

Глава 4. **Как работает рынок.**

---

Урок №6. **Формирование рыночных цен.**  
Урок №7. **Рынок на практике или Как реально реорганизована торговля.**

Ключ маркетингового успеха прост: составьте нужное объявление, воспользуйтесь нужными средствами информации и выйдите со всем этим на нужный рынок.

*Дэн Кеннеди*

□ **Д.3.: § 8, 9, словарь, задания в тетради**

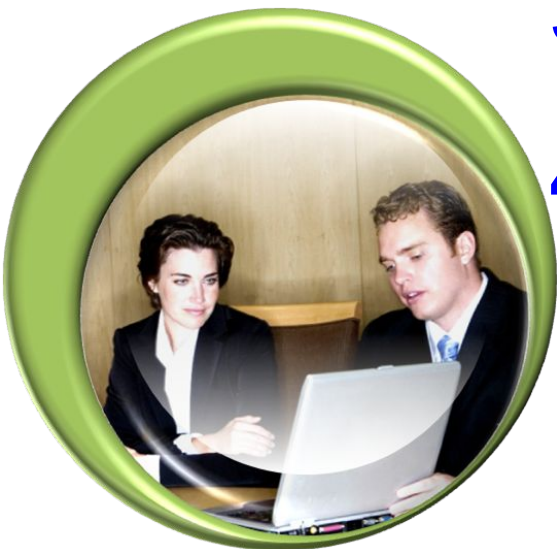
# Понятия, термины

- рыночная цена;
- избыток;
- дефицит;
- равновесие;
- величина спроса;
- величина предложения;
- превышение спроса над предложением;
- механизм цен;
- розничная торговля;
- оптовая торговля;
- торговый посредник.

# Изучение нового материала

## Урок №6

1. Типы рыночных ситуаций: дефицит, затоваривание и равновесие.
2. Понятие о равновесном количестве товаров и равновесной цене.
3. Механизмы формирования рыночного равновесия.
4. Механизм цен.



## Типы рыночных ситуаций: дефицит, затоваривание и равновесие.

Чтобы легче было понять механизм рыночного ценообразования, начнём сразу с конкретного примера, воспользовавшись данными об уже изучавшемся нами рынке велосипедов.

Таблица 4-1

Цена, ден.ед.	Величина спроса, шт.	Величина предложения шт.	Превышение предложения над спросом, шт.	Тип рыночной ситуации (И — избыток, Д - дефицит, Р — равновесие)
3500	0	130	130	И 
3000	12	122	110	И 
2400	27	108	81	И 
2000	38	97	59	И 
1650	50	85	35	И 
1300	66	70	4	И 
1150	60	60	0	Р
1000	88	56	-32	Д
750	120	42	-78	Д

**Избыток (затоваривание)** — ситуация, возникающая на рынке, когда при существующем уровне цены продавцы предлагают к продаже больший объем товаров, чем покупатели готовы купить при такой цене.

# Типы рыночных ситуаций: дефицит, затоваривание и равновесие.

Таблица 4-1

Цена, ден.ед.	Величина спроса, шт.	Величина предложения шт.	Превышение предложения над спросом, шт	Тип рыночной ситуации (И — избыток, Д - дефицит, Р — равновесие)
3500	0	130	130	И
3000	12	122	110	И
2400	27	108	81	И
2000	38	97	59	И
1650	50	85	35	И
1300	66	70	4	И
1150	60	60	0	Р
1000	88	56	-32	Д 
750	120	42	-78	Д 

**Дефицит** — ситуация на рынке, когда покупатели при существующем уровне цены готовы купить больший объём товаров, чем продавцы при такой цене согласны предложить к продаже.

