513>
2. <https://pressbooks.bccampus.ca/uvicecon103/chapter/7-1-building-producer-theory/>
3. <https://www.youtube.com/watch?v=rnEFtyMziOo>



Tytuł bloku: MIKROEKONOMIA

STRUKTURY RYNKOWE

Jak odróżnić monopol od oligopolu?

Opis problemu:

Ludziom często trudno jest odróżnić monopol od oligopolu, ponieważ w obu przypadkach konkurencja jest ograniczona. Monopol występuje, gdy jedna firma kontroluje cały rynek, podczas gdy oligopol ma kilka dużych firm dominujących na rynku. Zrozumienie, jak rozróżnić te dwa zjawiska, pomaga ludziom zrozumieć, w jaki sposób ceny, konkurencja i wybory konsumentów różnią się w każdym scenariuszu.

Studium przypadku 3:

1. **Monopol (jeden sprzedawca):** Wyobraźmy sobie miasto, w którym tylko jedna firma dostarcza wodę do wszystkich gospodarstw domowych. Firma ta kontroluje cały rynek, ponieważ żadne inne firmy nie mogą na nim konkurować. W rezultacie firma może ustalać wysokie ceny, a klienci nie mają wyboru i muszą płacić, ponieważ potrzebują wody. Nie ma konkurencji, która mogłaby obniżyć ceny lub poprawić jakość usług. Jest to monopol - rynek, na którym jedna firma ma pełną kontrolę nad podażą i cenami.
2. **Oligopol (kilku sprzedawców):** Pomyślmy teraz o branży napojów bezalkoholowych, w której dominuje tylko kilka dużych firm, takich jak Coca-Cola i Pepsi. Te dwie firmy mają większość udziału w rynku i chociaż konkurują ze sobą, nadal kontrolują ceny na rynku. Czasami, gdy jedna z nich podnosi ceny, druga może zrobić to samo, aby utrzymać zyski. Jest to oligopol, w którym kilka firm dominuje na rynku, a ich działania mają duży wpływ na ceny i konkurencję.



Powiązane linki

1. <https://www.investopedia.com/ask/answers/121514/what-are-major-differences-between-monopoly-and-oligopoly.asp>
2. <https://www.toppr.com/guides/business-economics/meaning-and-types-of-markets/types-of-market-structures/>
3. https://kstatelibraries.pressbooks.pub/economicsoffoodandag/chapter/_unknown_-5/
4. https://www.diffen.com/difference/Monopoly_vs_Oligopoly

Źródła

1. <https://www.khanacademy.org/economics-finance-domain/ap-microeconomics/imperfect-competition/monopolistic-competition/v/oligopolies-and-monopolistic-competition>
2. https://siecon3-607788.cdn77.org/sites/siecon.org/files/media_wysiwyg/298-vitaletti.pdf
3. <https://www.youtube.com/watch?v=p0sm6CxXwIE>



Tytuł bloku: MIKROEKONOMIA

DYSTRYBUCJA DOCHODU

Jak działa redystrybucja dochodów?

Opis problemu:

Wiele osób nie rozumie, w jaki sposób rząd pomaga osobom o niskich dochodach poprzez redystrybucję pieniędzy. Redystrybucja zabiera pieniądze bogatszym ludziom (poprzez podatki) i pomaga tym, którzy mają mniej pieniędzy (poprzez zasiłki). Ma to na celu zmniejszenie nierówności i zapewnienie wszystkim lepszych możliwości.

Studium przypadku 4:

Wyobraź sobie, że zarządzasz małym miasteczkiem Fairville. W Fairville niektórzy ludzie zarabiają dużo pieniędzy, podczas gdy inni walczą o przetrwanie. Oto jak możesz wykorzystać redystrybucję dochodów, aby pomóc miastu:

Krok 1: Pobieranie podatków

Ludzie, którzy zarabiają więcej, płacą wyższe podatki. Na przykład:

- Osoba zarabiająca 100 000 EUR rocznie płaci 20 000 EUR podatków.
- Osoba zarabiająca 20 000 EUR rocznie płaci tylko 2 000 EUR podatków.

Krok 2: Wykorzystanie podatków do pomocy innym

Pieniądze zebrane z podatków są wykorzystywane do pomocy osobom, które najbardziej ich potrzebują. Na przykład:

- Miasto zapewnia darmowe obiady szkolne dla dzieci z rodzin o niskich dochodach.
- Oferuje bezpłatną opiekę zdrowotną osobom, których nie stać na opłacenie rachunków medycznych.

