

ОБЩЕСТВОЗНАНИЕ



Учебник

Допущено
Министерством просвещения
Российской Федерации

Москва
«Просвещение»
2023

§ 13. ОБМЕН И ТОРГОВЛЯ



ЗАДУМАЕМСЯ

Как вы относитесь к поговорке «Не обманешь — не продашь»? Всегда ли обмен бывает справедливым и равным? Кто выигрывает от торговли — продавец или покупатель?



ВСПОМНИМ

Как экономика служит людям? Что создаётся трудом? Как влияет на экономику разделение труда? Какая форма хозяйствования в большей степени отвечает целям экономики — натуральное или товарное хозяйство?

Изучив параграф, вы узнаете:

- Как обмен помогает удовлетворить разнообразные потребности людей
- В чём преимущества рыночного обмена
- Каковы функции денег
- Для чего нужна реклама товаров и услуг

Зачем люди обмениваются

Вы уже знаете, что человек может удовлетворить свои потребности двумя способами: изготовить всё необходимое самостоятельно или обменивать часть излишков, созданных собственным трудом, на необходимые вещи, изготовленные другими людьми. С появлением общественного разделения труда начал бурно развиваться обмен.

В чём преимущества обмена? Во-первых, человеку не нужно всё добывать или делать самому. Во-вторых, в результате можно получить в пользование больший объём разнообразных благ. Это побудило людей сделать обмен важной стороной экономической деятельности.

Что необходимо, чтобы обмен состоялся? Сначала надо произвести экономическое благо, а потом предложить его к продаже, т. е. сделать товаром. Любая продукция, чтобы стать товаром, должна обладать двумя свойствами: потребительной стоимостью (быть полезной, нужной людям) и меновой стоимостью (способностью обмениваться на другие продукты). **Стоимость** — мера, с помощью которой определяется ценность товара или его полезность.

Вам, конечно, приходилось меняться. Например, вы поменяли карандаш на ластик. А теперь представьте, что вы поменяли новый велосипед на флеш-накопитель. Можно ли такой обмен назвать равноценным? Наверное, нет, потому что предметы обмена имеют разную цену. *Цена товара* — это его стоимость, выраженная в денежной форме. Одно из условий обмена — он должен быть равноценным, взаимовыгодным, а для этого необходимо знать стоимость обмениваемых вещей и измерять её в одних единицах.

С самых древних времён в обществе существовал *бартер* — натуральный обмен одной вещи на другую. Деньги для такого обмена не нужны. Этот способ обмена дожил до наших дней, но бартер, как и натуральное хозяйство, — пережиток прошлого, имеющий серьёзные недостатки: он неудобен, занимает много времени на поиск варианта обмена, не всегда бывает равноценным и справедливым. Поэтому в современной экономике преобладает рыночное хозяйство и обмен с использованием денег.

Здесь и далее мы будем говорить о таких функциях денег, как мера стоимости товаров и средство обращения, средство образования и накопления сбережений, средство платежа (использование денег в отношениях с финансовыми организациями, купля-продажа товаров в кредит, выплата зарплаты), мировые деньги.

При помощи денег выражают стоимость различных товаров, поскольку деньги легко обмениваются на любой из них. Денежная оценка делает различные товары легко сопоставимыми при обмене и облегчает принятие рационального решения. Помимо функции денег как меры стоимости для других товаров, существует другая их функция — они являются средством обращения.

Они выступают товаром, который является посредником в процессе обмена. Для этой функции денег важны лёгкость и скорость, с которой они могут обмениваться на любой другой товар. При использовании денег производитель товара имеет возможность продать товар сегодня, а купить нужное ему сырьё лишь через день, месяц, продать свой товар в одном месте, а покупать нужный ему в другом. Деньги как средство обращения преодолевают временные и пространственные ограничения, типичные для обмена.

РАССМОТРИМ ИЗОБРАЖЕНИЯ



Определите, какие функции денег иллюстрируют рисунки. Приведите собственные примеры проявления данных функций.

Совокупность экономических отношений, проявляющихся в сфере производства, обмена и потребления товаров и услуг, называется рынком. Рынок связывает экономически обособленных производителей, которые обмениваются результатами своей деятельности. В условиях рыночного хозяйства продавцы могут свободно устанавливать цены, а покупатели — делать выбор: покупать товар по данной цене или нет. Главный принцип рынка — сделка должна быть выгодна и продавцу, и покупателю. Покупатель удовлетворяет потребности в необходимых товарах с наибольшей пользой для себя. Производитель, ориентируясь на потребности покупателя, стремится произвести больше нужных людям товаров и услуг.

Торговля и её формы

Регулярный обмен товарами и услугами послужил основой для ещё одного вида экономической деятельности и сотрудничества людей — торговли. **Торговля** — отрасль хозяйства, в которой происходит реализация товаров путём купли-продажи. Она позволяет соединить производителей товаров и их непосредственных потребителей, людей и предприятия в единое хозяйство страны.