# Понятие о равновесном количестве товаров и равновесной цене

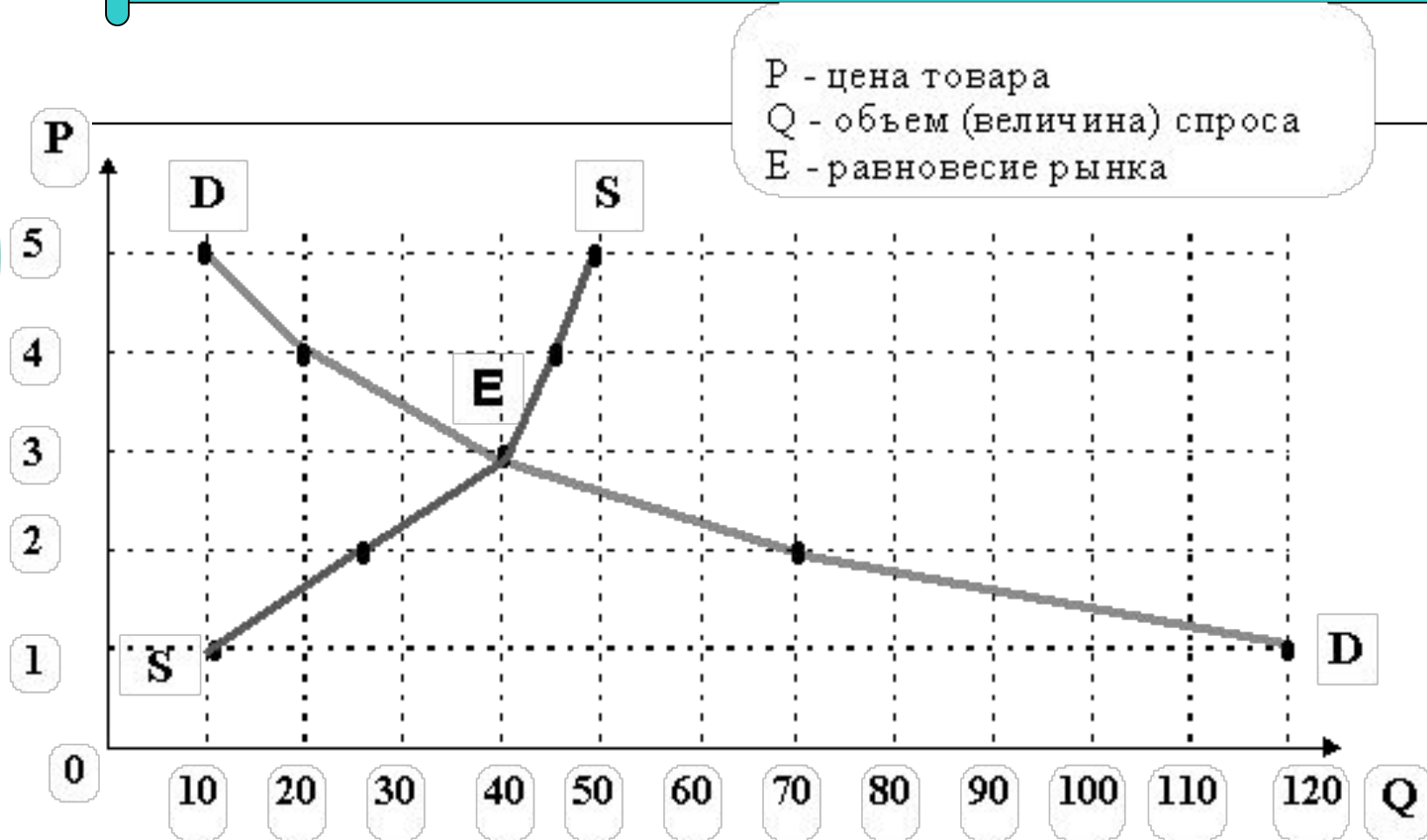
- существует цена, при которой на рынке не будет ни избытка, ни дефицита товаров: сколько товаров будет предложено к продаже, столько и будет куплено?

Таблица 4-1

Цена, ден.ед.	Величина спроса, шт.	Величина предложения шт.	Превышение предложения над спросом, шт	Тип рыночной ситуации (И — избыток, Д - дефицит, Р — равновесие)
3500	0	130	130	И
3000	12	122	110	И
2400	27	108	81	И
2000	38	97	59	И
1650	50	85	35	И
1300	66	70	4	И
1150	60	60	0	Р ←
1000	88	56	-32	Д
750	120	42	-78	Д

При цене в 1150 р. **величина спроса совпадает с величиной предложения**, т. е. будет достигнуто **равновесие спроса и предложения**. Эту цену называют **равновесной ценой**, т. е. при этой цене решения покупателей о покупке и продавцов о продаже взаимно согласуются.

# Понятие о равновесном количестве товаров и равновесной цене



**Равновесная цена** - цена, позволяющая продать весь объем товаров, который изготовители (продавцы) согласны при такой цене предложить на продажу.



# Механизмы формирования рыночного равновесия.

Можно ли управлять формированием рыночного равновесия?



**реклама** представляет собой форму информирования и ее результаты зависят от характера передаваемых сообщений:

*сезонная распродажа;  
закрытие торговой точки;*

- *праздничная распродажа;*
- *популяризация нового незнакомого товара;*
- *целевая распродажа (для категорий покупателей)*



**«Тюльпаномания по-голландски» (см. с. 57 учебника)**



# Механизм цен

- **Механизм цен** — формирование и изменение рыночных цен под влиянием столкновения интересов покупателей и продавцов, принимающих свои решения без принуждения извне.

Информация эта может быть троякого рода:

- **если цены повышаются**, значит, товаров на рынок поступает меньше, чем покупатели готовы приобрести при этом уровне цен;
- **если цены снижаются**, значит, товаров на рынок поступает больше, чем покупатели готовы приобрести при этом уровне цен;
- **если цены остаются почти неизменными**, значит, на рынок поступает примерно столько товаров, сколько покупатели готовы приобрести при этом уровне цен.

