

Словесное мышление – письменное задание

Время на выполнение – 35 минут.

Внимательно прочтите задание в рамке и напишите сочинение на предназначенном для этого листе.

Требуемая длина сочинения – по меньшей мере, 25 строк. Не следует выходить за пределы строк, обозначенных на листе.

Если вы нуждаетесь в черновике, используйте предназначенное для этого место в экзаменационной брошюре (черновик не будет проверен). Вы не сможете получить дополнительный лист для написания сочинения или заменить выданный вам лист.

Пишите только на русском языке. Стиль вашего сочинения должен соответствовать принятому в академических текстах стилю. Обратите особое внимание на организацию текста и на правильный и четкий язык изложения.

Пишите только карандашом. Пишите ваше сочинение аккуратным и понятным почерком.

Вы также можете использовать ластик.

Сегодня небольшие магазины, например, книжные и продуктовые магазины, не в состоянии конкурировать с огромными торговыми сетями, и многие из них закрываются. Популярность огромных торговых сетей, в частности, связана с тем, что они предлагают более дешевые цены и более широкий ассортимент товаров, чем небольшие магазины, которые не способны конкурировать с их гигантскими финансовыми и коммерческими ресурсами.

Некоторые общественные активисты призывают публику как можно меньше пользоваться филиалами торговых сетей и предпочитать им покупки в небольших магазинах по месту жительства. По их словам, существование малых бизнесов вносит вклад в общину, в которой они работают: в отличие от огромных торговых сетей, малые бизнесы придают самобытность району, справедливо относятся к своим работникам, и покупки в них помогают местной экономике.

Что вы думаете об утверждении о том, что следует предпочитать покупки в небольших магазинах покупкам в огромных торговых сетях? Обоснуйте свой ответ.

Пример сочинения высокого уровня

Один из основных принципов западной экономики - невмешательство в то, что происходит на рынке. Так же, как в процессе эволюции, на свободном рынке идет естественный отбор - есть фирмы, которые преуспевают, и те, которые закрываются.

Справедливо ли искусственно влиять на процессы, формирующие состав свободного рынка?

С одной стороны, без конкуренции страдает потребитель поэтому ситуация монопольного контроля за рынком нежелательна.

С другой стороны, речь не идет о прекращении борьбы, а всего лишь о ее трансформации из борьбы между мелкими и крупными фирмами в противостояние крупных корпораций.

Вероятно цена и является определяющим фактором, который приводит покупателя не в соседнюю лавку, а в гигантский супермаркет. Если общество действительно заинтересовано в том, чтобы сохранить колорит районов, то почему это должен оплачивать житель этих районов?

Существует ряд способов поощрения мелких бизнесов: субсидии, льготы при аренде помещений, налоговые льготы, а также предоставление рекламных площадок. Приняв подобные меры можно справедливо распределить бремя финансирования убыточных бизнесов.

Утверждение о том, что владельцы небольших магазинов справедливо относятся к своим работникам, а, значит, владельцы крупных сетей - нет, спорно. Хочется надеяться, что и те, и другие, выполняют требования закона, что же касается условий труда, очевидно, что работники крупных сетей лучше защищены с точки зрения перспективы долгосрочного трудоустройства.

Конечно, невмешательство в то, что происходит на рынке, может привести к тому, что некоторые малые бизнесы исчезнут, тем не менее, лучшим из них, похоже, ничего не грозит. Среди параметров, влияющих на выбор покупателя, одним из первых, безусловно, стоит цена товара. Тем не менее, цена это первый, но не единственный фактор. Наряду с ценой на выбор покупателя оказывают влияние качество предлагаемого товара, уровень обслуживания, богатство ассортимента и удобство покупки. К последнему можно отнести и географическую близость магазина к покупателю.

Сегодня значительный процент покупок делают в интернете, поэтому вполне вероятно, что в ближайшее время не только вопрос покупок рядом с домом, но и в своей стране потеряет свою актуальность.

Поэтому не стоит навязывать предвзятое мнение потребителю ради оказания искусственного влияния на процессы, происходящие на рынке.