**Практическая № 5**

**Составление плана текста, выполнение заданий по тексту**

Дистанционная торговля прочно вошла в нашу повседневную жизнь и с каждым годом завоёвывает всё большую популярность. Как удобно, не покидая дома или своего рабочего места, получить искомый товар непосредственно по месту своего нахождения. Но поскольку данный метод продаж вошёл в нашу жизнь недавно, то необходимо знать о некоторых особенностях, отличающих дистанционную торговлю от продажи товаров в стационарных местах торговли.

Продажа товаров дистанционным способом подразумевает, что у потребителя нет возможности ознакомиться ни с самим товаром, ни с образцом товара до момента его получения. А ознакомление происходит исключительно при помощи коммуникативных средств, таких как каталоги, почтовые рассылки, рекламные объявления, телефон, телевидение и т.п. Также при совершении сделки обе стороны не встречаются лицом к лицу. Любая продажа, осуществлённая без непосредственного присутствия продавца, на основании информации, взятой из каталогов, телевидения, радио, интернет-ресурсов, рекламных буклетов, будет причислена к разряду дистанционных продаж.

При принятии решения о покупке товара дистанционным методом особое внимание следует уделить информации, которую предоставляет продавец о себе, товаре и об условиях покупки. Если информация неполная или недостоверная, то следует воздержаться от покупки у этого продавца.

Если в предложении или при доставке товара не указывается фирменное наименование продавца, а также его адрес, а только указаны контактные телефоны, то стоит воздержаться от покупки. В противном случае если возникнет необходимость вернуть, обменять товар или предъявить рекламацию по недостатку, то вы не будете знать, куда обратиться и предъявить претензию к покупке (товару).

Покупатель имеет право отказаться от товара в течение семи дней или, при не предоставлении информации об условиях возврата, в течение трёх месяцев с момента передачи ему товара. Основное здесь — сохранение товарного вида и потребительских свойств.

*(По материалам интернет-сайта Общества защиты прав потребителей)*

**26.** Составьте план текста. Для этого выделите основные смысловые фрагменты текста и озаглавьте каждый из них.

**27.** В чём, по мнению авторов, состоит удобство дистанционной торговли? Как при дистанционной торговле потребитель знакомится с товарами, выбирает их?

**28.** Какой информации при покупке товара дистанционным способом, по мнению авторов, следует уделить особое внимание? Как это может защитить права потребителя?

**29.** В настоящее время телемагазины активно предлагают потребителям одежду, обувь, ювелирные украшения. Предположите, с какими проблемами может столкнуться потребитель при дистанционной покупке именно этих товаров. Выскажите три предположения.

**30.** Почему право возврата приобретённого товара является одним из важных прав потребителя? Какие два условия, необходимые для возврата товара, должен выполнить потребитель?

**31.** Какие рекомендации, касающиеся дистанционной торговли, применимы и к покупкам в стационарных магазинах? Используя текст, приведите две рекомендации и в каждом случае кратко поясните

Текст №2

 За последние 250 лет человечеству удалось существенно увеличить производство и улучшить качество жизни. И сейчас экономический прогресс общества открывает всё более и более эффективные способы превращения имеющихся в его распоряжении ресурсов в желанные товары и услуги. Но это не отменяет фундаментального закона — человек всё равно испытывает и будет испытывать дефицит. Ресурсы в мире ограничены, а человеческие желания бесконечны. И, поскольку всего того, что хочется, иметь невозможно, приходится выбирать.

Если для производства какого-либо одного товара мы используем труд, станки, природные ресурсы, — это вынуждает отказываться от других товаров, которые могли бы быть произведены в иной ситуации. Этот выбор в рыночной экономике осуществляют потребительский спрос и издержки производства. Спрос на товар — сигнал потребителя, указывающий предпринимателю, что следует производить. Однако чтобы произвести, исходные ресурсы должны быть «откуплены» у других направлений их использования. Издержки на закупку ресурсов напоминают предпринимателю, что существуют и другие производства, требующие тех же ресурсов.

В результате производители имеют сильный стимул поставлять на рынок только те товары, которые могут быть проданы по цене, по крайней мере равной издержкам их производства, и особенно те товары, ценность которых в глазах потребителя в наибольшей степени превышает издержки на их производство.

Важно понимать, что товар может быть предоставлен человеку или группе людей бесплатно, только если его кто-то оплатит, и это лишь перераспределит бремя издержек, ничуть его не уменьшая. Политики часто говорят о «бесплатном образовании», «бесплатной медицине» или «бесплатном жилье». Эти выражения способны лишь ввести в заблуждение. Ни одно из благ не предоставляется бесплатно — для производства каждого из них требуются дефицитные ресурсы. Например, здания, труд и другие ресурсы, вовлечённые в процесс обучения, могли бы использоваться для производства продовольствия, оказания услуг в сфере отдыха и развлечений и т. д. Издержки «производства образования» есть стоимость тех товаров, от которых пришлось отказаться в результате того, что требуемые для их производства ресурсы были потрачены на образование. Правительство может переложить эти издержки с одних плеч на другие, но избавиться от них невозможно. Правило «за всё надо платить» верно во всех случаях жизни.

*(Р. Строуп, Дж. Гвартни)*

**26.** Составьте план текста. Для этого выделите основные смысловые фрагменты текста и озаглавьте каждый из них.

**27.** Какой фундаментальный закон отме­ти­ли авторы? Как они обос­но­ва­ли дей­ствие этого закона?

**28.** Какие две сто­ро­ны эко­но­ми­че­ско­го вы­бо­ра от­ме­ти­ли авторы? В чём со­сто­ит про­бле­ма эко­но­ми­че­ско­го выбора? При­ве­ди­те при­мер си­ту­а­ции эко­но­ми­че­ско­го выбора.

**29.** Почему, по мне­нию авторов, бес­плат­ных благ не существует? Ка­ко­ва роль пра­ви­тель­ства в про­из­вод­стве и рас­пре­де­ле­нии «бесплатных» благ? На­зо­ви­те любые две со­ци­аль­ные группы, для ко­то­рых жиз­нен­но не­об­хо­ди­мы «бесплатные» блага.

**30.** Используя текст и об­ще­ство­вед­че­ские знания, сфор­му­ли­руй­те че­ты­ре со­ве­та на­чи­на­ю­ще­му предпринимателю, от­кры­ва­ю­ще­му свой бизнес.

**31.** Существует мнение, что про­из­вод­ство «бесплатных» благ тор­мо­зит эко­но­ми­че­ское раз­ви­тие страны. Со­глас­ны ли Вы с этим мнением? Ис­поль­зуя со­дер­жа­ние тек­ста и об­ще­ство­вед­че­ские знания, при­ве­ди­те два ар­гу­мен­та (объяснения) в обос­но­ва­ние своей позиции.