"невидимая рука рынка"

# Механизм цен



# ВЫВОДЫ

- Изготовителям и продавцам они подают сигналы о том, стоит ли производить тот ИЛИ иной товар и торговать им, насколько это выгодно при сложившемся уровне цен.
- Покупателям они дают информацию для принятия осознанного решения: по карману ли им приобретение данного товара. Поэтому рынок, на котором система цен формируется свободно — по результатам торга между продавцами и покупателями, — постоянно заставляет всех его участников действовать так, чтобы возникало состояние равновесия.
- **Рынок в состоянии равновесия — лучший из возможных компромиссов между интересами продавцов и покупателей.**

# Изучение нового материала

## Урок №7

1. Что такое розничная и оптовая торговля.
  2. Экономические причины возникновения оптовой торговли и приносимая ею обществу выгода.
- 



# Что такое розничная и оптовая торговля.



- Для изготовления нужных людям благ любое предприятие должно собрать вместе все те производственные ресурсы, которые для этого необходимы.
- Как удастся заполучить их в нужном объёме и в нужное время?
- Как передать изготовленные изделия тем, кто хочет их получить, для кого они действительно являются благами, т. е. реальным богатством?





# Что такое розничная и оптовая торговля.

Как же владельцу магазина удастся собрать все эти товары у себя на полках?



Поначалу эта задача решалась розничными торговцами во всем мире крайне просто — они брали большую корзину и с ней обходили на базаре прилавки своих коллег. Взяв у каждого по много единиц определенного товара, они несли эту корзину к себе в лавку или магазинчик и уже там продавали в розницу.

Но по мере того как люди осваивали производство разнообразных благ и соответственно покупателей начинал интересовать всё более широкий круг товаров, жизнь розничных торговцев усложнялась.



# Что такое розничная и оптовая торговля.



Без торговли — особой сферы человеческой деятельности — никакая производственная деятельность была бы просто невозможна.

- Розничная торговля самая древняя и самая сложная форма торговой деятельности.
- Розничный продавец должен суметь уговорить покупателя приобрести товар именно у него, да притом на устраивающих торговца условиях.
- **«Получить товары куда легче, чем деньги»** (Джерем Бентам английский экономист, философ)

***Розничная торговля — продажа потребительских товаров непосредственно покупателям и в небольшом числе экземпляров либо в малом объёме***

# УСЛУГИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ



Схема 6.5. Классификация услуг розничной торговли [20]

# Что такое розничная и оптовая торговля.



**Оптовая торговля** – деятельность, связанная с продажей товаров и услуг организованным потребителям для последующей перепродажи либо использования в производственных целях.

Оптовики способны выполнять сбытовые функции более эффективно и с меньшими затратами.



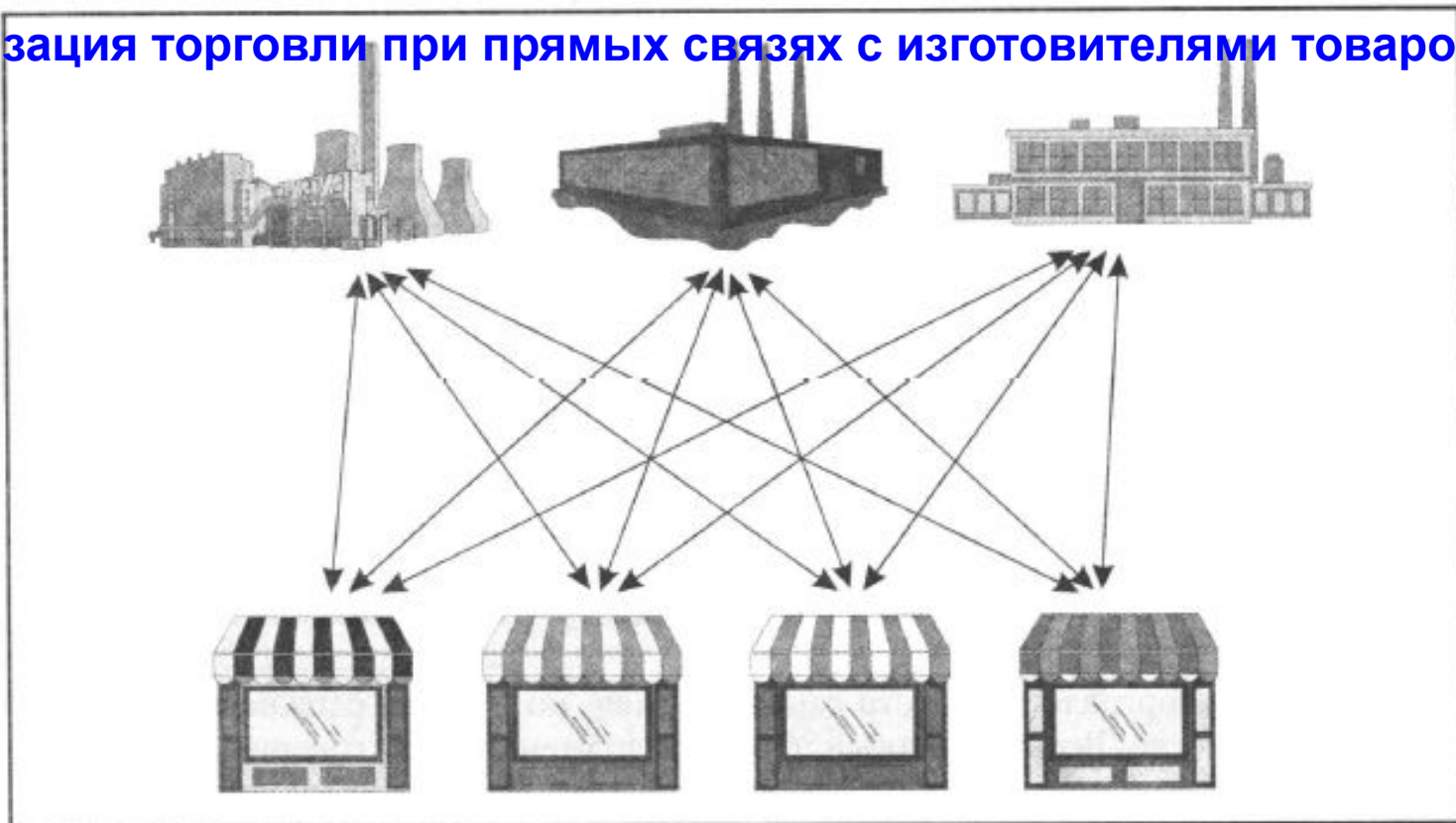
# Экономические причины возникновения оптовой торговли и приносимая ею обществу выгода.