Krok 3: Rezultat

Poprzez redystrybucję pieniędzy Fairville pomaga upewnić się, że osoby, które zarabiają mniej, nadal mają dostęp do ważnych usług, takich jak żywność i opieka zdrowotna, nawet jeśli nie mogą sobie na nie pozwolić samodzielnie.



Powiązane linki

1. <https://lawreview.uchicago.edu/sites/default/files/02%20Hemel.pdf>
2. <https://www.econlib.org/library/Enc/Redistribution.html>
3. https://social.desa.un.org/sites/default/files/publications/2023-03/SD-Brief_9_Who_gets_what_2.pdf

Źródła

1. <https://www.tutorchase.com/notes/ib/economics/2-7-6-redistribution-policies>
2. https://www.hbs.edu/ris/Publication%20Files/SSRN-id3143887_da040d85-3d9a-4f75-a880-34ed102882c1.pdf
3. <https://study.com/academy/lesson/inequality-the-distribution-of-wealth-government-policies.html>



Tytuł bloku: MIKROEKONOMIA

TEORIA GIER

Jak wykorzystać Dylemat Więźnia do podejmowania mądrych wyborów?

Opis problemu:

Większość ludzi nie wie, czym jest Dylemat Więźnia i w jaki sposób może on pomóc im w podejmowaniu lepszych decyzji. Jest to sytuacja, w której dwie osoby (lub firmy) muszą zdecydować, czy konkurować, czy współpracować, a to, co robi każda z nich, wpływa na drugą. Większość ludzi nie zdaje sobie sprawy, że współpraca z innymi może czasami prowadzić do lepszych wyników niż próba konkurowania. Zrozumienie tego może pomóc uniknąć decyzji, które prowadzą do gorszych wyników dla wszystkich zaangażowanych stron.

Studium przypadku 5:

Wyobraź sobie, że jesteś właścicielem kawiarni, a po drugiej stronie ulicy znajduje się inna kawiarnia. Oboje zastanawiacie się nad obniżeniem cen, aby przyciągnąć więcej klientów.

1. Sytuacja:

- Jeśli obie kawiarnie obniżą ceny, zdobędziesz więcej klientów, ale zarobisz mniej pieniędzy z powodu niższych cen.
- Jeśli tylko ty obniżysz ceny, możesz zdobyć wszystkich klientów i zarobić więcej pieniędzy.
- Jeśli żadna z kawiarni nie obniży cen, obie zachowają tych samych klientów i zyski..

2. Wykorzystanie dylematu więźnia:

- Zastanów się, co może zrobić druga kawiarnia. Stoją przed takim samym wyborem jak ty.
- Jeśli oboje obniżycie ceny, oboje straciecie część zysków.
- Jeśli tylko jedna z nich obniży ceny, ta kawiarnia wygra, zdobywając więcej klientów.

3. Podjęcie decyzji:

- Jeśli obniżysz ceny, oni mogą zrobić to samo i obie kawiarnie mogą stracić pieniądze.



- Jeśli jednak obie kawiarnie utrzymają ceny na tym samym poziomie, zyski będą stabilne. W tym przypadku współpraca jest lepsza niż konkutowanie..

Powiązane linki

1. <https://www.khanacademy.org/economics-finance-domain/ap-microeconomics/imperfect-competition/oligopoly-and-game-theory/v/prisoners-dilemma-and-nash-equilibrium>
2. <https://www.investopedia.com/terms/p/prisoners-dilemma.asp>

Źródła

1. <https://www.simplypsychology.org/game-theory.html>
2. <https://www.psychologytoday.com/gb/blog/darwins-subterranean-world/202112/the-prisoners-dilemma-in-everyday-life>
3. <https://atticaspirt.gr/wp-content/uploads/2022/02/%CE%B7-%CE%94%CE%B7%CE%BC%CE%BF%CF%83%CE%AF%CE%B5%CF%85%CF%83%CE%B7.pdf>



Co-funded by
the European Union

2023-1-ES02-KA210-YOU-000114522



**Co-funded by
the European Union**



Economy for Life © 2024 is licensed under CC BY-NC 4.0

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible