

Рынок и рыночные показатели



Развитие рынка

- Самообеспечение – каждый участник может самостоятельно добыть для себя все необходимое.

**Рыба
к**

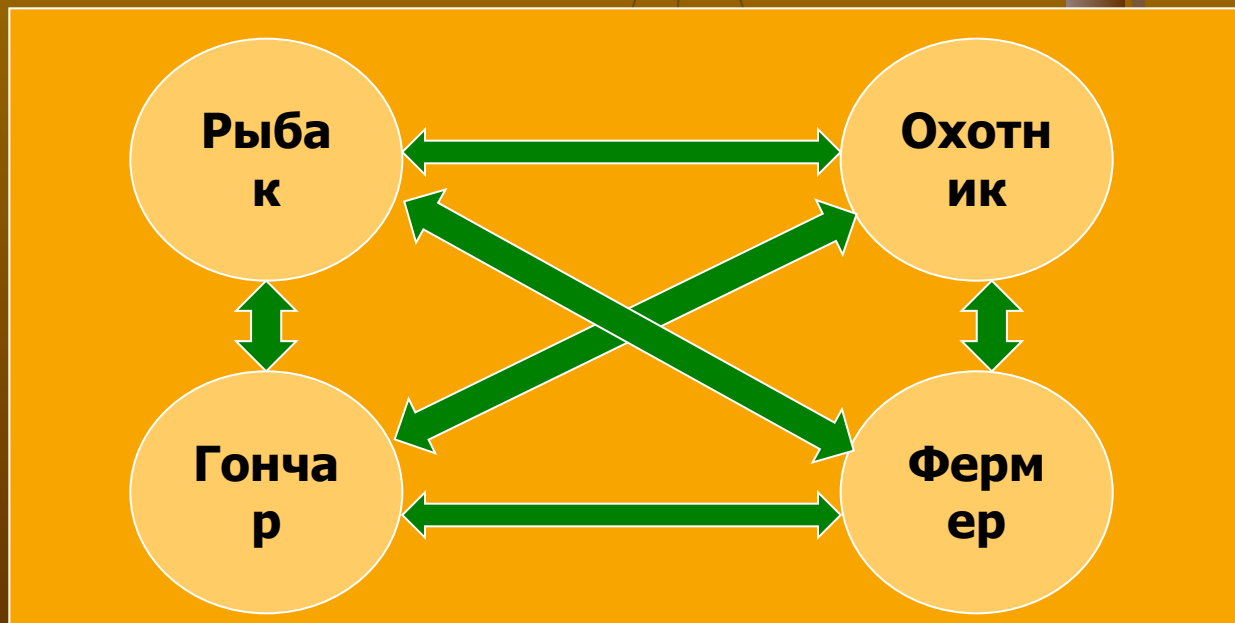
**Охотн
ик**

**Гонча
р**

**Ферм
ер**

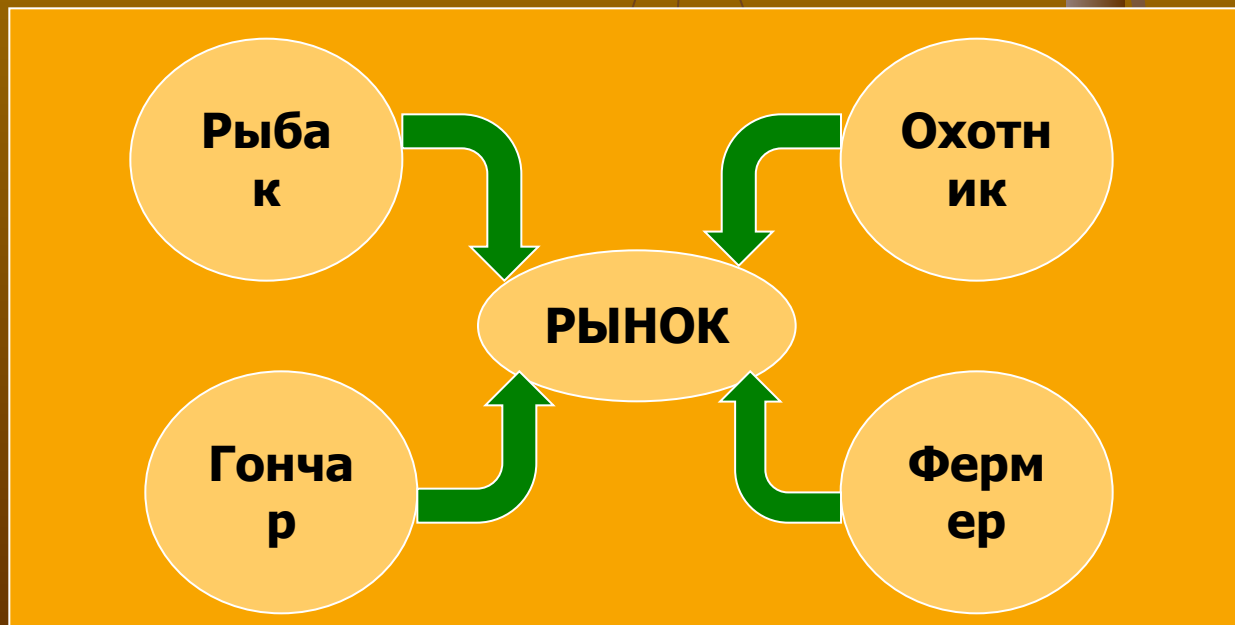
Развитие рынка

- Децентрализованный обмен, когда каждый из 3-х других в качестве своих потенциальных «покупателей», составляющих его рынок.



Развитие рынка

- Централизованный обмен, при котором появляется новое лицо находящееся где-то в центре между ними, в месте под названием рыночная площадь.



Классификация рынков

Вид рынка	Характеристика
Товарный рынок	Сфера обмена касается одного товара в самом широком его понимании.
Потребительский рынок	Совокупность потребителей индивидов и семей, покупающих товары и услуги для личного потребления. Наличие массового потребителя, разнообразных форм конкуренции.
Рынок товаров производственно-технического назначения	Совокупность организаций и частных лиц, приобретающих товары и услуги для производства других товаров. Меньшее число покупателей, закупающих товары и услуги в большем количестве. Системная продажа.
Рынок перепродаж	Совокупность организаций и частных лиц, приобретающих товары для их перепродажи или сдачи в аренду.
Рынок государственных учреждений	Государственные учреждения различных уровней, покупающие или арендующие товары и услуги для выполнения своих функциональных обязанностей.

Рынок продавца	Позиция продавца на рынке сильнее позиции покупателя. Спрос превышает предложение товара (услуги)
Рынок покупателя	Позиция покупателя на рынке сильнее позиции продавца. Предложение превышает спрос, пусть даже незначительно.
Рынок страны	Сфера обмена охватывает всю национальную территорию
Мировой рынок	Совокупность национальных рынков государств, связи между которыми опосредованы международной торговлей.
Локальный рынок	Сфера обмена охватывает район
Потенциальный рынок	Совокупность потребителей, проявляющих интерес к определенному товару (услуге).
Доступный рынок	Группа потребителей, имеющих интерес к определенному товару, услуге, а так же доступ к нему и средства для его приобретения.
Освоенный рынок	Совокупность потребителей, уже купивших какой-то товар (услугу).
Закрытый рынок	Товарный рынок, где взаимодействуют продавцы и покупатели, связанные различными формами некоммерческих отношений.
Открытый рынок	Сфера обычной коммерческой деятельности практически неограниченного круга независимых покупателей и продавцов. Характерно заключение краткосрочных коммерческих сделок, имеют место частые и резкие колебания цен.