## СРАВНЕНИЕ ОПТОВОЙ И РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ

Параметры	Розничная торговля	Оптовая торговля
Определение	Розничная торговля - это предпринимательская деятельность, связанная с торговлей товарами (в том числе за наличный расчет, а также с использованием платежных карт) на основе договоров розничной купли-продажи.	Оптовая торговля - это вид торговой деятельности, связанный с приобретением и продажей товаров для использования их в предпринимательской деятельности (в том числе для перепродажи) или в иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием
Договор	Договор розничной купли-продажи	Договор поставки или иные договоры гражданско-правового характера, содержащие признаки договора поставки
Особенности договора	Публичный, то есть устанавливающий обязанности по продаже товаров, которые необходимо выполнить в отношении всех заинтересованных лиц	Обязанность продавца передать товар покупателю в обусловленные сроки. В договоре обозначаются также стороны сделки, ассортимент товаров, порядок и форма расчетов, момент перехода права собственности на товар
Момент заключения договора	С момента выдачи продавцом покупателю кассового или товарного чека либо иного документа, подтверждающего оплату товара	Дата и срок заключения указаны в договоре
Документальное оформление	Товарные или кассовые чеки, иные документы, подтверждающие оплату	Оформляются договоры, накладные и счета-фактуры, а также ведутся журналы учёта полученных и выставленных счетов-фактур, книги покупок и продаж
Предназначение товара	Для личного, семейного, домашнего или иного использования, не связанного с предпринимательской деятельностью	Для использования предпринимательской деятельности (например, в целях перепродажи) или иных целях, не связанных с личным, семейным, домашним и иным подобным использованием
Форма оплаты	Наличная и безналичная	Наличная и безналичная
Покупатели	Физические и юридические лица	Физические и юридические лица

## Экономические причины возникновения оптовой торговли и приносимая ею обществу выгода.

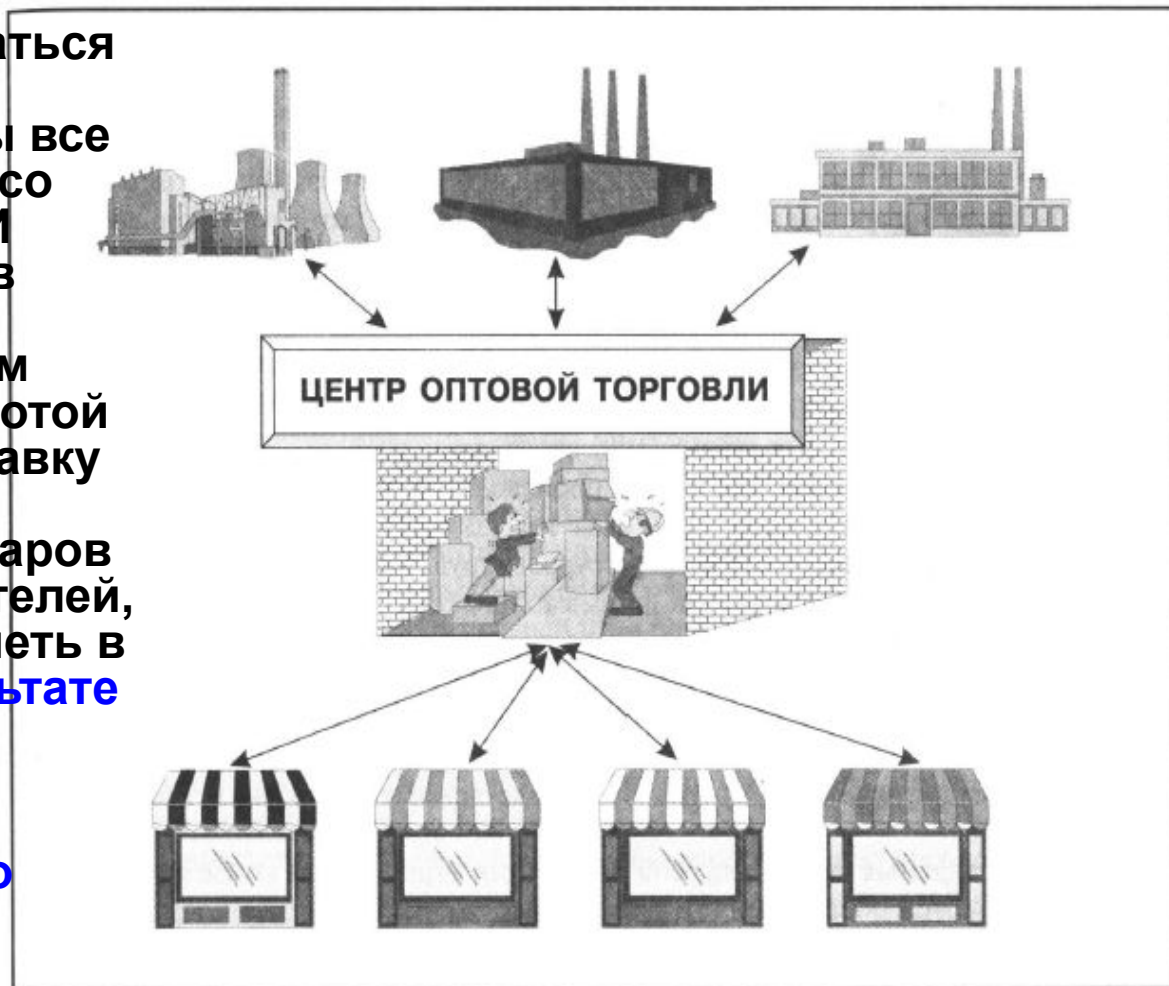
Организация торговли при прямых связях с изготовителями товаров



