**10 клас**

**Творче завдання 1 (10 балів).** В інтернеті часто можна зустріти історію (в різних варіантах) про дівчину, яка щодня випиває чашку кави латте в кав’ярні. Далі обґрунтовується, що якби вона не пила каву, а інвестувала ці гроші, то на момент виходу на пенсію змогла нагромадити багато мільйонів. Поясніть, чому такий «ефект латте» не спрацьовує в сучасних умовах?

**Творче завдання 2 (15 балів).** У липні 2018 року компанія Burberry заявила про те, що вона має намір спалити непродану продукцію вартістю 38 млн доларів. Це викликало критику з боку громадськості, тим більше, що компанія є учасником ініціативи Making Fashion Circular («Мода з перероблених матеріалів»). Мета ініціативи – переробляти відходи для виготовлення товарів модної індустрії та зберігати циркуляцію ресурсів. Спалювання непроданих залишків йде явно всупереч такій концепції.

Подібних прикладів, на жаль, можна навести багато. Так, у 2017 році гігант «швидкої моди» H&M спалив близько 19 тон продукції з  колекцій минулих років (це як 50 тис. пар джинсів) на одному з найбільших шведських сміттєпереробних заводів Mälarenergi. У тому ж році компанія Nike стала героєм статті New York Times, яка звинувачувала виробника у свідомому псуванні виробленого взуття та одягу з метою подальшого їх знищення.

Поясніть, чому компанії у такий варварський спосіб позбавляються нерозпроданих залишків продукції? Адже на виробництво були витрачені значні ресурси, для відшкодування їх вартості можна було б просто знизити ціну на одяг та вироби минулих колекцій. Обґрунтуйте економічну поведінку фірм у даній ситуації. Чи можна її назвати суспільно ефективною?

**10 клас**

**Творче завдання 1 (10 балів).** В інтернеті часто можна зустріти історію (в різних варіантах) про дівчину, яка щодня випиває чашку кави латте в кав’ярні. Далі обґрунтовується, що якби вона не пила каву, а інвестувала ці гроші, то на момент виходу на пенсію змогла нагромадити багато мільйонів. Поясніть, чому такий «ефект латте» не спрацьовує в сучасних умовах?

***Орієнтовний варіант відповіді***

У першу чергу мається на увазі, що зекономлені на каві гроші можна покласти в банк під певний процент. Зазвичай нарахування складних відсотків на невеликі за розміром періодичні внески повністю «з’їдає» інфляція. Тому розраховувати на нагромадження занадто великих сум грошей не варто. Краще було б інвестувати гроші у більш доходні інструменти – наприклад, інструменти фондового ринку. Але той факт, що український фондовий ринок знаходиться в зародковому стані, унеможливлює подібний варіант прирощення капіталу.

Крім того, не варто змішувати ту частину доходу, яка йде на споживання, і ту частину, яка йде на інвестування. Можливо, для дівчини із інтернетної історії щоденне споживання кави у кав’ярні знаходиться на рівні базової потреби, тому говорити про необхідність і доцільність переведення даної частини доходу із споживання у інвестування є безпідставним.

У будь-якому випадку розуміти «ефект латте» буквально не можна. Необхідність економити на споживанні сьогодні заради інвестування і отримання інвестиційного доходу в майбутньому визначається кожним індивідом самостійно, виходячи з оцінки ним рівня невизначеності, свого майнового стану, перспектив фінансово-економічного розвитку тощо. Більше того: «ефект латте» орієнтує виключно на економію, хоча підвищення рівня власного добробуту можна досягти і іншим шляхом. Не тільки економне (раціонально економне!) витрачання наявного доходу веде до прирощення багатства, але й збільшення величини поточного доходу. Саме тому спочатку варто інвестувати в свою освіту і здоров’я – тоді можна більше заробляти і, відповідно, витрачати більші суми на інвестування.

**Творче завдання 2 (15 балів).** У липні 2018 року компанія Burberry заявила про те, що вона має намір спалити непродану продукцію вартістю 38 млн доларів. Це викликало критику з боку громадськості, тим більше, що компанія є учасником ініціативи Making Fashion Circular («Мода з перероблених матеріалів»). Мета ініціативи – переробляти відходи для виготовлення товарів модної індустрії та зберігати циркуляцію ресурсів. Спалювання непроданих залишків йде явно всупереч такій концепції.

Подібних прикладів, на жаль, можна навести багато. Так, у 2017 році гігант «швидкої моди» H&M спалив близько 19 тон продукції з  колекцій минулих років (це як 50 тис. пар джинсів) на одному з найбільших шведських сміттєпереробних заводів Mälarenergi. У тому ж році компанія Nike стала героєм статті New York Times, яка звинувачувала виробника у свідомому псуванні виробленого взуття та одягу з метою подальшого їх знищення.

Поясніть, чому компанії у такий варварський спосіб позбавляються нерозпроданих залишків продукції? Адже на виробництво були витрачені значні ресурси, для відшкодування їх вартості можна було б просто знизити ціну на одяг та вироби минулих колекцій. Обґрунтуйте економічну поведінку фірм в даній ситуації. Чи можна її назвати суспільно ефективною?

***Орієнтовний варіант відповіді***

Фірми в даній ситуації керуються не короткостроковими, а середньо- та довгостроковими інтересами. Розпродаж залишків продукції за низькими цінами вигідний на короткостроковому інтервалі, оскілки він дає можливість отримати мінімальний прибуток або ж просто відшкодувати понесені витрати. Але в довгостроковому чи середньостроковому періоді знижки можуть «вбити» бренд. Щоб зберегти унікальність та рідкісність своєї продукції, фірми швидше підуть на скорочення прибутків шляхом варварського знищення нерозпроданих залишків. Особливо це стосується тих фірм, що відносяться до категорії виробників люксового одягу - заради збереження престижу свого бренду вони взагалі можуть не використовувати системи знижок.

Таким чином, виникає протиріччя між економічною доцільністю (фірми поводять себе раціонально, намагаючись зберегти свій бренд і збільшити прибутки в середньо- і довгостроковому періодах) і суспільною ефективністю (неефективно використовуються наявні ресурси, оскільки вироблена продукція знищується, в той час як значна частина населення планети не має змоги нормально задовольнити свої базові економічні потреби).