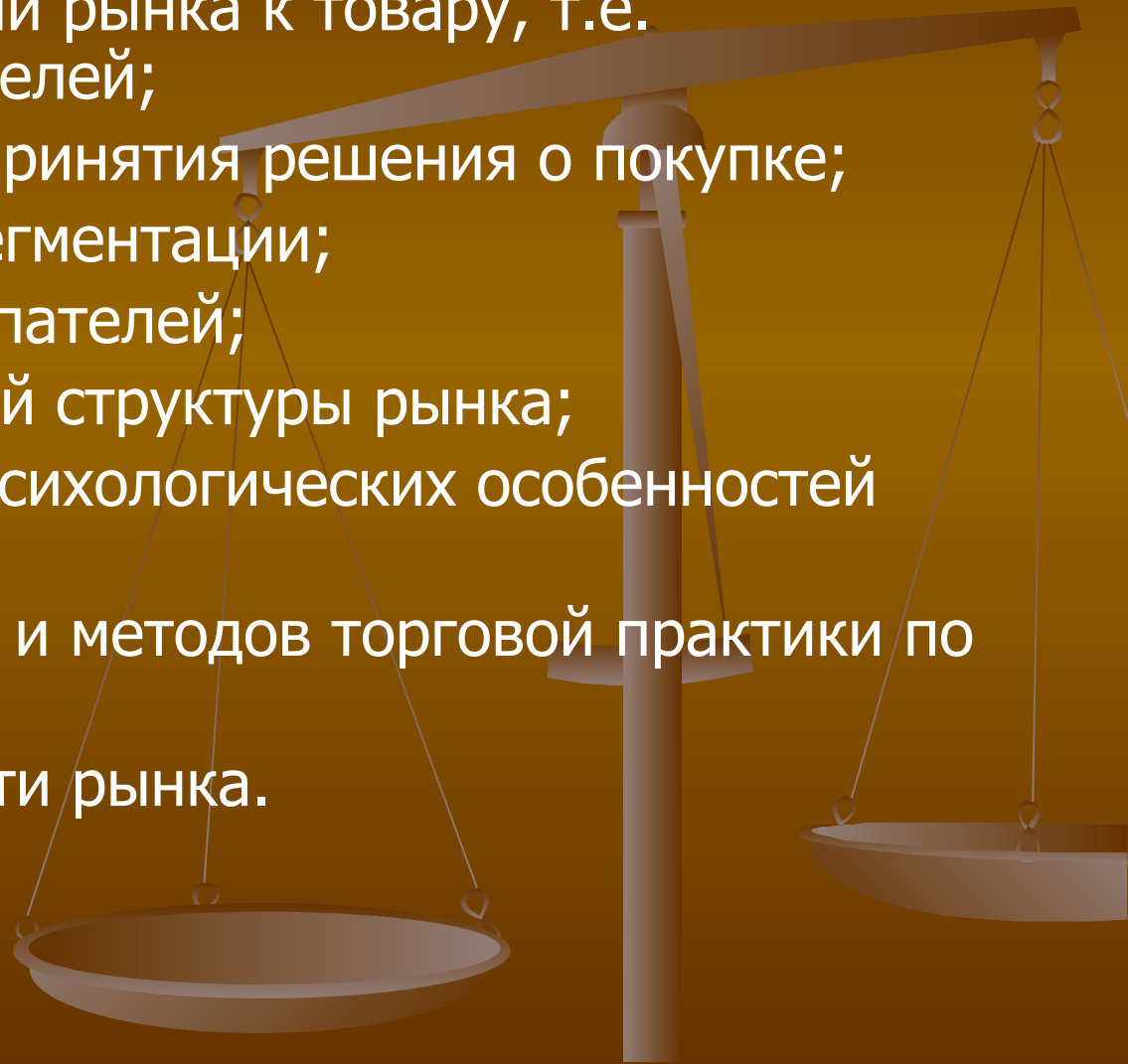


Цель исследования рынка –

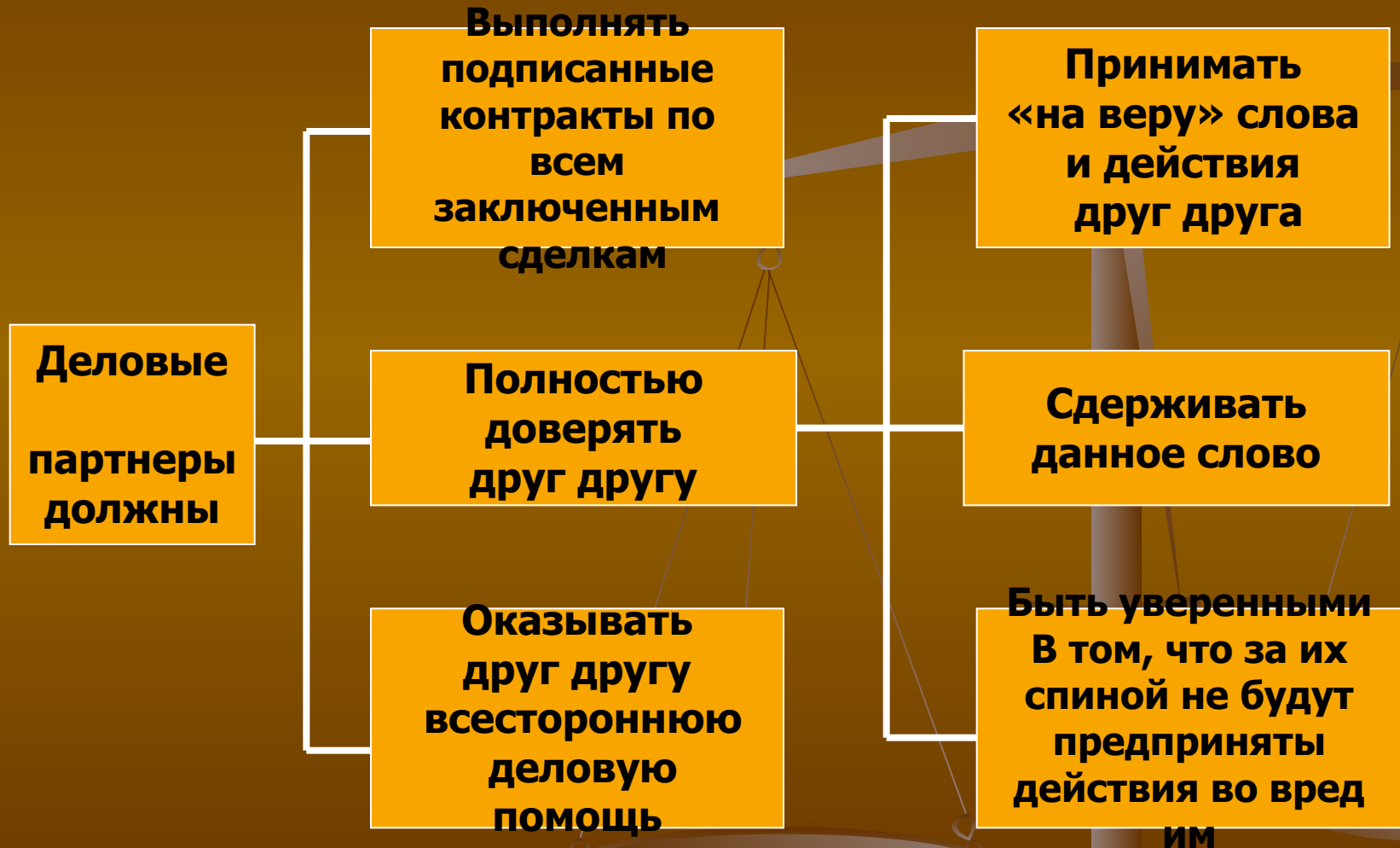
определение того, **где** и **когда**
следует продать товар, который
сегодня необходим покупателю.

Задачи исследования рынка

- Изучение требований рынка к товару, т.е. требований покупателей;
- Анализ мотивации принятия решения о покупке;
- Анализ рыночной сегментации;
- Изучение типа покупателей;
- Изучение фирменной структуры рынка;
- Анализ социально-психологических особенностей покупателей;
- Исследование форм и методов торговой практики по данному товару;
- Определение ёмкости рынка.

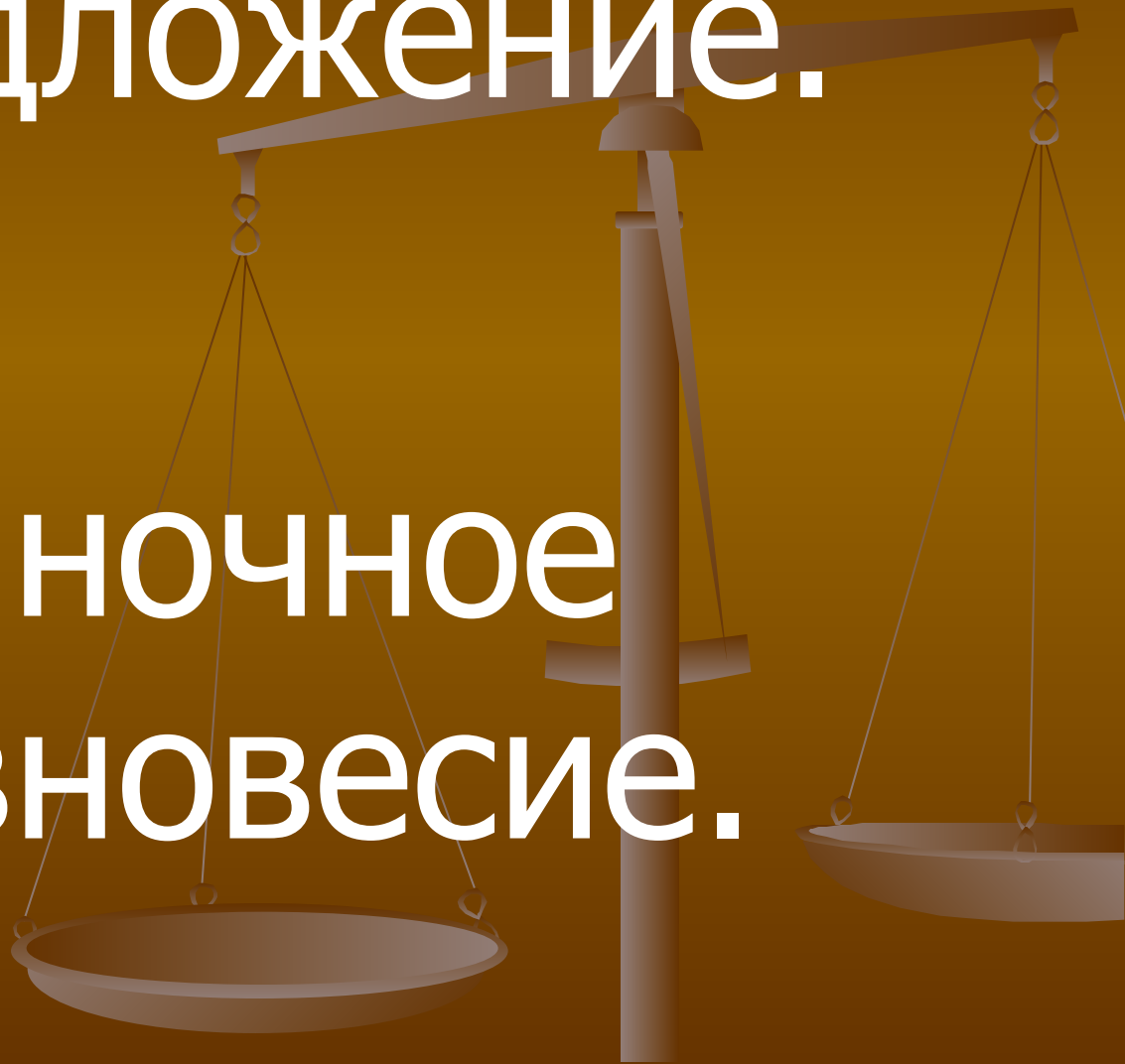


Правила работы рынка («этика рынка»)