Торговец напрямую договаривался с изготовителями товаров. Каждому изготовителю приходилось иметь дело с множеством розничных торговцев, а каждому владельцу магазина — с большим числом изготовителей товаров. Иными словами, между производителями и торговцами устанавливались **многочисленные прямые связи**.

# Экономические причины возникновения оптовой торговли и приносимая ею обществу выгода.

Куда проще воспользоваться услугами посредника, который представлял бы все магазины в отношениях со всеми изготовителями. И тогда поставки товаров в магазины стали осуществляться оптовым торговцем. И уже его заботой было организовать поставку каждому розничному торговцу именно тех товаров определенных изготовителей, которые тот хотел бы иметь в своем магазине. **В результате количество связей (соответственно затрат) между изготовителями и торговцами существенно снизилось.**





**Экономические причины возникновения  
оптовой торговли  
и приносимая ею обществу выгода.**

- **Рецепт четвертый**
- **Не следует создавать препятствия для работы рыночных механизмов, например «замораживать» цены, поскольку это не даст рынку достичь равновесия и на нём надолго сохранится ситуация либо дефицита, либо избытка товаров.**

# Рефлексия



- **Что узнали?**
- **Каким способом?**
- **Чему научились?**
- **Какие испытывали трудности?**
- **Интересно ли было на уроке?**

## Задача 1

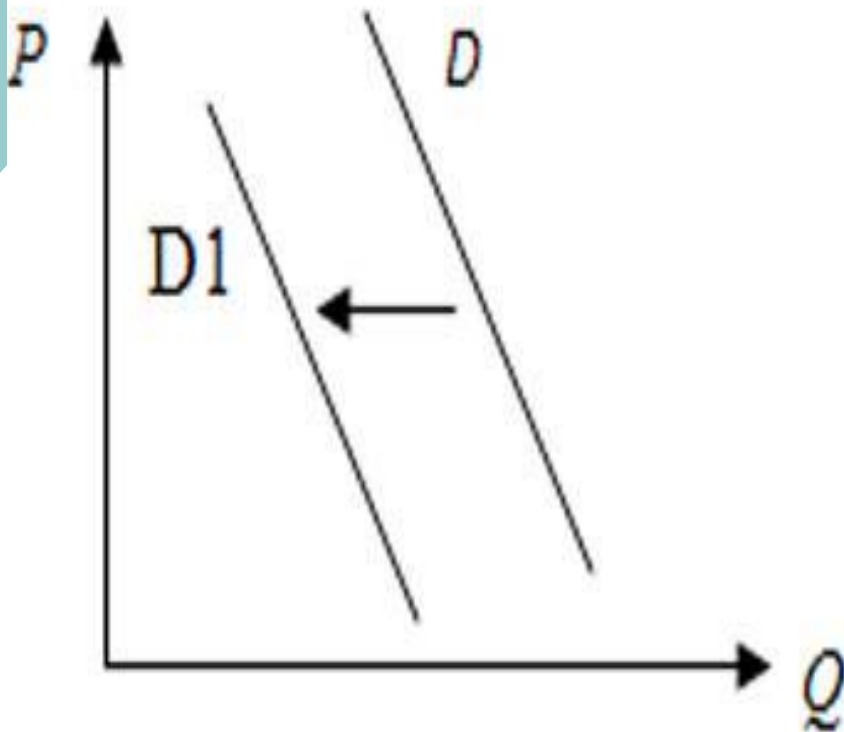
---

Как повлияет при других равных условиях увеличение в 1,5 раза доходов населения на спрос следующих товаров?

