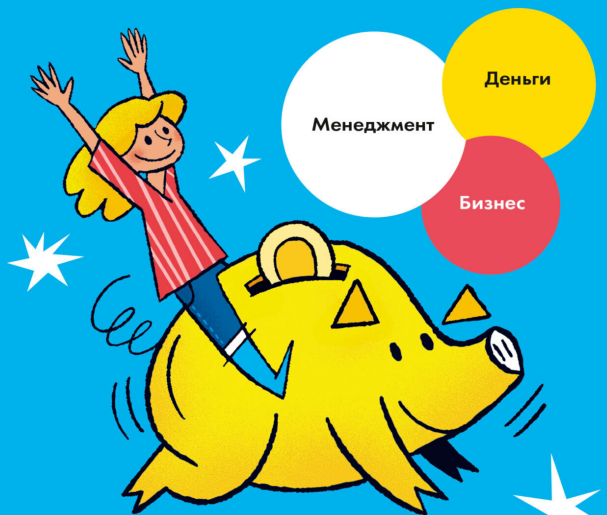


ДЖУЗЕППЕ МОРИЧИ



ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ ДЛЯ ДЕТЕЙ

Точно пригодится!

МИОО

Джузеппе Моричи
Основы экономики для
детей. Точно пригодится!
Серия «Точно пригодится»

Текст предоставлен правообладателем

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70565776

*Основы экономики для детей. Точно пригодится! / Джузеппе Моричи;
ил. Томмазо Видус Розин; Манн, Иванов и Фербер; Москва; 2024
ISBN 9785002145348*

Аннотация

Могут ли деньги сгореть в копилке? Почему сэндвич в кафе стоит дороже, чем в супермаркете? Можно ли повлиять на цены в школьной столовой? И как заработать на любимом хобби?

Вторая книга из серии современных учебников для подростков «Точно пригодится!». Свежий взгляд на 50 базовых понятий: доходы и расходы, спрос и предложение, рынок и конкуренция, инвестиции и кредиты... На понятных примерах из жизни, без сложных формул и скучных объяснений расскажем о том, что такое экономика и как она работает.

В этой книге вы и ваши дети найдете ответы на вопросы, которые волнуют обыкновенных девчонок и мальчишек. Узнаете, как идеи превращаются в готовые продукты, что нужно, чтобы

заработать первый миллион, и всегда ли цель бизнеса – это деньги. А главное, подростки поймут, что экономика – занятие не только для взрослых.

Фишки книги

- Базовые термины простым языком.
- Примеры из жизни подростков.
- Объяснения без формул.
- Забавные портреты с цитатами великих экономистов.

Для кого эта книга

Для детей от 10 лет.

Для родителей подростков, которые хотят помочь детям стать успешными во взрослой жизни.

На русском языке публикуется впервые.

Содержание

Джузеппе Моричи	7
Томмазо Видус Розин	9
Главное слово	12
Рынок	16
Конкуренция	19
Адам Смит	23
Потребности	28
Абрахам Маслоу	31
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Джузеппе Моричи Основы экономики для детей. Точно пригодится!

Научный редактор Юрий Кондуков

Все права защищены. Никакая часть данной книги не может быть воспроизведена в какой бы то ни было форме без письменного разрешения владельцев авторских прав.

Published originally under the title: Non solo soldi! Parole e storie per capire l'economia

© Dalcò Edizioni

Via Mazzini n. 6 – 43121 Parma

www.dalcoedizioni.it

All rights reserved

© Издание на русском языке, перевод. ООО «Манн, Иванов и Фербер», 2024

* * *

*Франческо, Джорджо и Каролине, которые
на протяжении многих лет не могли говорить*

о деньгах



Джузеппе Моричи



Джузеппе Моричи работал менеджером в компаниях, которые занимались разными продуктами: косметикой и макаронными изделиями, печеньем и тунцом, хлебом и закусками, даже моющими средствами. Затем он стал бизнес-консультантом, увлекся издательским делом и образованием. Сейчас он вице-президент издательства Feltrinelli и член со-

вета директоров школы Холдена.