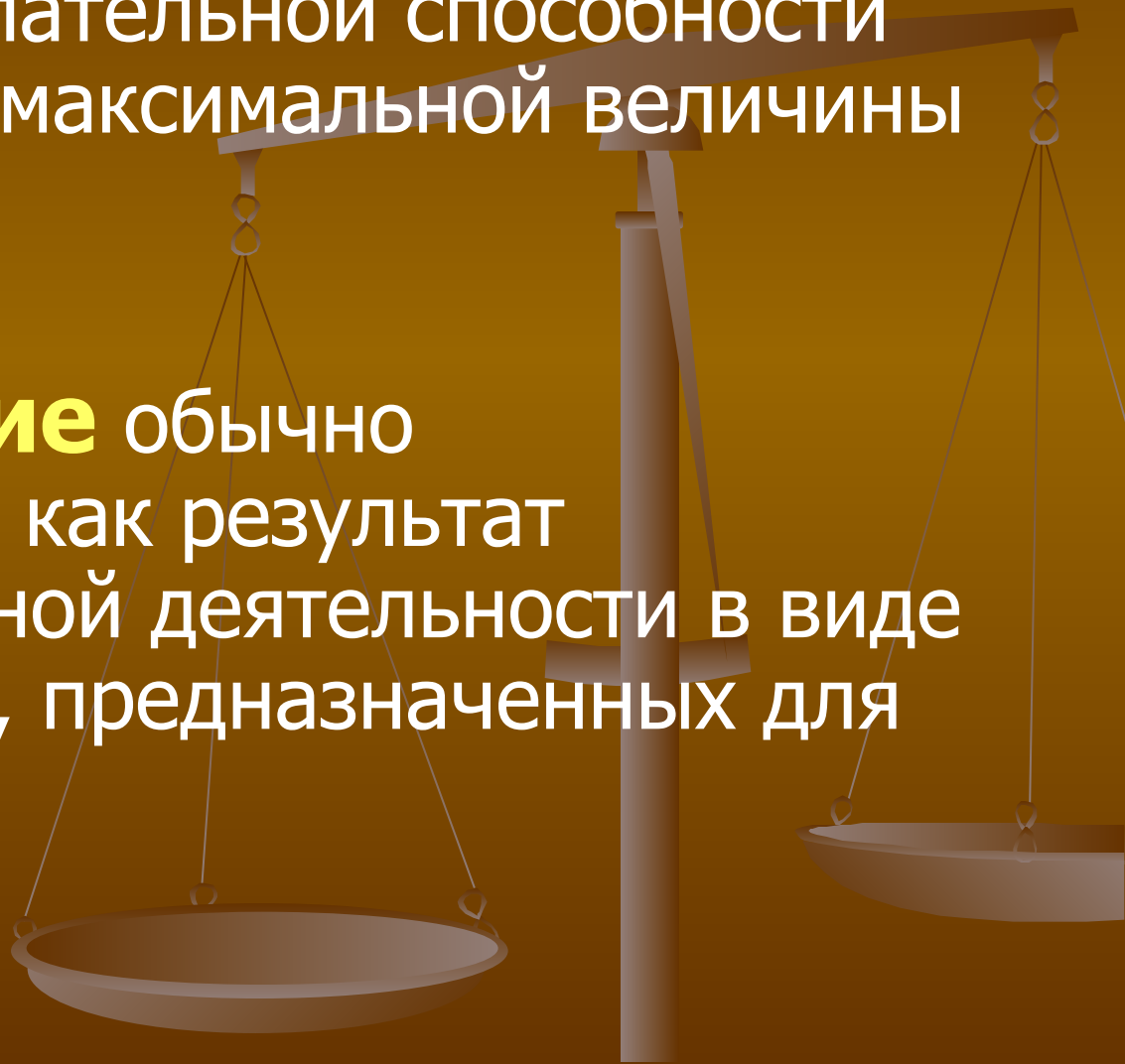


Спрос и
предложение.

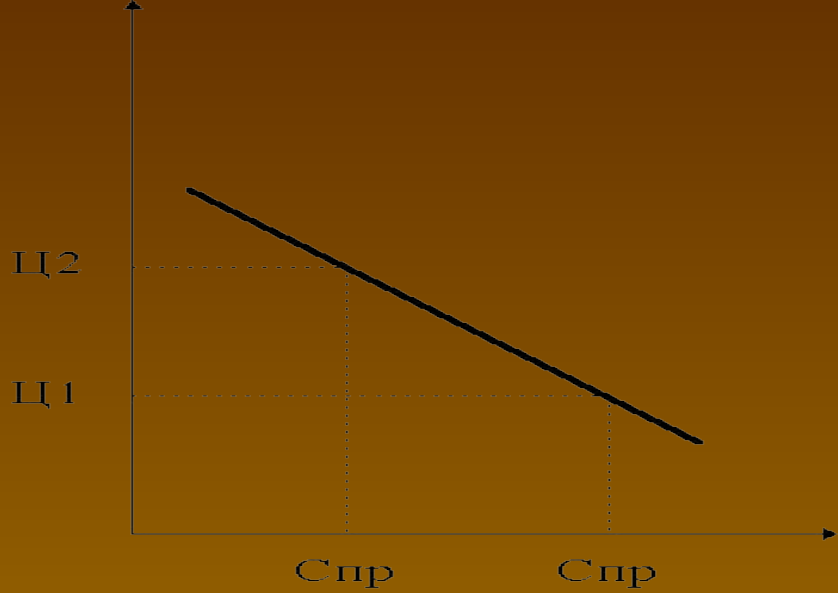
Рыночное
равновесие.



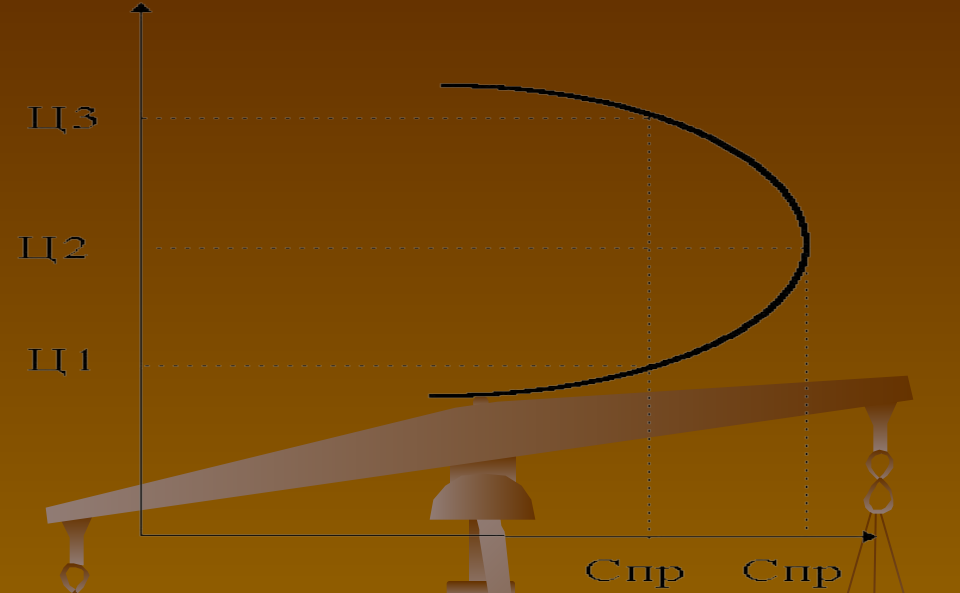
- **Спрос** представляет собой платежеспособную потребность в данном товаре, реализуемую в пределах покупательной способности потребителя и максимальной величины предложения.
- **Предложение** обычно рассматривают как результат производственной деятельности в виде суммы товаров, предназначенных для продажи.