Почему возникла торговля? Человек для удовлетворения потребностей стремится получить как можно больше разнообразных товаров и услуг, но каждый производитель при этом способен произвести лишь ограниченный набор видов продукции. Это противоречие и позволяет разрешить торговля. Люди посте-

пенно убедились в её преимуществах, поскольку возможность торговать позволяла получить большее количество благ.

Торговля помогает людям удовлетворять растущие потребности, развивать деловую активность, накапливать богатства.

ОБРАТИМСЯ К ФАКТАМ

Современные торговые организации постоянно ищут способы всё большего удовлетворения запросов потребителей. Например, сравнительно недавно в наших городах и посёлках на дверях некоторых предприятий торговли появились вывески «24 часа». В магазинах можно увидеть вывески «Сезонная распродажа», «Акция! Скидки на товары от 10 до 50%!», «Все товары по одной цене».

Приведите собственные примеры способов привлечения внимания потребителей торговыми организациями.

Торговля может быть оптовой и розничной, внутренней и внешней. Оптовая торговля — это продажа товаров крупными партиями, а розничная — продажа единичных товаров или мелких партий. Примером оптовой торговли может быть закупка торговой базой товаров у предприятия-изготовителя, а затем отправка их в магазины. Продажа товаров населению в различных торговых предприятиях — это розничная торговля.

РАССМОТРИМ ИЗОБРАЖЕНИЯ

Оптовая торговля



Розничная торговля



Используя иллюстративный ряд и текст параграфа, охарактеризуйте особенности и возможности для участников обмена различных форм торговли.

Внутренняя торговля ведётся в пределах одной страны, а внешняя — с зарубежными странами. Внешняя торговля осуществляется по особым правилам, принятым во всём мире.

Всегда ли наши покупки бывают успешными, или нам приходится сожалеть о сделанном выборе?



РАССМОТРИМ СИТУАЦИЮ

Вы собираетесь летом поехать в спортивный лагерь или на дачу и решили купить гитару и новые кроссовки. У вас есть несколько вариантов выбора места и условий покупки, но каждый имеет преимущества и недостатки.

1. *Рынок потребительских товаров.* Ассортимент товаров большой, цены оптовые (ниже, чем в магазине), гарантия качества отсутствует, достоверная информация о товаре ограничена или отсутствует.

2. *Объявление о продаже товара в газете.* Цена договорная. Гарантия качества отсутствует. Достоверной информации о товаре нет.

3. *Торговый центр.* Цены розничные (выше, чем на рынке). Имеется гарантия качества, достоверная и полная информация о товаре.

Проанализируйте ситуацию, предложите свой выбор. Советуем учесть мнение экономистов, предлагающих рациональному потребителю делать покупку товара длительного пользования в крупных магазинах (торговых центрах), а товаров повседневного спроса — на местном рынке потребительских товаров.

Первые формы торговли возникли около 7 тыс. лет назад. Обмен товарами происходил на границах расселения соседствующих племён. Позднее выделились «торговые народы», специализировавшиеся на внешней торговле. В античных городах самым людным местом были торговые площади. В Средние века в Европе появились так называемые торговые города (Венеция, Генуя, Гамбург). В начале Нового времени для ведения оптовой торговли уже существовали ярмарки. В то же время в отдельных странах вводились запреты на вывоз некоторых товаров. Например, из Китая запрещалось вывозить шелковичных червей, а из Англии — шерсть.

РАССМОТРИМ ИЗОБРАЖЕНИЕ



Рынок в Нижнем Новгороде. П. П. Верещагин

В какой части города организована рыночная торговля? Объясните, почему это место самое оживлённое. Кого художник сделал участниками рыночных отношений? Какое значение имел рыночный обмен для жителей города?

Развитие торговли привело к Великим географическим открытиям — Х. Колумб плыл в Индию за дорогостоящими пряностями, а открыл Америку. Торговля стимулировала многие открытия в производстве, создание новых видов товаров и услуг. Она способствовала развитию мануфактур — предвестников современной промышленности. Торговля связывала народы и страны друг с другом.

Найдите аргументы в поддержку высказывания: «Ежели Вы, Государь, не дадите свободу действий нашим людям в торговле и ремёслах, будут ждать нас великие беды» (из послания российского историка и государственного деятеля В. Н. Татищева (1686–1750) Петру I).



Торговля всегда являлась важным источником экономического благополучия страны, роста её доходов и богатства граждан. Ограничение торговли — тормоз экономического развития.

Реклама — двигатель торговли

Вам, конечно, знакомо это утверждение. Справедливо ли оно? *Реклама* (от лат. *reclamo* — выкрикиваю) — это информация о потребительских свойствах товара или услуги с целью продажи.

Устная и письменная реклама появилась ещё в Древней Греции и в Древнем Риме. Вспомним, как жители средневековых городов узнавали о товаре или услуге, которые им предлагал булочник или сапожник, цирюльник или портной.

Современная реклама — доходный бизнес, значительная отрасль экономики. Здесь трудятся люди разных специальностей (художники, инженеры, артисты и др.) и используются все современные средства информации — печать, телевидение, радио, Интернет. Реклама (вывески, щиты, световые надписи) стала неотъемлемой частью облика современных городов.