Как-то между делом он начал писать книги для издательства Feltrinelli и не смог остановиться. В 2014 году вышла его книга «Заниматься маркетингом и оставаться хорошим человеком», в 2018-м – «Быть менеджером и оставаться хорошим человеком», в 2022-м – «Вести за собой, но не слишком увлекаться».

Моричи женат, у него трое взрослых детей, а живет он между Миланом и Нарни. Если бы он не стал менеджером, возможно, был бы преподавателем или журналистом.



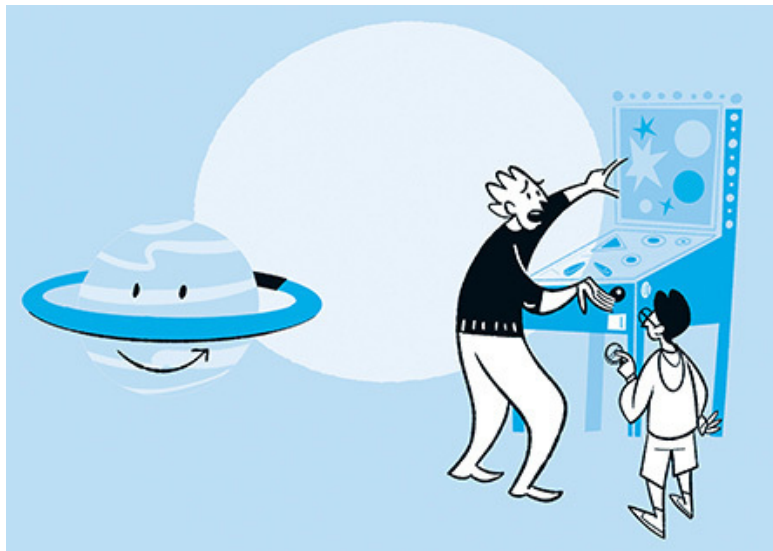
Томмазо Видус Розин



Томмазо Видус Розин – иллюстратор и графический дизайнер, работает креативным директором в студии Quadrato в Удине. За стенами офиса он папа двоих малышей, которые открыли ему мир иллюстрации.

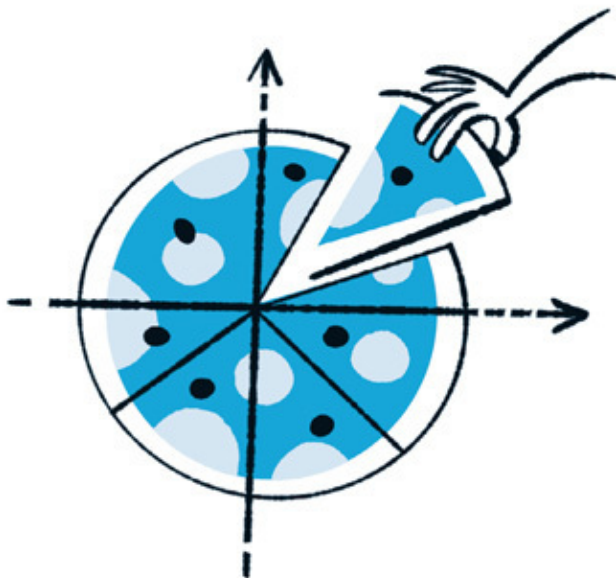
Помимо этой книги, он проиллюстрировал несколько дру-

гих. Среди них È arrivato il futuro, или «Будущее пришло», 2018 года; Mappe delle Scienze, или «Карты наук», 2023-го; а еще «Природные явления. Как образуются молнии, цунами и полярное сияние» и «Космос. Большая книга о Вселенной и космонавтике» – обе вышли в издательстве «МИФ» в 2022 году.





Главное слово



Книга, которую вы держите в руках, описывает основные понятия экономики, как частной, так и государственной. Однако в содержании вы не найдете самого термина «экономика». Мы специально поговорим о нем во введении, чтобы объяснить, почему это слово – самое главное.