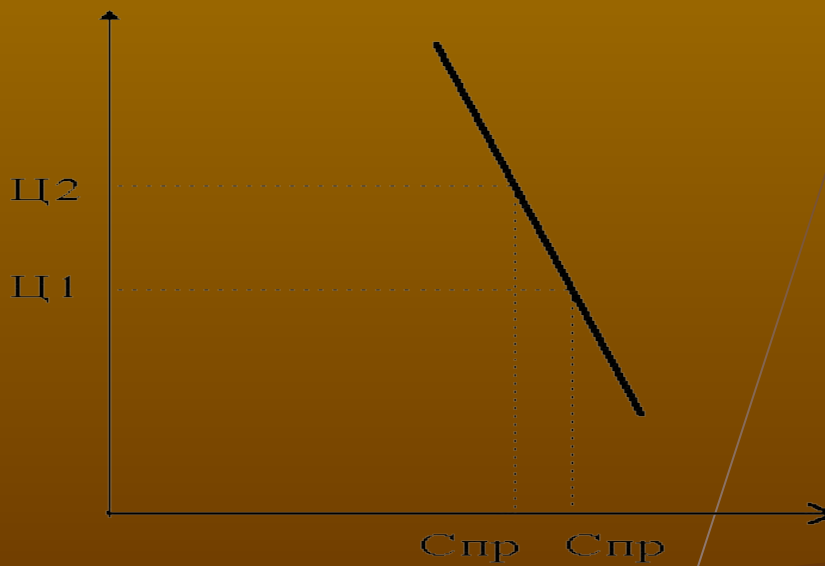




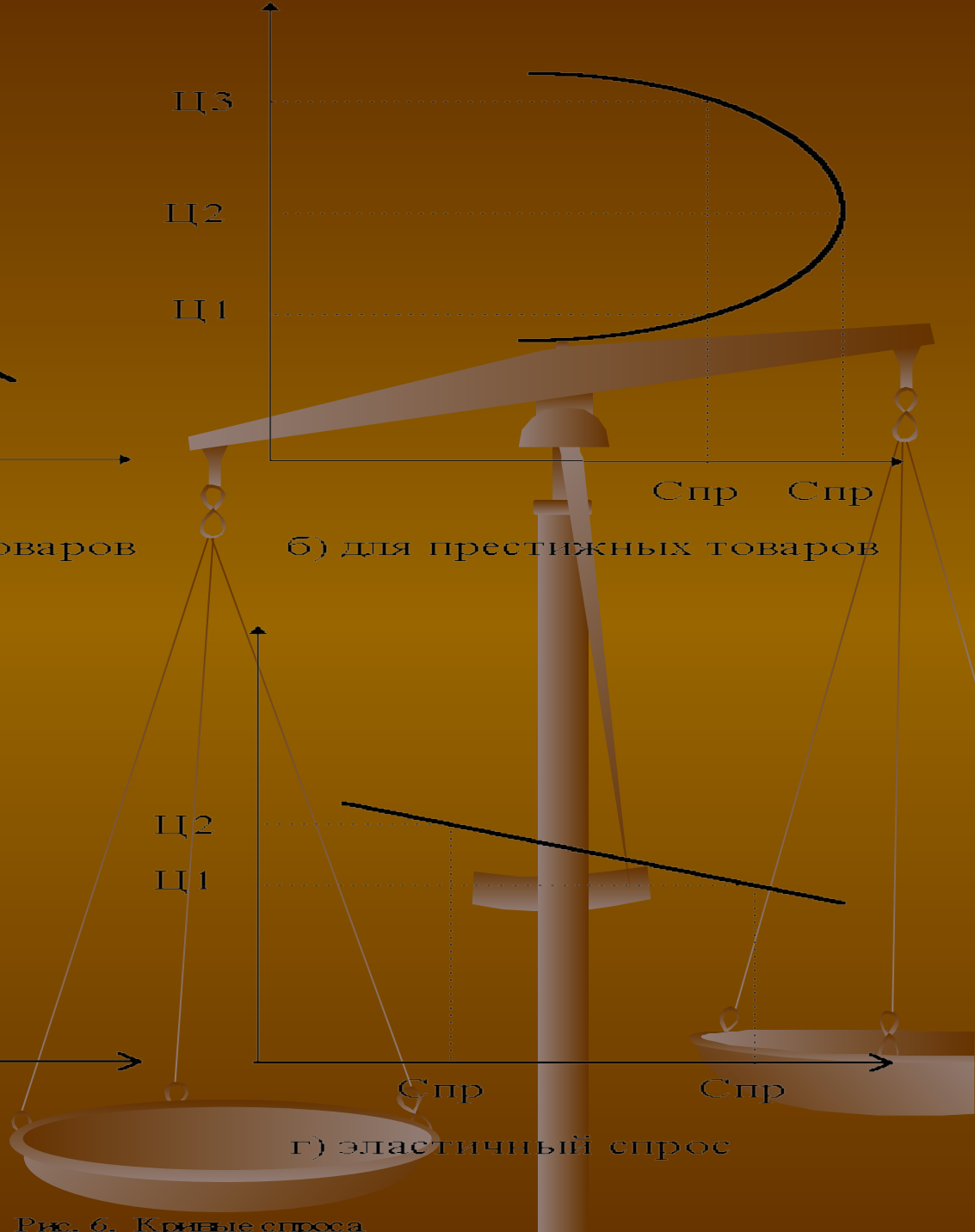
а) для большинства товаров



б) для престижных товаров

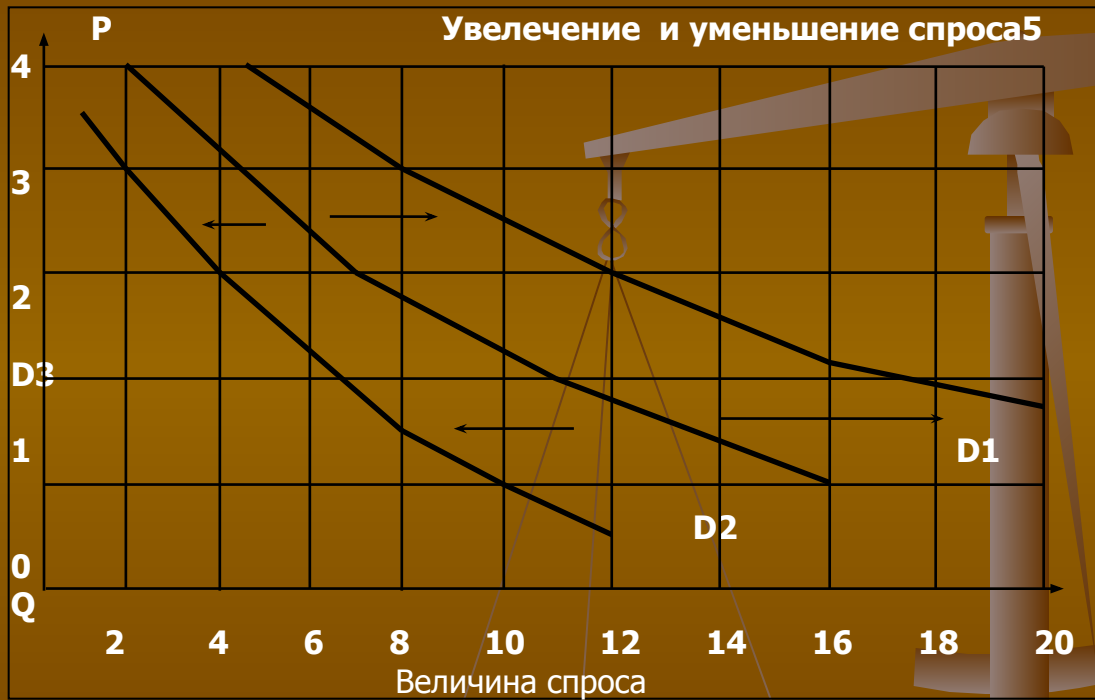


в) неэластичный спрос

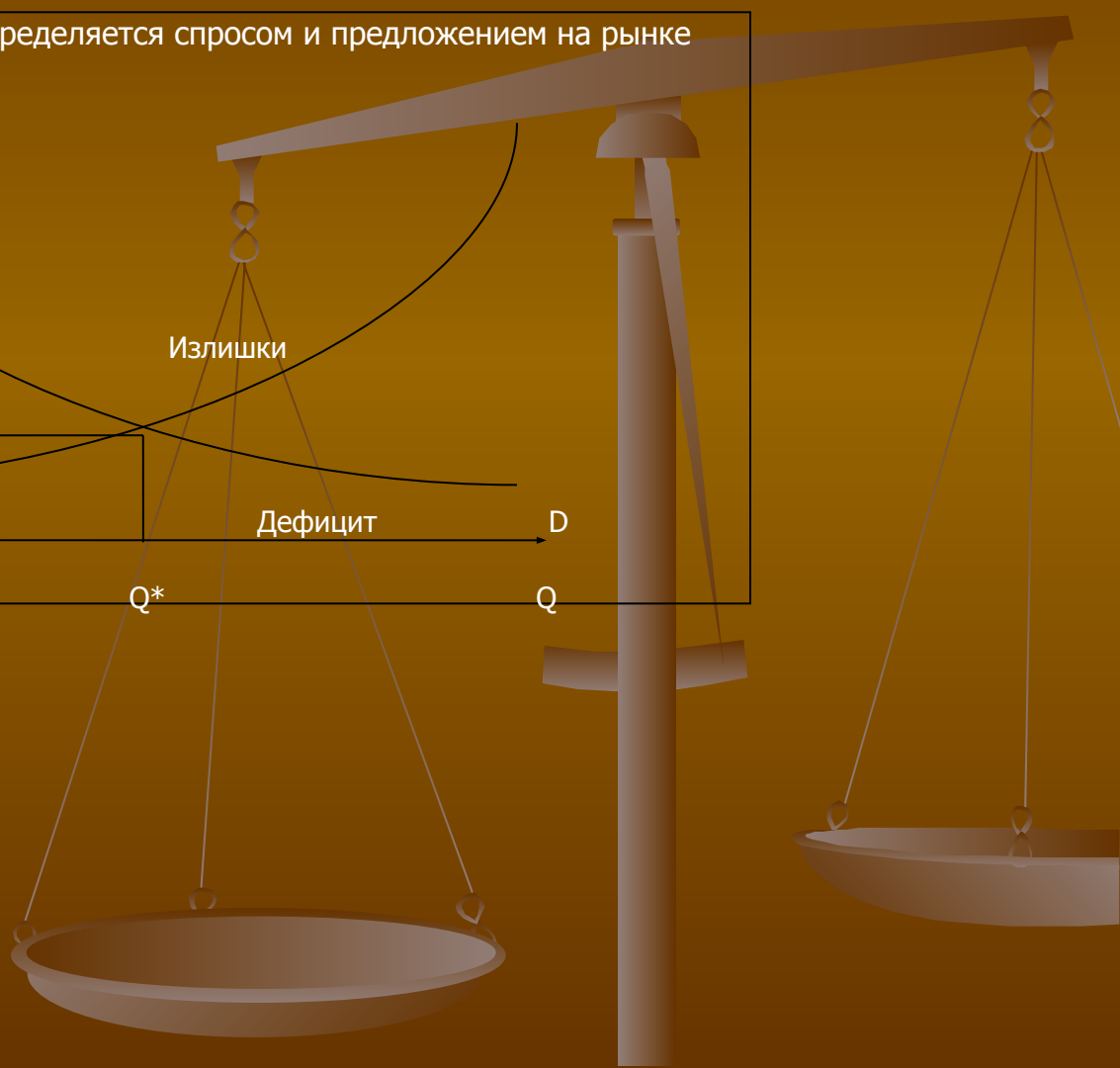
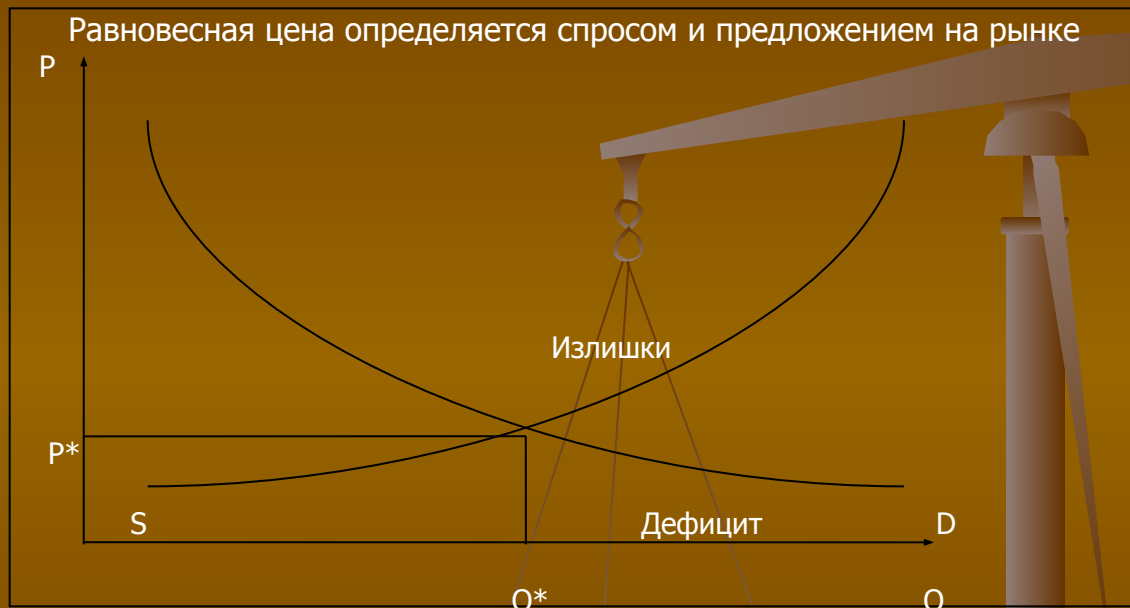