- 1) перловая крупа;
- 2) красная икра;
- 3) компьютеры;
- 4) соль.

## Задача 2

На рисунке отражена ситуация на рынке телевизоров: линия спроса  $D$  переместилась в новое положение  $D1$  ( $P$  – цена товара,  $Q$  – объём спроса товара). Это перемещение может быть вызвано в первую очередь:



- 1) снижением доходов потребителей
- 2) увеличением налогов на производителей телевизоров
- 3) удешевлением технологии производства телевизоров
- 4) увеличением количества магазинов, торгующих телевизорами

## Задача 3

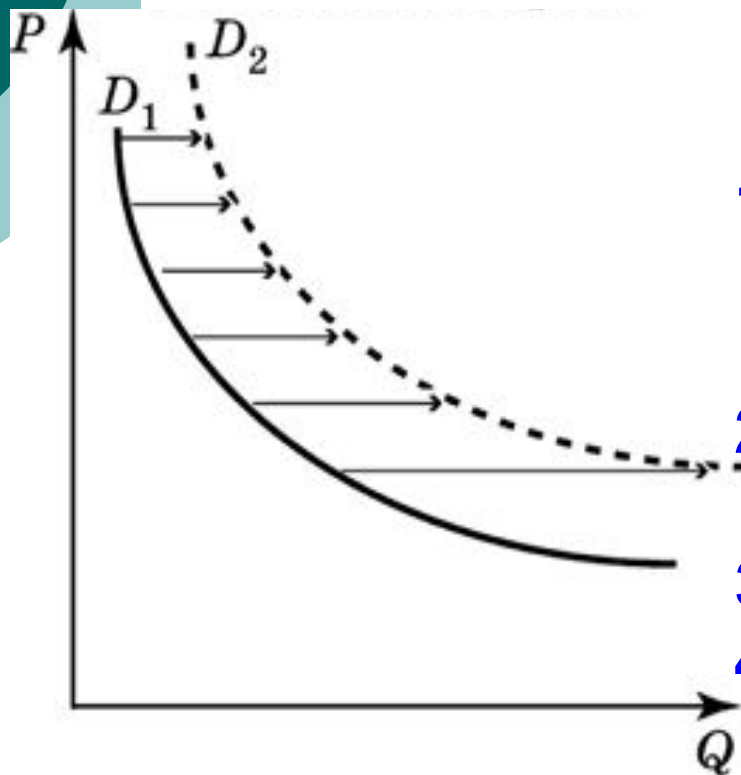
---

Как повлияет каждое из следующих событий при всех других равных условиях на спрос жителей конкретной страны на натуральный сок местного производства?

1. Выросли цены на газированные напитки;
2. Упали цены на импортные консервированные соки;
3. Появление на местном рынке новой марки водки.

## Задача 4

На рисунке отражена ситуация на рынке строительных материалов: линия спроса  $D_1$  переместилась в новое положение  $D_2$  ( $P$  – цена – товара,  $Q$  – объём спроса товара).



Это перемещение может быть вызвано прежде всего:

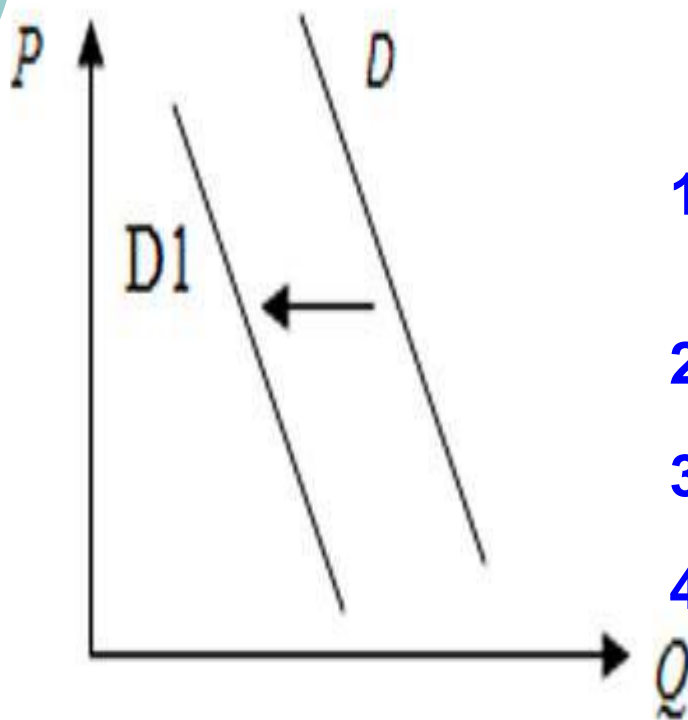
- 1) ростом числа производителей строительных материалов;
- 2) введением нового налога для производителей;
- 3) совершенствованием;
- 4) ожиданием повышения цен на строительные материалы.