Когда мы слышим слово «экономика» в повседневной ре-

чи, то сразу думаем о деньгах. Но так не должно быть. Понятие «экономика» происходит от двух греческих слов, oikos и nomos, ни одно из которых не означает «деньги». Nomos переводится как «закон» (например, астрономия – это «законны звезд», а агрономия – «законы земледелия»). Oikos означает «дом» или «домашнее хозяйство».

Древнегреческий ойкос был основополагающей единицей земледельческой экономики. Он объединял в одну систему ферму, семью и рабов, живших вместе с хозяевами. Дом и ферма давали семье все необходимое для жизни – доход, как мы сказали бы сегодня. Но путать доход от фермы с самой фермой, людьми и сообществом – серьезная ошибка.

Изначально экономика была связана с управлением всем домашним хозяйством, а не только деньгами. В Древней Греции это были земли вокруг фермы, семья, община рядом, а в современном мире – природные, человеческие и социальные ресурсы. Разумеется, экономика должна обеспечивать доход, но вместе с тем она должна учитывать интересы людей, окружающей среды и общества.

Сегодня все более актуальным становится древнее значение слова «экономика» – буквально «законы дома». Что такое «социальная ответственность бизнеса» и «экологическая устойчивость», если не попытка расширить понятие, вернуть ему нефинансовые аспекты, как было прежде?

Именно поэтому в книге упоминаются такие люди, как Адам Смит, Джон Мейнард Кейнс, Майкл Портер, Фи-

лип Котлер. В разное время они словом и делом помогли экономике обрести более глубокое, богатое и устойчивое толкование, чем было принято до них.

Эта книга прежде всего адресована детям, чтобы объяснить, что экономическая деятельность должна служить на пользу человеку и обществу, а не наоборот. Если будущие поколения помогут восстановить истинное значение и фундаментальную роль экономики, это приведет к общему процветанию и благополучию.



Рынок

Свобода продавать, покупать и зарабатывать

В туристических странах, например в Италии, предприимчивые дети продают на пляже браслетики из бисера. Сами о том не подозревая, они в этот момент создают рынок, основу современной экономики.

Рынок и свободная торговля настолько важны в современном обществе, что наша экономическая модель так и называется – *рыночная*. Первые рынки появились еще за 2000 лет до Рождества Христова, когда установились торговые связи между Месопотамией и Палестиной. Однако нынешняя концепция рынка зародилась в Европе после 1000 года, когда феодальная цивилизация уступила место буржуазному обществу, городам, ремесленному производству и торговле, то есть рынку.

Понятия рынка и свободы всегда шли рука об руку, превратившись практически в синонимы. По сути рынок – это место, где люди могут свободно продавать и покупать вещи друг у друга. Если вернемся к нашему примеру, дети с браслетиками олицетворяют собой предложение на рынке, а отдыхающие – спрос.

Рынок – это общая территория предпринимателя и покупателя. На свободном рынке покупатель может без помех удовлетворить свои нужды, покупая товар самого высокого качества по лучшей цене. А предприниматель вправе предложить свой товар любому покупателю и получать прибыль от этого обмена.

На первый взгляд все просто, но, если приглядеться, мы увидим три проблемы.

Первая проблема касается взаимоотношений между компаниями и государством. Чем большей свободой пользуется компания, тем больше государство контролирует рынок, особенно в стратегических секторах.

Вторая проблема заключается в скоплении огромных богатств в руках ограниченного круга людей – достаточно вспомнить Илона Маска, создавшего Tesla, или Джеффа Безоса из Amazon. В таких случаях государство обязано вмешаться, чтобы перераспределить богатства и восстановить социальное равенство, при этом не чиня препятствий предпринимателям.

Суть третьей проблемы состоит в том, что на экономическую деятельность уходит очень много природных ресурсов. Компании наносят ущерб речным водам и почве, упуская из вида возможные последствия. Современным компаниям нужно быть ответственнее предшественников и уделять больше внимания защите окружающей среды.

Предпринимателям и законодателям будущего следует

не только соблюдать правила рынка и менять их при необходимости, но и помнить, что от рынка мало толку без здоровой планеты и гармоничного общества.