г) эластичный спрос

Рис. 6. Кривые спроса



Равновесная цена определяется спросом и предложением на рынке



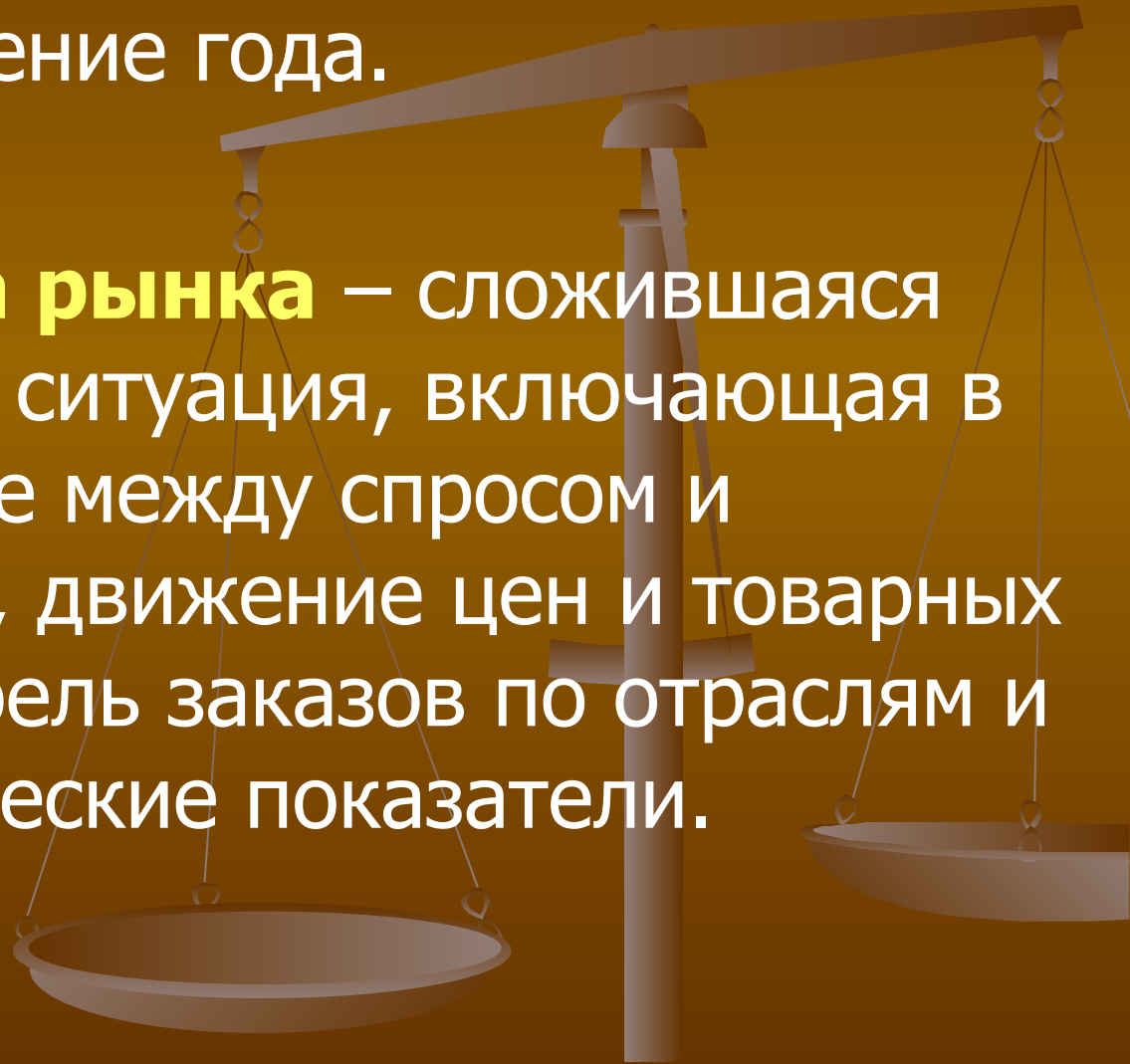
Кругооборот спроса и предложения



Ёмкость рынка



- **Ёмкость рынка** – объем реализованного на рынке товара в течение определенного периода времени, как правило, в течение года.
- **Конъюнктура рынка** – сложившаяся экономическая ситуация, включающая в себя отношение между спросом и предложением, движение цен и товарных запасов, портфель заказов по отраслям и иные экономические показатели.



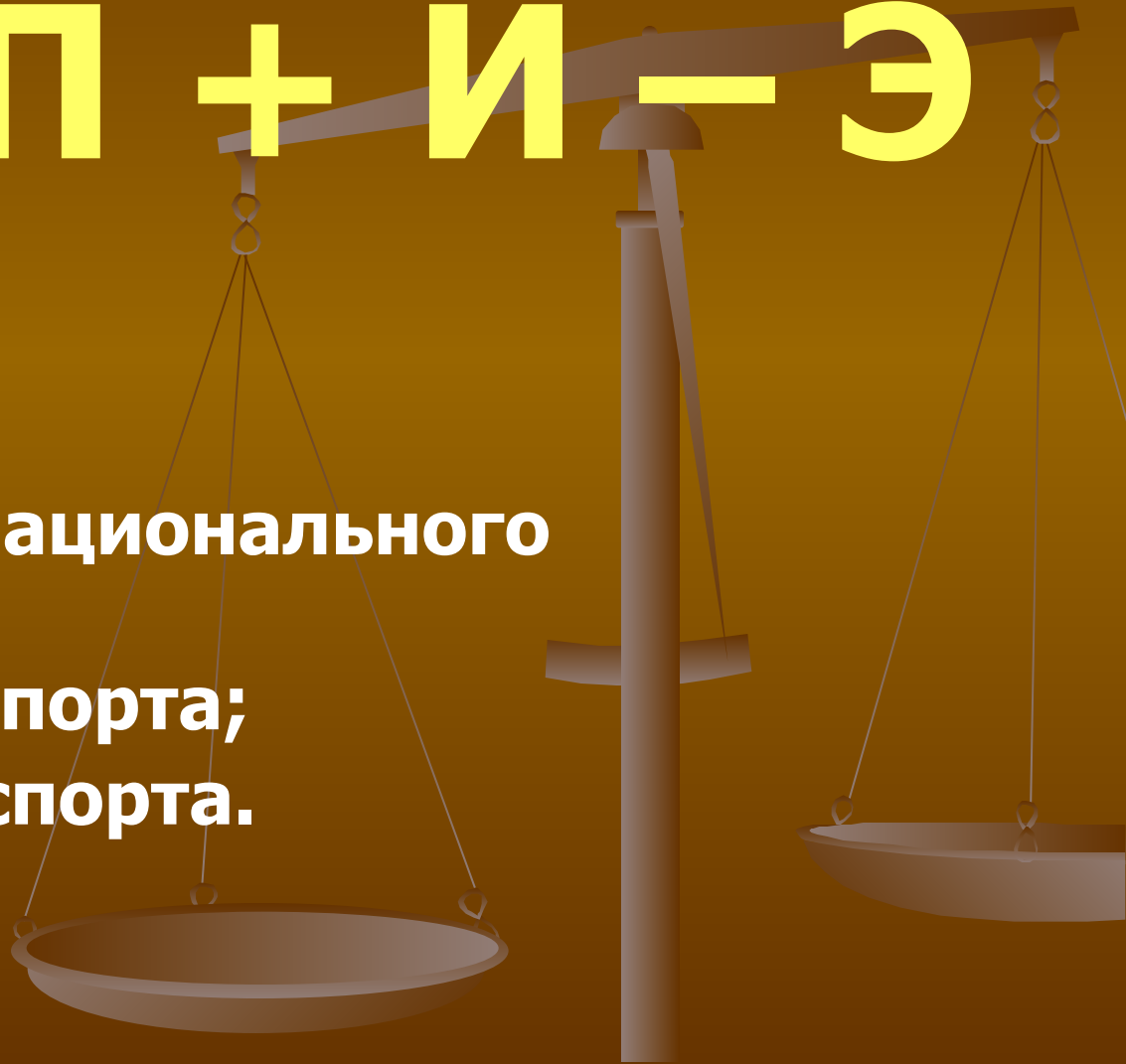
Ёмкость рынка

$$E = НП + И - Э$$

Где НП – объем национального производства;

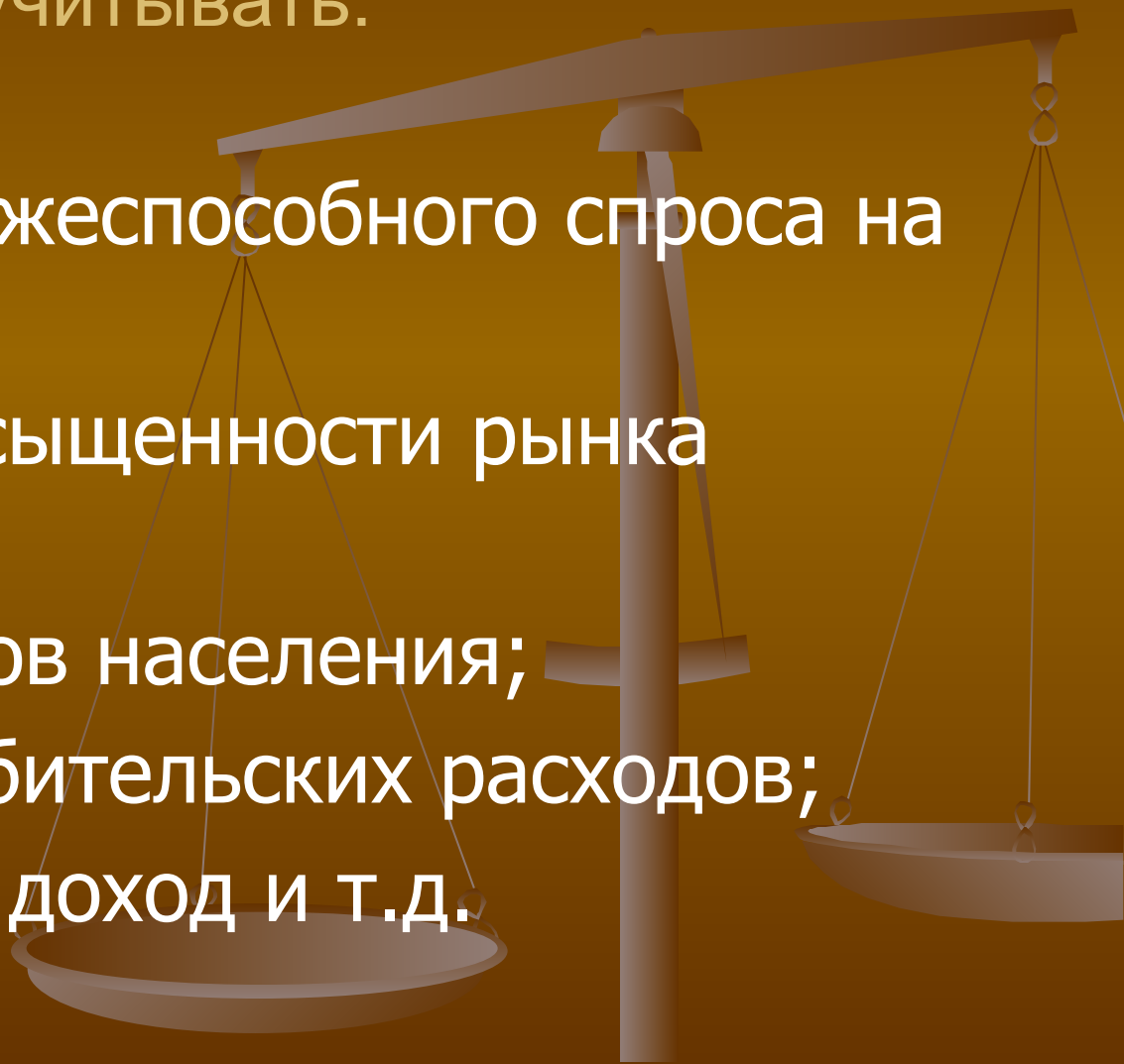
И – объем импорта;

Э – объем экспорта.



При определении емкости рынка товаров потребительского назначения необходимо учитывать:

- Факторы платежеспособного спроса на данный товар;
- Показатель насыщенности рынка товаром;
- Уровень доходов населения;
- Уровень потребительских расходов;
- Национальный доход и т.д.