## Задача 5

На рисунке отражена ситуация на рынке детского питания:

линия спроса  $D$  переместилась в новое положение  $D1$  ( $P$  – цена товара,  $Q$  – объём спроса товара). Это перемещение может быть вызвано в первую очередь:

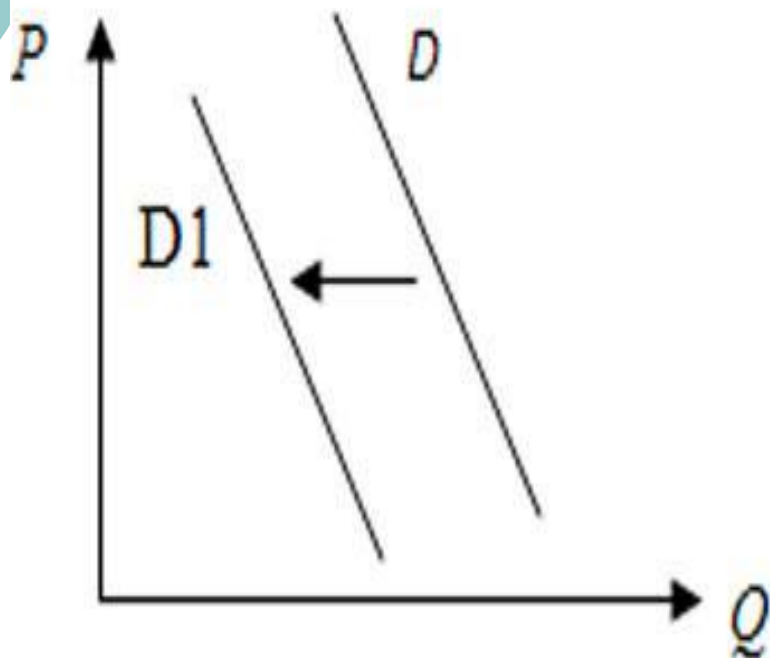


Это перемещение может быть вызвано прежде всего:

- 1) совершенствованием технологии изготовления детского питания;
- 2) усилением конкуренции производителей;
- 3) снижением рождаемости в стране;
- 4) ростом доходов производителей детского питания

## Задача 6

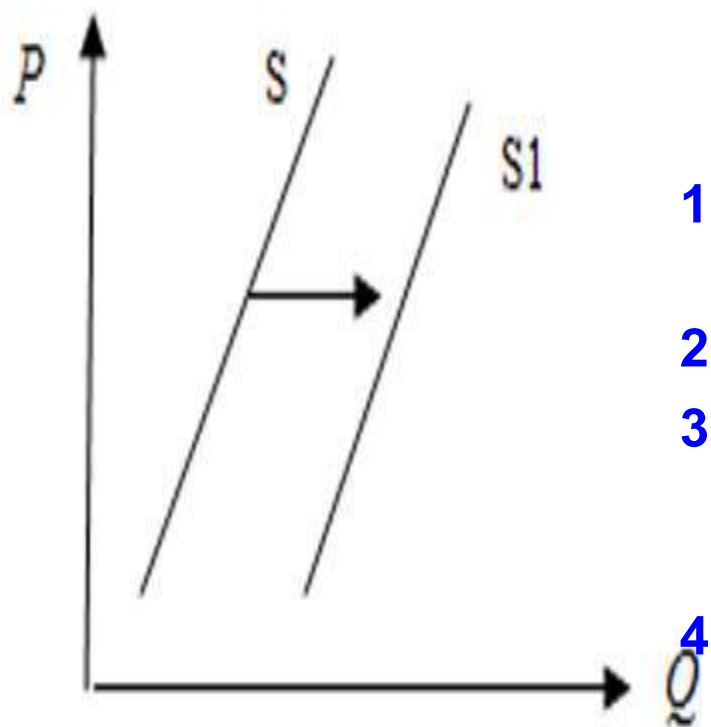
На рисунке отражена ситуация на рынке табачных изделий: линия спроса  $D$  переместилась в новое положение  $D1$  ( $P$  – цена товара,  $Q$  – объём спроса товара). Это перемещение может быть вызвано в первую очередь:



- 1) ростом доходов производителей табака;
- 2) изменением предпочтений людей;
- 3) совершенствованием технологии производства табачных изделий;
- 4) усилением конкуренции производителей.

## Задача 7

На рисунке отражена ситуация на рынке бытовой химии: линия предложения  $S$  переместилась в новое положение  $S_1$  ( $P$  – цена товара,  $Q$  – количество товара).

