

**Обмен,
торговля,
реклама**

Зачем люди обмениваются?

Причины ВОЗНИКНОВЕНИЯ

обмена:

- 1) производство экономического продукта;
- 2) доставка экономического продукта на рынок, продукт становится товаром;
- 3) полезность произведенного экономического продукта для людей;
- 4) способность обмениваться на другие товары.

Товар- это продукт труда, созданный для продажи, обмена через рынок.

Любая продукция, чтобы стать товаром, должна обладать двумя свойствами:

потребительной стоимостью и меновой стоимостью.

Потребительная стоимость – это полезность товара для людей, т.е.

товар как предмет потребления

Меновая стоимость-это способность обмениваться на другие товары в количественном отношении.

Стоимость — мера, с помощью которой определяется ценность товара или его полезность.

Цена товара — это его стоимость, выраженная в денежной форме.

Рынок – это вся совокупность экономических отношений, проявляющихся в сфере производств, обмена и потребления товаров и услуг. Рынок связывает экономически обособленных производителей, которые обмениваются результатами своей деятельности.

Зачем люди обмениваются?

В рыночном хозяйстве продавцы свободно устанавливают цены, а покупатели покупают товар по этой цене или нет. Главный принцип рынка — сделка должна быть выгодна и продавцу и покупателю.



Покупатель удовлетворяет свои потребности в необходимых товарах с наибольшей пользой для себя. Производитель, ориентируясь на его потребности, стремится произвести больше нужных людям товаров и услуг.

Вывод. При обмене не нужно все необходимое добывать или делать самому; с его помощью можно получить в свое пользование больший объем разнообразных благ.



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

Розничная торговля -

это продажа товаров и
услуг населению для их
личного

некоммерческого

использования Она

ведется в различных

торговых предприятиях

Оптовая торговля

— это продажа
товаров крупными
партиями с целью их
перепродажи или
профессионального
использования

Внешняя торговля – это торговля одной страны с разными странами. Она состоит из ввоза(импорта) и вывоза (экспорта) товаров. Внешняя торговля разных стран в совокупности представляет собой международную торговлю

Внутренняя торговля

- это торговля в пределах одной страны. Например: продажа автомобилей ВАЗ на территории нашей страны.

Вывод. Торговля помогает людям удовлетворять их растущие потребности, развивать деловую активность, накапливать богатства. В истории человечества она объединяла народы и заставляла их враждовать, способствовала их обогащению и разорению.



Реклама (от лат. *reclamo*
— **выкрикиваю**) —
информация о
потребительских
свойствах товара или
услуги с целью продажи.

функции рекламы:

- ***информативная*** - сообщение о существовании товара, ознакомление с его основными свойствами, параметрами, особенностями; сведения о месте и времени продажи товара;

- *психологическая* -

воздействие на чувства,

престиж, взгляды и

предпочтения потребителей;

- *стимулирующая* -

напоминание, побуждение к

покупке

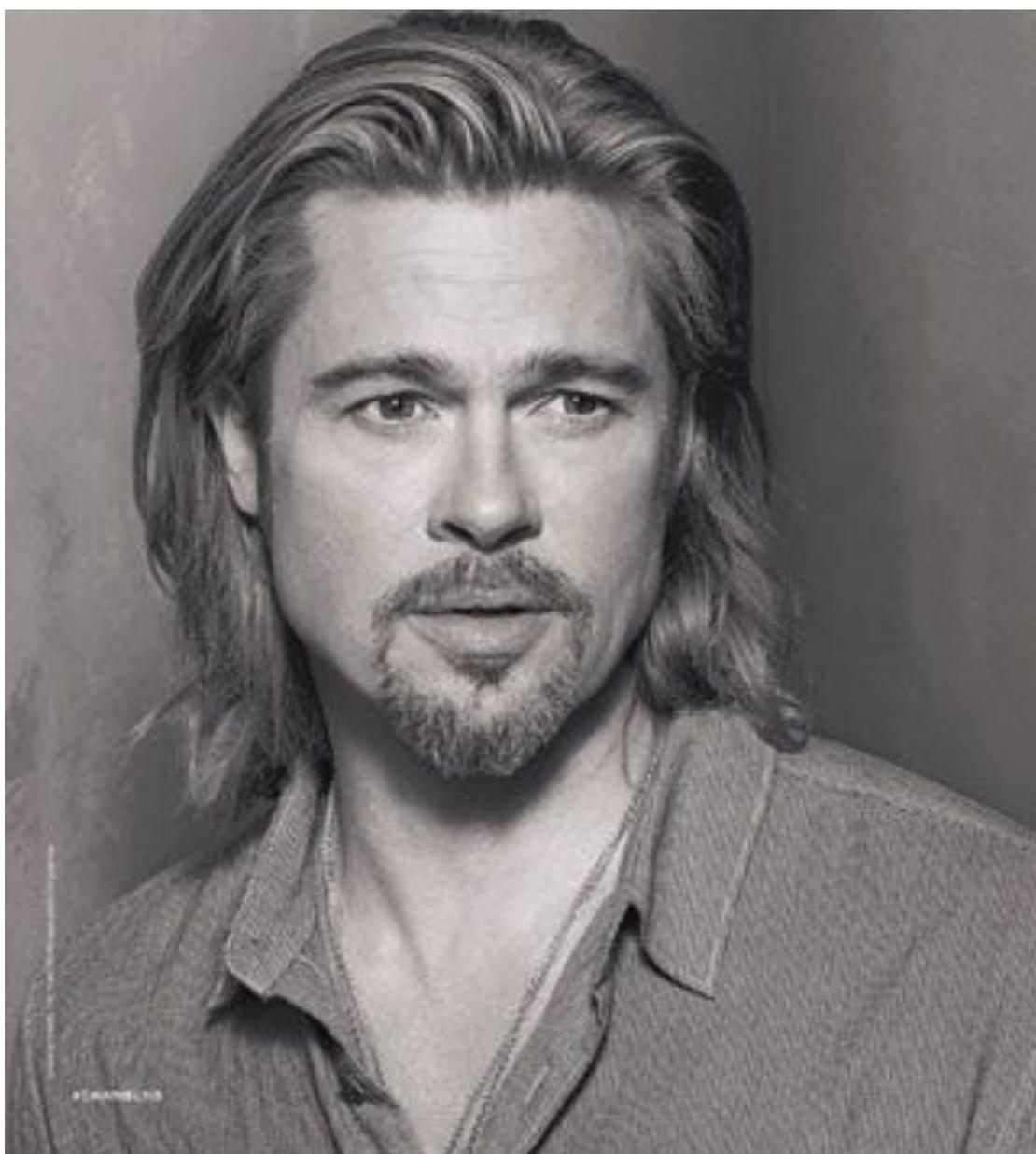
В зависимости от того, каковы общие цели рекламы, выделяют **две главные ее**