Конкуренция

Душа свободной торговли

Наверное, в вашем районе есть киоск, где вы с друзьями постоянно что-нибудь покупаете – например, чипсы. Сколько вы платите за них, 100 рублей? А сколько друзей в вашей компании? Десять? Давайте-ка подсчитаем: один киоск, десять детей, по упаковке чипсов на каждого, а каждая упаковка по 100 рублей – 1000 рублей.

А теперь представьте, что рядом открылся другой киоск. Он старается любыми способами привлечь клиентов: продает чипсы по более низкой цене – за 90 рублей. Как вы поступите? Те же чипсы, та же марка, такая же упаковка... на 10 рублей дешевле. Пойдете покупать их в новом киоске? В этом и состоит конкуренция.



Первым словом, которое мы объяснили в этой книге, был «рынок», теперь настала очередь «конкуренции». Такой порядок не случаен: если нет рынка, то нет и конкуренции.

Конкуренция представляет собой соревнование между продавцами за то, чтобы продать больше, чем другие. Конкуренцию еще называют душой торговли, ведь она заставляет оттачивать мастерство, изобретать новые продукты, улуч-

шать те, что уже есть, или уменьшать затраты на их производство.



Пока в вашем районе только один киоск, владелец может сам решать, в какое время открываться утром и закрываться вечером, что продавать и прежде всего – по какой цене. Но как только открывается второй киоск, *монополия*, когда есть лишь один продавец и много покупателей, сменяется *конкуренцией*.

В режиме конкуренции ни один участник рынка не обладает большей властью, чем другие. У покупателей и владельцев киосков одинаковые возможности, и состязание стано-

вится справедливым.

Экономист Адам Смит считал так: когда на рынке есть два продавца и десять клиентов и каждый из них действует в собственных интересах, качество товаров повышается, а цены снижаются. В итоге свободная конкуренция приносит пользу всем.

Но как гарантировать конкуренцию? Недостаточно, чтобы работало лишь больше одного киоска. Современное государство должно следить, чтобы участники рынка вели себя правильно и стремились к общему благу, – тогда конкуренция будет эффективной.

Адам Смит

КТО ЭТО?

Великий шотландский экономист, известный тем, что поддерживал свободную конкуренцию. Основатель современной экономической мысли.

ГДЕ И КОГДА ЖИЛ?

В Шотландии в XVIII веке.



ПОЧЕМУ О НЕМ ВАЖНО ЗНАТЬ?

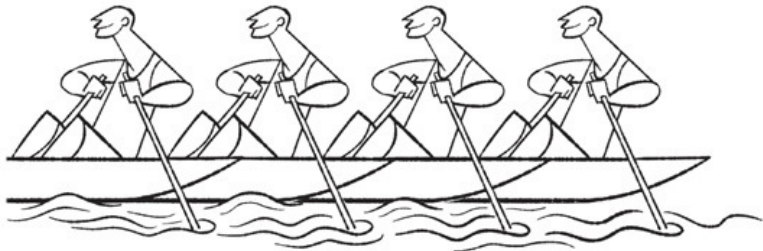
Экономист Адам Смит первым сформулировал идею сво-

бодной конкуренции. Он считал, что человек, действующий в личных интересах, косвенно принесет благо всем – таков естественный порядок вещей.

Смит говорил, что каждый, пытаясь реализовать свои интересы, «невидимой рукой направляется к цели, которая совсем и не входила в его намерения»¹, то есть к общему благу. А значит, надо, чтобы каждый член общества мог действовать, добиваясь для себя максимальной прибыли, и таким образом будет достигнуто общее благо. Рынок, свободная конкуренция и право частных лиц получать прибыль – столпы идей Смита. Он заложил фундамент современной экономической мысли.

Также Адам Смит считается основоположником экономического либерализма. Согласно его концепции, государство должно решать всего две экономические задачи: поддерживать свободу экономики и удовлетворять те потребности общества, которые не могут быть удовлетворены по инициативе отдельных людей.