Где чаще всего размещается реклама в городе? Что может являться предметом рекламной информации? К кому обращена реклама? Приведите примеры использования рекламы в вашем населённом пункте.



Если вы являетесь пользователем Интернета, то, конечно, знакомы с интернет-магазинами и электронной рекламой. Она имеет определённые особенности и возможности для продвижения товаров к потребителю. Например, продавец может дать самую разнообразную информацию о своих товарах и услугах, да ещё с видеороликом и музыкальным оформлением. Такая реклама предоставляет потребителю право самому выбрать то, что ему действительно необходимо. А потом он может, не выходя из дома, сделать заказ, оформить доставку товара.

Реклама использует различные способы и средства обращения производителей к потребителям и преследует одновременно несколько целей: информация (рассказ о новом товаре с описанием выгод от его потребления, создание образа фирмы), формирование предпочтения (убеждение в преимуществах уже известного потребителям товара, аргументация в его пользу), напоминание (поддержка на высоком уровне осведомлённости об известном товаре).

Производители и продавцы товаров затрачивают значительные средства на рекламу (вероятно, вам известны логотипы компаний «МТС», «Спортмастер», «Сбер» и др.). Крупные производители товаров и услуг создают специальные службы, нанимают рекламных агентов, разрабатывают товарные знаки. В качественной рекламе заинтересованы не только производители, но и потребители.

Порой рекламная информация бывает недобросовестной или недостоверной. Отдельные предприниматели, стремясь увеличить прибыль, намеренно приукрашивают и даже искажают сведения о товарах. Газеты, журналы и Интернет, как правило, не несут ответственности за достоверность публикуемой рекламной информации. Поэтому потребителю важно самому критически оценивать рекламу. В этом ему помогут сравнение и оценка информации из различных источников, получение дополнительной информации из специализированных магазинов, консультация продавца-специалиста, изучение документации на товар и т. д. Потребителю необходимо самому различать негативную роль рекламной информации (например, реклама алкогольных напитков, сигарет и т. п.).

ПОДВЕДЁМ ИТОГИ

Обмен — процесс получения желаемого продукта с предложением чего-либо взамен. Он помогает человеку часть вещей, созданных своим трудом, обменять на изготовленные другими и тем самым удовлетворить потребности в большем объёме и разнообразии получаемых благ. В современной экономике преобладает рыночный обмен с использованием денег как наиболее удобный и равноценный. Деньги в экономике выполняют различные функции. Главный принцип рынка — сделка должна быть выгодна участникам обмена. Реклама, используемая производителями товаров и услуг, способствует их продвижению к потребителю. В качественной рекламе заинтересованы и производители, и потребители, стремящиеся осуществить рациональный и выгодный обмен.

ПРОВЕРЯЕМ НАШИ ЗНАНИЯ И УМЕНИЯ

1. Как обмен решает задачи экономики?
2. Что необходимо для выгодного обмена?
3. Зачем люди и страны торгуют?
4. Какие функции выполняют деньги в процессе обмена?
5. Почему торговлю считают источником экономического благополучия страны?
6. Для чего нужна реклама товаров и услуг?

ВЫПОЛНЯЕМ ЗАДАНИЯ

1. Используя знания по курсу истории и материал параграфа, подготовьте устный ответ, доказывающий, что появление купечества было значительным событием в развитии цивилизации.

- 2*. Подберите в СМИ рекламные объявления, размещённые с целью привлечения внимания, обеспечения информацией, создания предпочтения. Дайте им оценку, учитывая следующие требования к рекламе: а) реклама должна вызывать интерес у потребителя и ощущение того, что он узнал что-то новое; б) реклама должна быть полезной и сообщать потребителю сведения о качестве товаров и услуг; в) реклама должна быть правдивой.
3. Объясните суть правила, которым руководствовались русские купцы: «Уговор дороже денег».
4. Какое действие можно назвать бартерной сделкой? Поясните свой выбор.
- а) Фермер выгодно продал выращенный урожай капусты, затратив на это всего один день;
- б) два производителя стройматериалов обменялись партиями товаров, не потратив при этом ни одного рубля;
- в) продавец перезревших персиков вынужден был продать их оптом и по более низкой цене.
5. Объясните значение русских пословиц: «Хорошо дёшево не бывает», «Цена по товару, а товар по цене», «Дорожиться — товар залежится, продешевить — барышей не нажить».

УЧАСТВУЕМ В ПРОЕКТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

1. Фирма, организовавшая производство нового вида зубной пасты для детей, предложила вам в свободное от учёбы время стать рекламным агентом. Подготовьте и предложите фирме программу (бизнес-план) рекламной акции.
2. Познакомьтесь с различными видами интернет-рекламы. Проанализируйте их способы воздействия на аудиторию. Разработайте проект «Покупка через Интернет — выгодно и удобно! И рискованно?». Подготовьте презентацию.