разновидности:

- **престижная реклама**, которая формирует образ товара и имидж фирмы;

N°5

INÉVITABLE



#CHANELN5



**- коммерческая
реклама,** которая
стимулирует продажи,
ускоряет товарооборот и
помогает искать
выгодных партнеров.

m&m's

ТАЕТ ВО РТУ, А НЕ В ЖАРУ



В зависимости от того, по каким каналам передают рекламную информацию, различают ***печатную рекламу, рекламу в прессе, аудиовизуальную рекламу, радио- и телерекламу, компьютерную рекламу.***

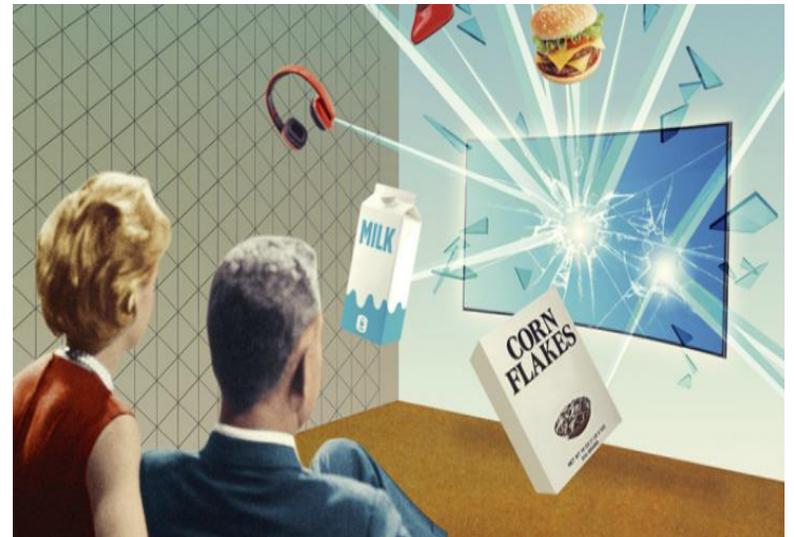


Москва, ночная реклама на здании
© Дмитрий Неумоин / Фотобанк Лори



Теле- и радиореклама являются самыми дорогостоящими, но и наиболее массовыми, охватывающими самые широкие слои населения.

Сила их психологического и эмоционального воздействия наиболее высока.



Реклама в прессе –самый распространённый вид рекламы. Она дешевле радио- и телерекламы, удобна из-за особенностей редакционной обработки (например, в газетах выделяются специальные рубрики типа «Продам», «Куплю» и т. п.), доходит до массового потребителя.

Компьютеризованная реклама

сочетает текст, рисунок, схемы, графику и звук. К основным видам компьютерной рекламы можно отнести электронную рекламу по принципу почтовой рассылки (спам), интернет-конференции, электронную рекламу по принципу «загляните к нам» (с использованием баннеров на www-страницах).

Вывод. Реклама способствует продвижению товаров на рынке, знакомит потребителей с новыми видами товаров, их дополнительными качествами. Реклама привлекает внимание потребителя, подталкивает его к совершению покупки, увеличивая спрос.