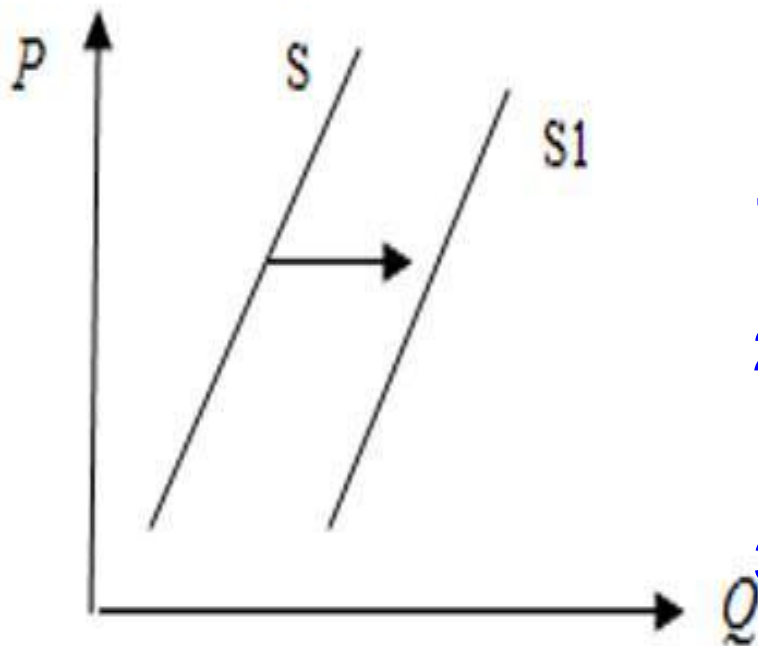


Это перемещение может быть вызвано прежде всего:

- 1) слухами о вреде бытовой химии для здоровья;
- 2) наступлением сезона отпусков;
- 3) появлением аналогичных средств на основе природных компонентов;
- 4) сокращением издержек производства бытовой химии.

## Задача 8

На рисунке отражены изменения, произошедшие с предложением свежесвыловленной рыбы: линия предложения **S** переместилась в новое положение **S1** (**P** – цена товара, **Q** – количество товара).



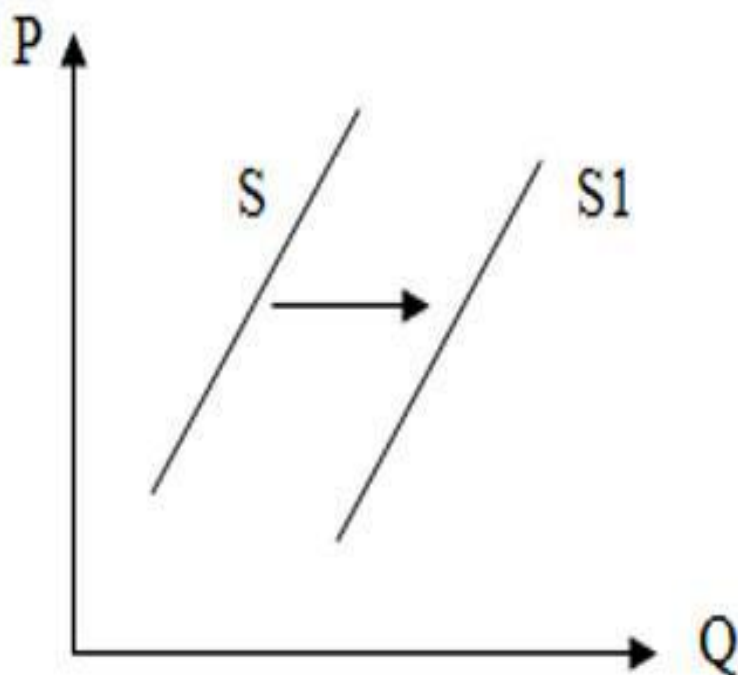
Это изменение может быть связано прежде всего:

- 1) с совершенствованием технологии разведения рыбы;
- 2) с приближением сезона отпусков работников рыбных хозяйств;
- 3) с популяризацией в СМИ блюд из рыбы;
- 4) с повышением цен на другие продукты, содержащие белок.

## Задача 9

На рисунке отражена ситуация на рынке производителей косметики. Линия предложения  $S$  переместилась в новое положение  $S1$  ( $P$  — цена товара,  $Q$  — объём предложения товара).

Это перемещение может быть связано в первую очередь с:



- 1) увеличением доходов потребителей;
- 2) сокращением количества потребителей;
- 3) снижением налогов на производителей косметики;
- 4) закрытием ряда косметических фирм.

## Задача 10

На плодородных землях Украины одинаково хорошо растут и пшеница и гречиха. Предположим, что цены на гречиху резко возросли в связи с тем, что люди узнали о ее целебных свойствах. Как это может отразиться на предложении пшеницы?





## Задача 11

За последние годы в Москве появилось много новых кафе и ресторанов. Что можно сказать о кривой предложения на московском рынке услуг общепита?



# ИСТОЧНИКИ

---

- Экономика. Программа для 10, 11 классов общеобразовательных школ (базовый уровень). (Автор программы – И.В.Липсиц)
- Липсиц И.В. Экономика. Базовый курс: Учебник для 10,11 классов общеобразовательных учреждений М.: Вита-пресс,2015г.
- Методические пособия: Савицкая Е.В., Серёгина С.Ф. Уроки экономики в школе: пособие для учителя. – М.: Вита-пресс,2006 г.
- Пинегина Виктория Викторовна. Учитель экономики МБОУ СОШ №188 г. Новосибирска