¹ Цит. по: Адам Смит. Исследование о природе и причинах богатства народов. Книги 4–5. – М.: Азбука, 2020. *Здесь и далее примечания редактора.*



«КАЖДЫЙ ИЗ НАС НЕВИДИМОЙ РУКОЙ
НАПРАВЛЯЕТСЯ К ЦЕЛИ, КОТОРАЯ СОВСЕМ
И НЕ ВХОДИЛА В НАШИ НАМЕРЕНИЯ».



Потребности

Что нам нужно на самом деле?

Каждый раз, когда вы просите у родителей мороженое, видеоигру или новые кроссовки, вы выражаете свои потребности. Потребности – чрезвычайно важное понятие. Из потребностей рождается рынок, а рынок – основа всей экономики!

Но давайте по порядку. Потребность – это отсутствие чего-либо. Голод – это потребность. Жажда – это потребность. Наличие тепла зимой, а прохлады летом – это тоже потребность. Даже отдых в красивом месте в горах – это потребность. Если все ваши друзья гоняют на новеньких велосипедах, у вас может возникнуть потребность сменить свой потертый велик. Без модной куртки вы как-нибудь проживете, но и она может стать вашей потребностью.

Чтобы удовлетворить свои потребности, мы покупаем товары (мороженое, велосипеды, дома) и услуги (отдых в отеле, поездки на поезде, стрижки в парикмахерской). Стараясь купить то, чего нам не хватает, мы превращаем потребности в спрос.

Именно потребности запускают колесо экономики. Когда

мы голодны, у нас есть потребность. Когда мы вспоминаем, что в супермаркете рядом с домом продается еда, потребность становится спросом. Когда мы приходим в супермаркет, спрос встречается с предложением – и так рождается рынок.

Понять потребности клиентов – одна из основных задач отделов *маркетинга* в крупных организациях. Маркетологи проводят специальные исследования, чтобы продукты компании соответствовали запросам клиентов и чтобы реклама работала эффективно – объясняя людям, какую потребность можно закрыть с помощью этих продуктов.

ПИРАМИДА ПОТРЕБНОСТЕЙ

Вторичные потребности не менее важны, чем **первичные**, просто они появляются позже. К таким потребностям относятся, например, чтение, походы в театр и другие культурные развлечения. Это понял психолог Маслоу, который проиллюстрировал свою концепцию с помощью пирамиды.



Абрахам Маслоу

КТО ЭТО?

Известный американский психолог, создатель пирамиды потребностей, широко применяемой в экономике.

ГДЕ И КОГДА ЖИЛ?

В США в период с 1908 по 1970 год.



ПОЧЕМУ О НЕМ ВАЖНО ЗНАТЬ?

Маслоу разделил потребности человека по приоритету – от низшего к высшему. Первостепенное значение для нас имеют базовые потребности, необходимые для выживания человека и его вида: дышать, питаться, утолять жажду, размножаться, спать.

На следующем уровне находится потребность в безопасности: человек стремится чувствовать себя здоровым, чтобы он и его частная собственность были надежно защищены.

Выше по приоритету расположена потребность в принад-

лежности и любви: важно ощущать себя частью семьи, иметь друзей, состоять в романтических отношениях.

Еще более высокий уровень занимают потребности в уважении: человеку важно внешнее признание его успехов и достижений.

И на вершине пирамиды располагается потребность в самореализации, которая укрепляет индивидуальность и уникальность каждого: потребность в творчестве, любимом деле, нравственном развитии.

Согласно идее Маслоу, мы в первую очередь заботимся о своем выживании, затем, обеспечив себя пищей, занимаемся собственной безопасностью, после чего задумываемся об общении и так далее.



«СТОИТ ЧЕЛОВЕКУ УДОВЛЕТВОРИТЬ ОДНИ ПОТРЕБНОСТИ, ИХ МЕСТО ТУТ ЖЕ ЗАНИМАЮТ НОВЫЕ, ЕЩЕ БОЛЕЕ ВЫСОКИЕ, И ТАК ДО БЕСКОНЕЧНОСТИ»²

² Цит. по: Абрахам Маслоу. Мотивация и личность. – СПб.: Евразия, 1999. Для ясности цитата немного изменена.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.