Знание ёмкости рынка позволяет определить
долю рынка (Д), принадлежащую
предприятию.

$$Д = (V_{\text{прод}} / V_{\text{спр}}) * 100\%$$

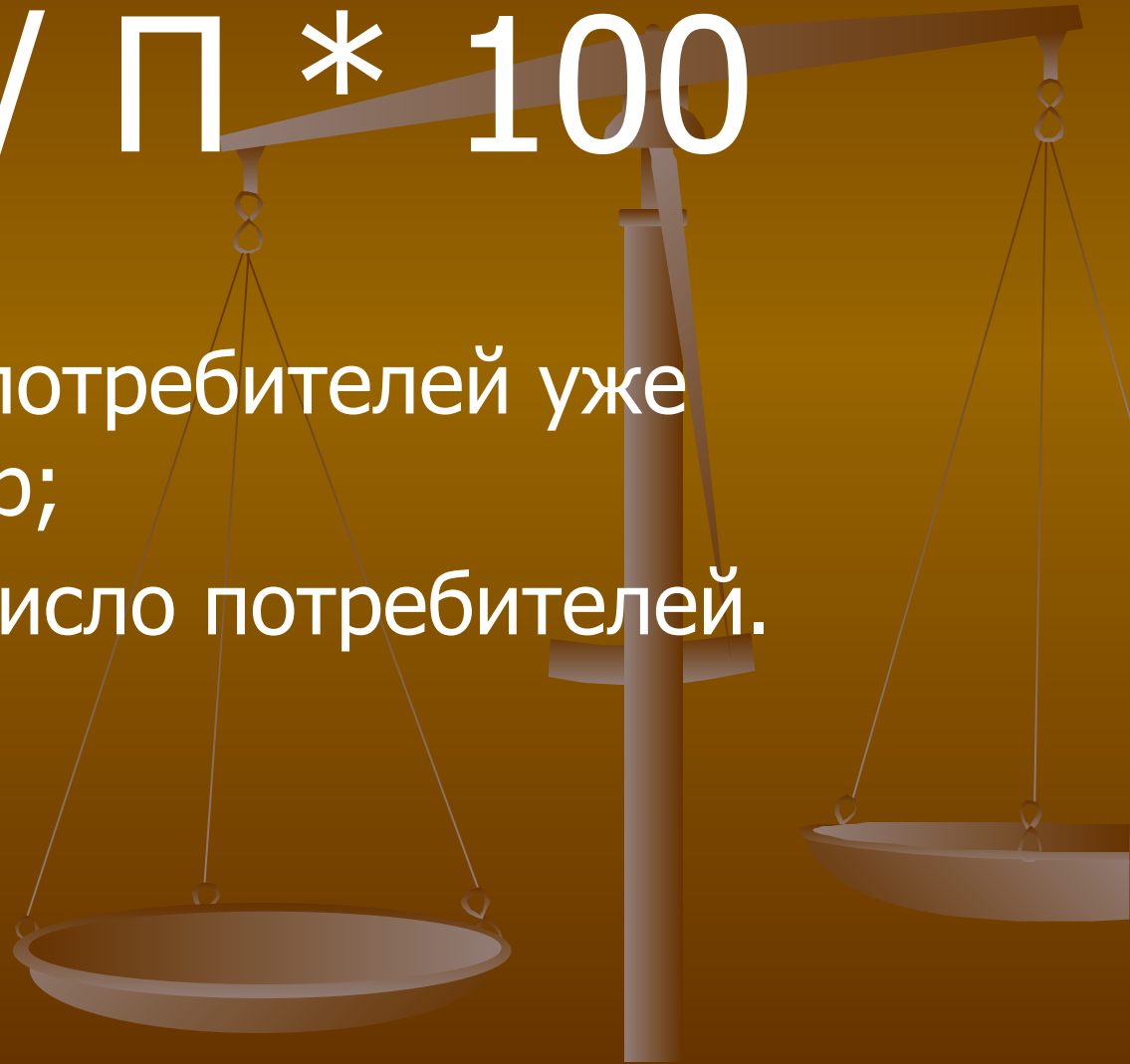
Где, — $V_{\text{прод}}$ - объем продаж предприятия;
 $V_{\text{спр}}$ - объем спроса на рынке;
(общий объем продажи товара на рынке)

Насыщенность рынка H_p (%)

$$H_p = \frac{П_t}{П} * 100$$

Где, $П_t$ – число потребителей уже купивших товар;

$П$ – общее число потребителей.

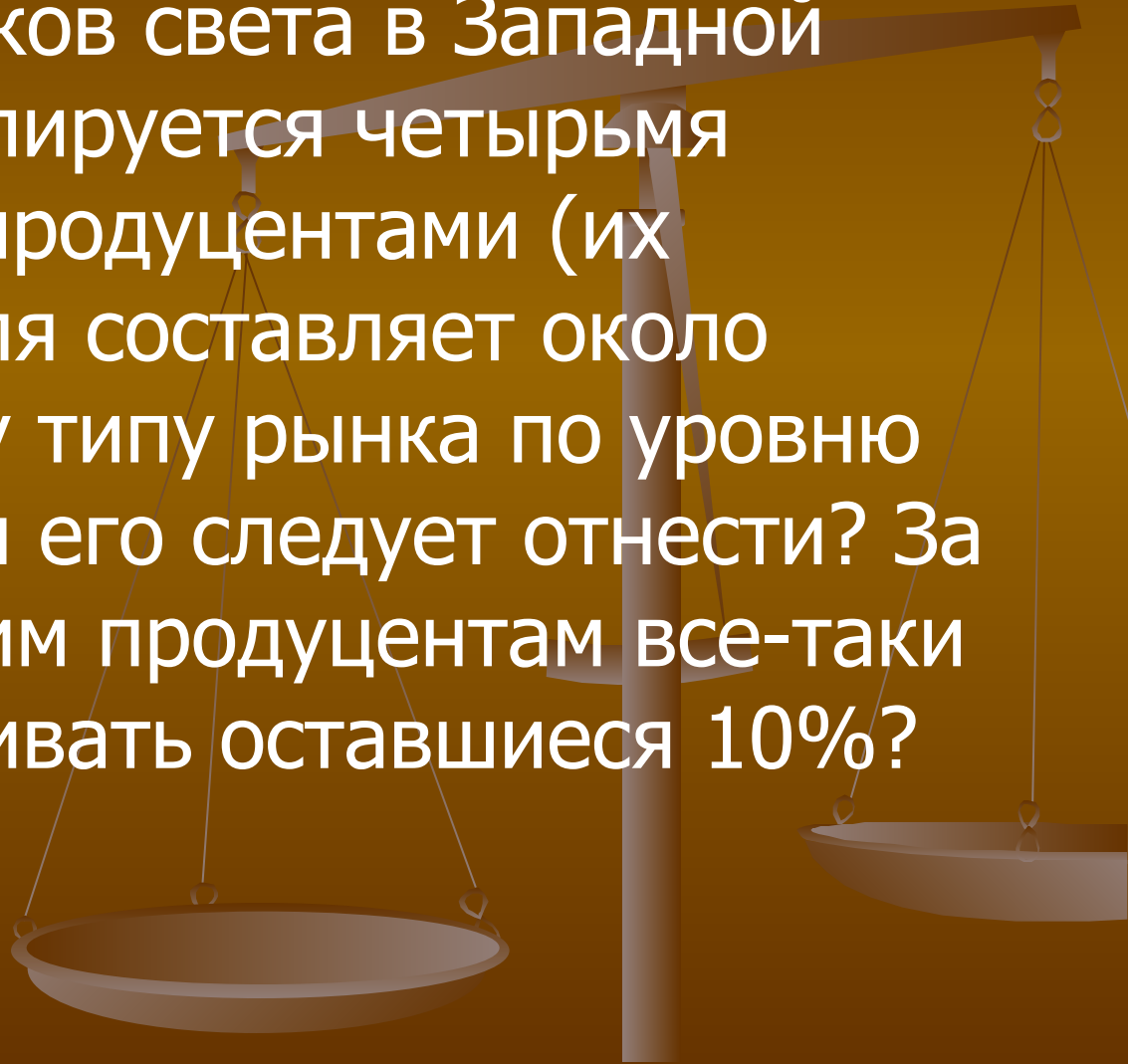


Характерные признаки основных рынков

Признаки	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Число фирм	Множество мелких фирм	Много фирм	Несколько крупных фирм	Одна крупная фирма
Тип продукта	Одинаковый	Дифференцированный	Одинаковый или дифференцированный	Уникальный
Условия вступления в рынок	Очень легкие	Сравнительно легкие	Существенные препятствия	Очень трудные
Контроль над ценами	Отсутствует	Ограничен возможностью замены товара	Приоритет ценового лидера	Полный контроль

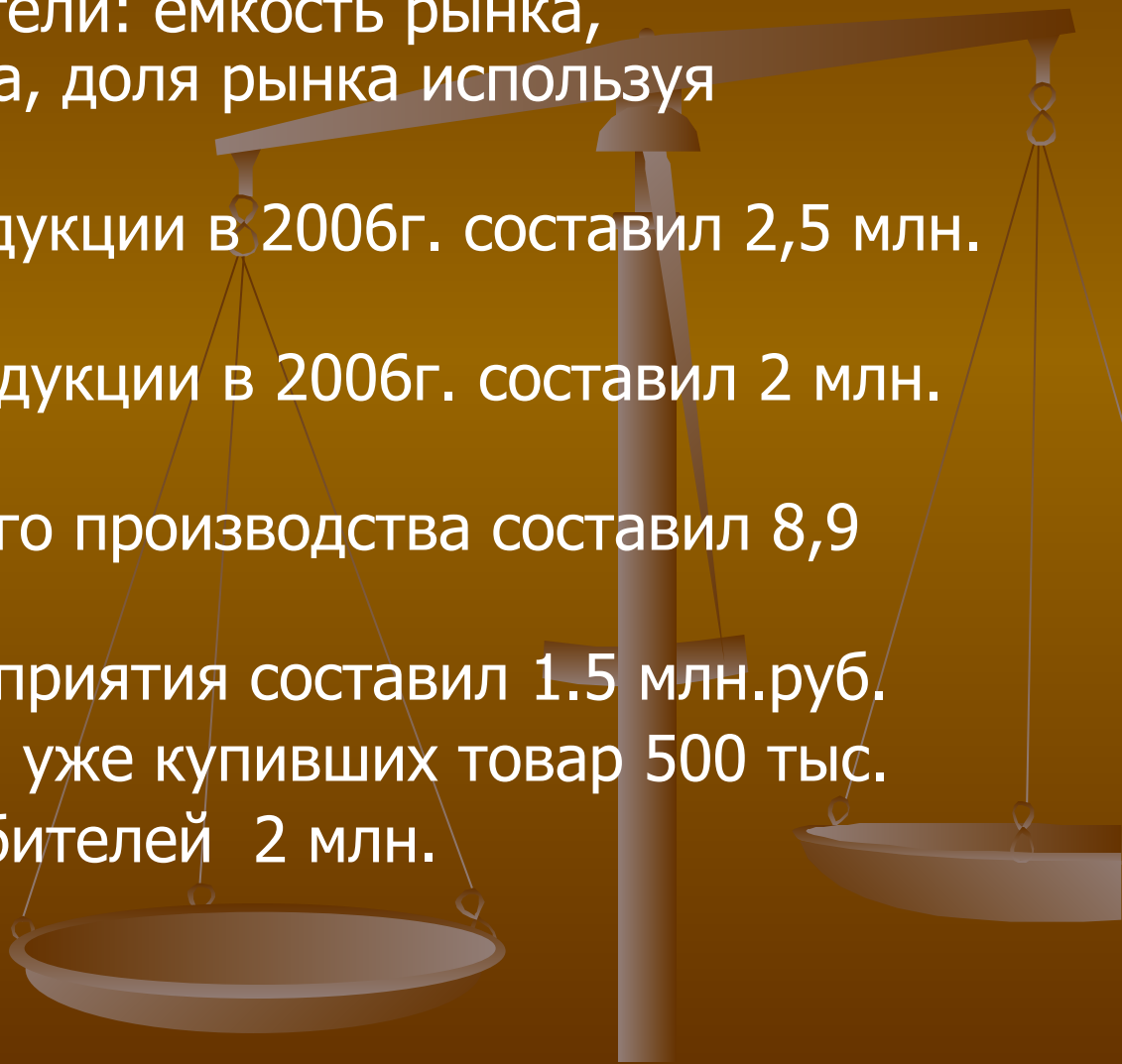
Ситуация для анализа:

- Рынок источников света в Западной Европе контролируется четырьмя крупнейшими производителями (их совокупная доля составляет около 90%). К какому типу рынка по уровню монополизации его следует отнести? За счет чего другим производителям все-таки удастся удерживать оставшиеся 10%?

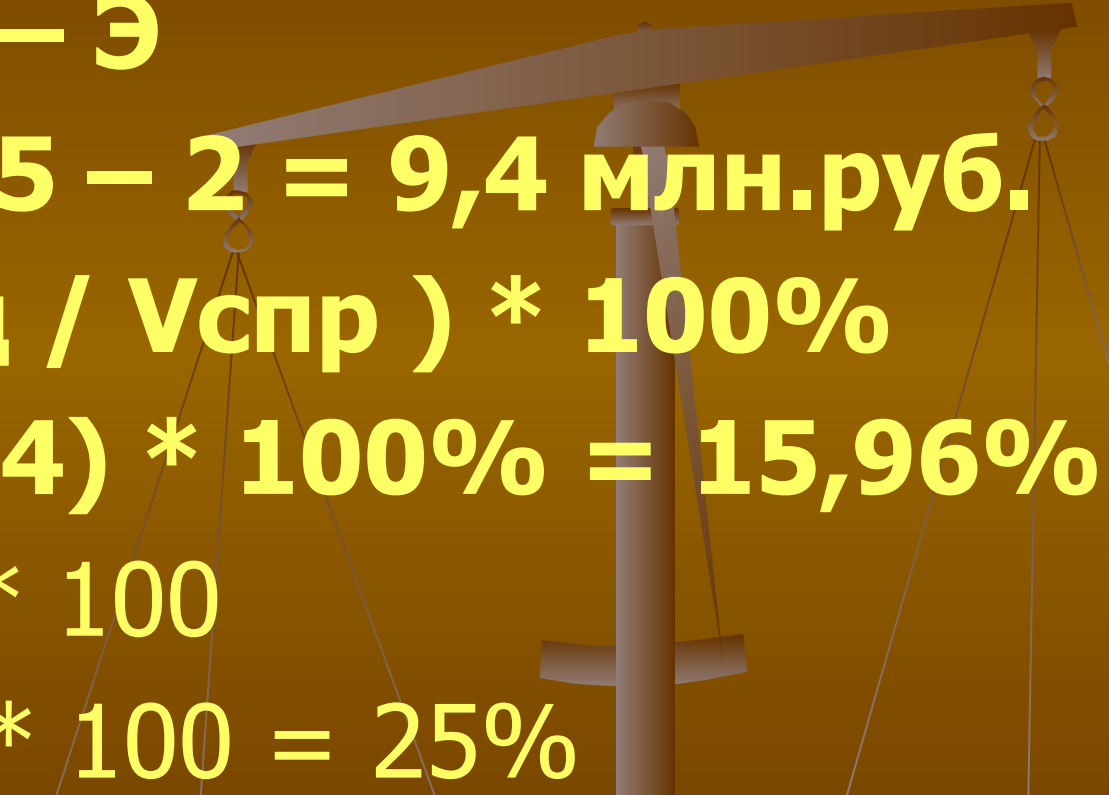


Задача.

- Рассчитайте показатели: емкость рынка, насыщенность рынка, доля рынка используя следующие данные.
- Объем импорта продукции в 2006г. составил 2,5 млн. руб.
- Объем экспорта продукции в 2006г. составил 2 млн. руб.
- Объем национального производства составил 8,9 млн.руб.
- Объем продаж предприятия составил 1.5 млн.руб.
- Число потребителей уже купивших товар 500 тыс.
- Общее число потребителей 2 млн.



Решение:

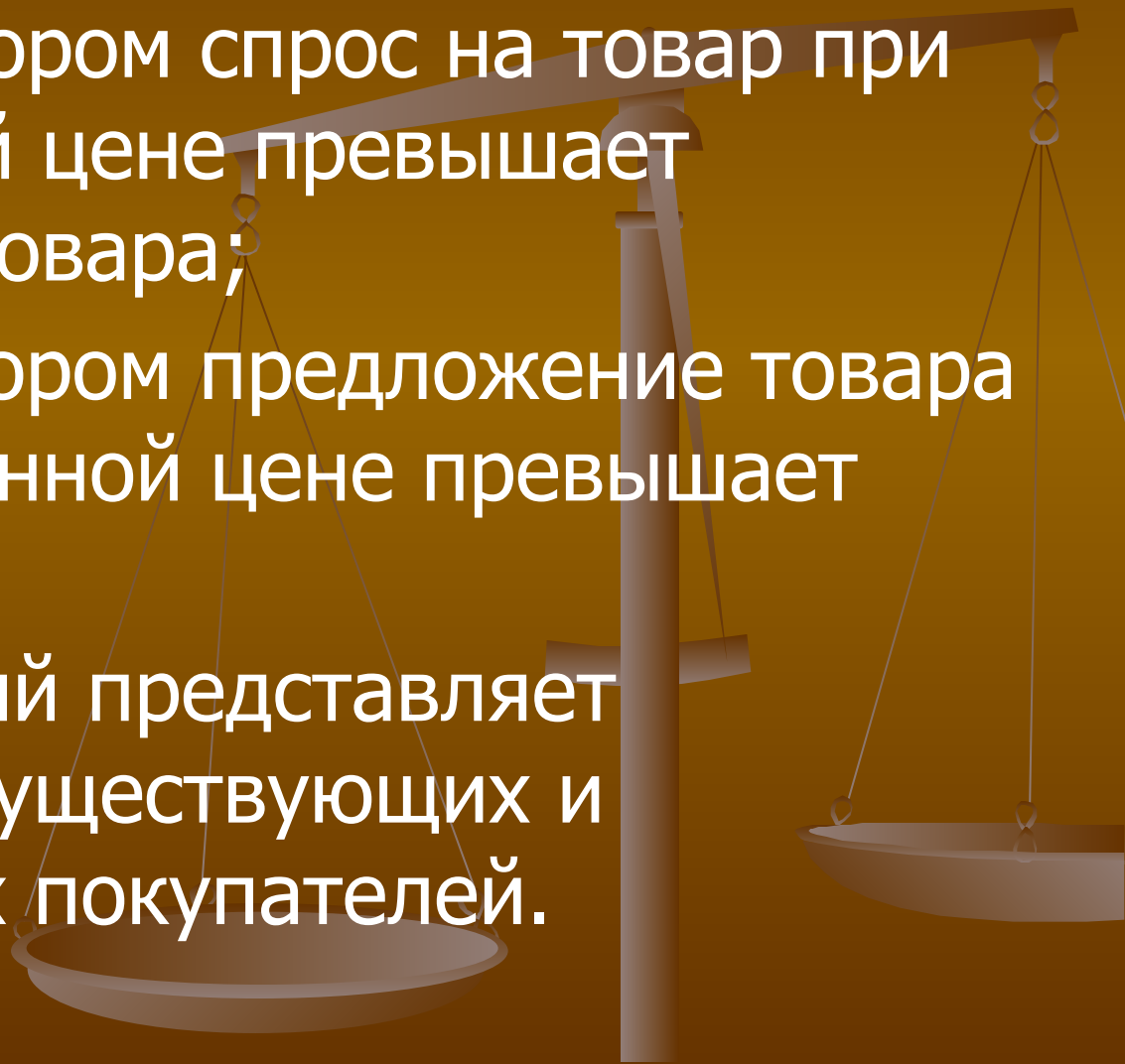
- $E = НП + И - Э$
 - $E = 8,9 + 2,5 - 2 = 9,4$ млн.руб.
 - $Д = (V_{\text{прод}} / V_{\text{спр}}) * 100\%$
 - $Д = (1,5 / 9,4) * 100\% = 15,96\%$
 - $Нр = Пт / П * 100$
 - $Нр = 0,5 / 2 * 100 = 25\%$
- 

Тест

Выберите правильный ответ:

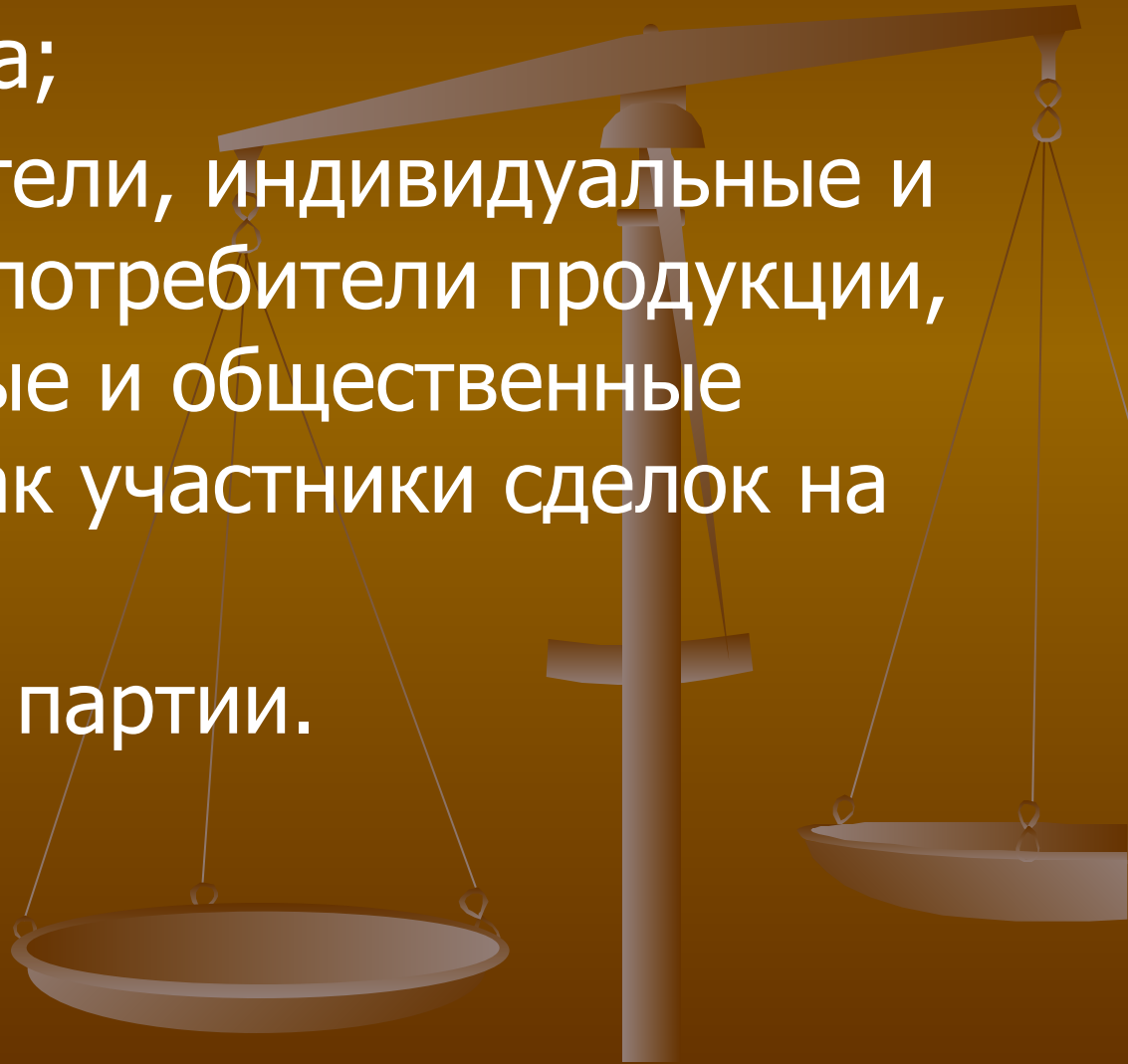
1. Рынком покупателя является:

- А) Рынок, на котором спрос на товар при фиксированной цене превышает предложение товара;
- Б) Рынок, на котором предложение товара при фиксированной цене превышает спрос на него;
- В) Рынок, который представляет совокупность существующих и потенциальных покупателей.



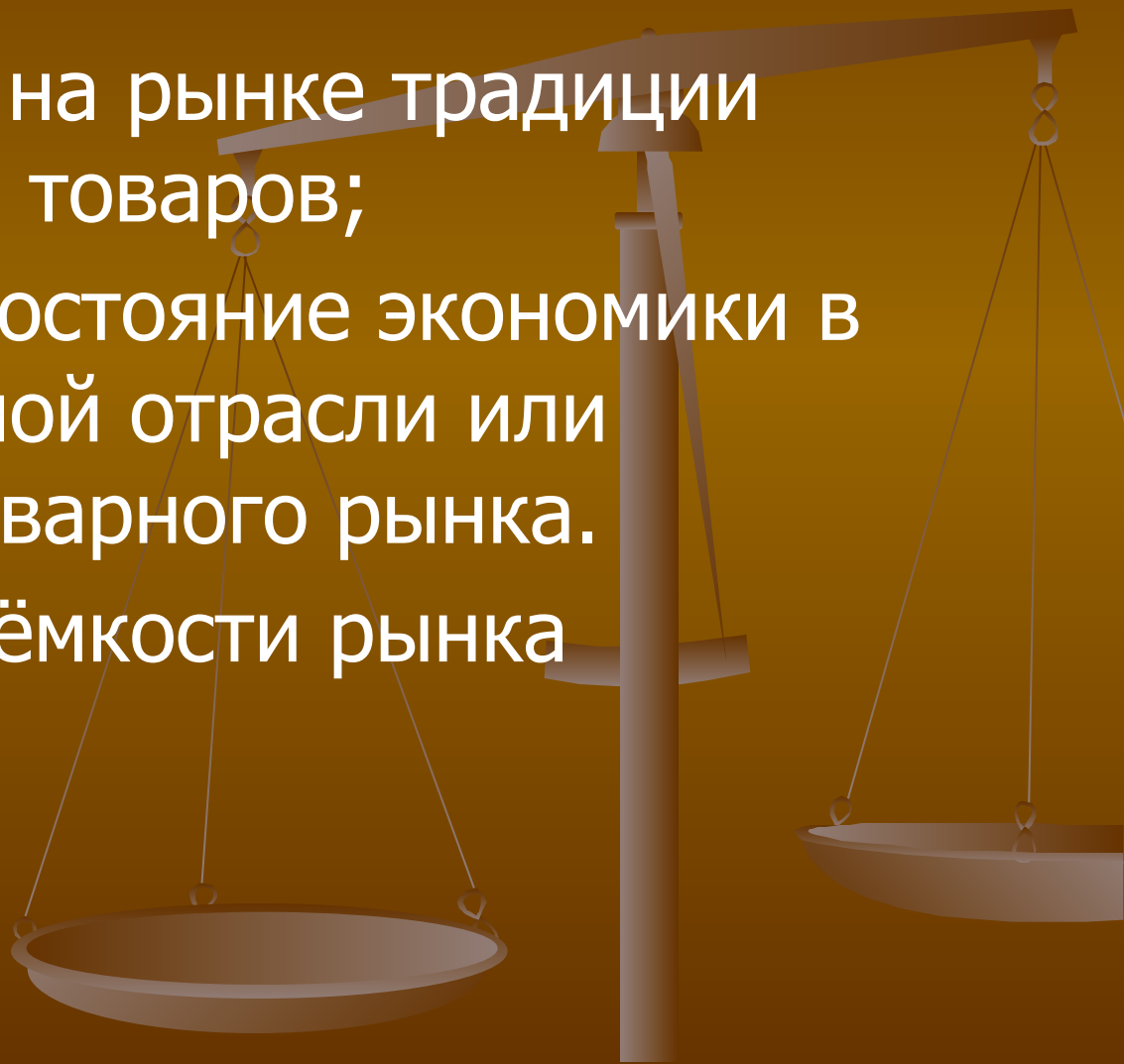
2. К субъектам рынка относятся:

- А) Домохозяйства;
- Б) Предприниматели, индивидуальные и коллективные потребители продукции, государственные и общественные организации как участники сделок на рынке;
- В) Политические партии.



3. Под конъюнктурой рынка понимается:

- А) Сложившиеся на рынке традиции купли-продажи товаров;
- Б) Современное состояние экономики в целом, отдельной отрасли или конкретного товарного рынка.
- В) Определение ёмкости рынка



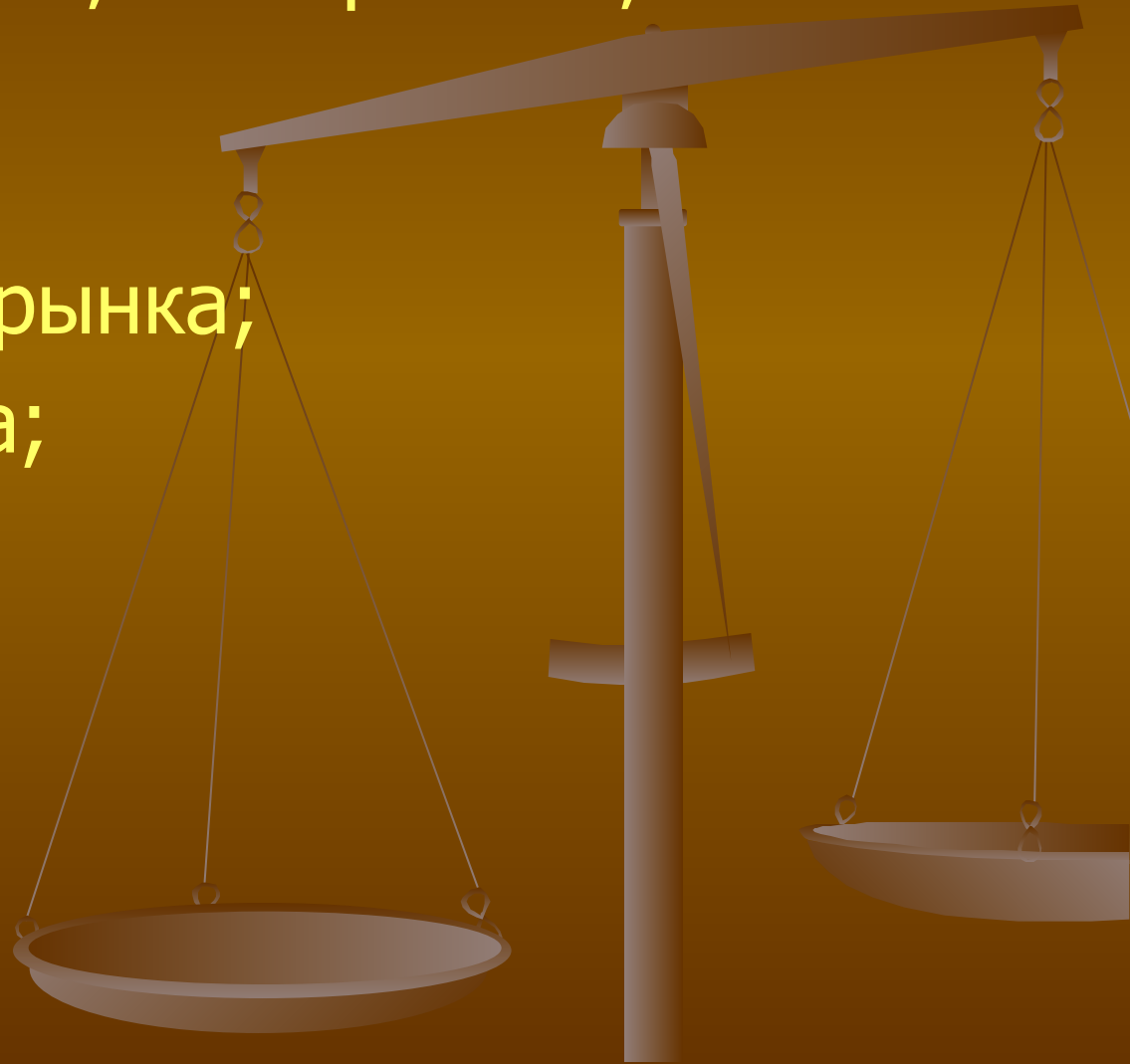
4. Рынок на котором продавец имеет полный контроль над ценами:

- А) Монополия;
- Б) Олигополия;
- В) Монополистическая конкуренция.



5. Объем реализованного на рынке товара в течение определенного периода времени, как правило, в течение года:

- А) Конъюнктура рынка;
- Б) Ёмкость рынка;
- В) Доля рынка.



Ответы на вопросы теста:

Критерии оценки

1 – Б

2 – А

3 – Б

4 – А

5 – Б

5 – «5»

4 – «4»

3 – «3»

менее 3-х – «2»

