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.З.: § 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

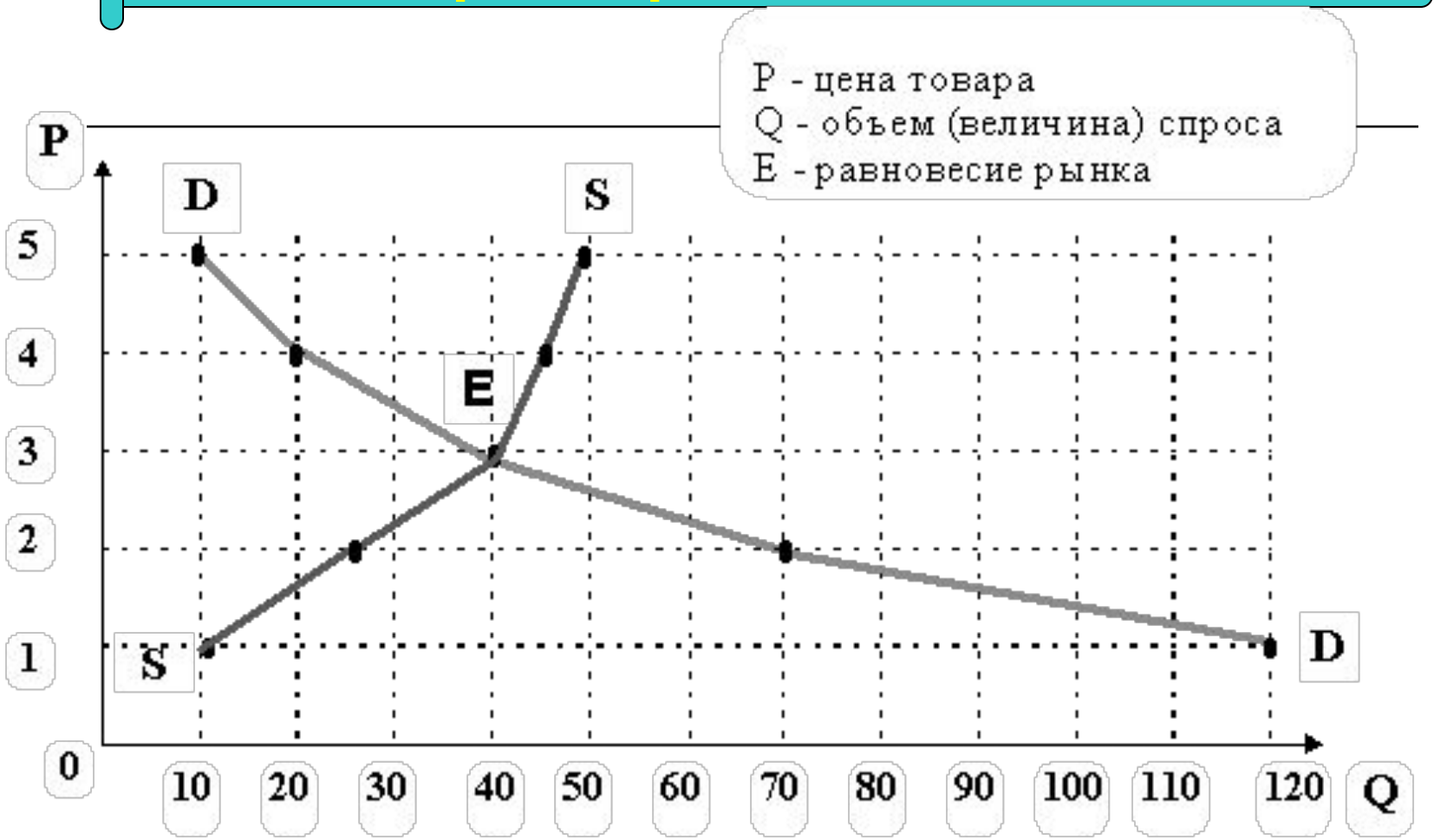
- существует цена, при которой на рынке не будет ни избытка, ни дефицита товаров: сколько товаров будет предложено к продаже, столько и будет куплено?

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

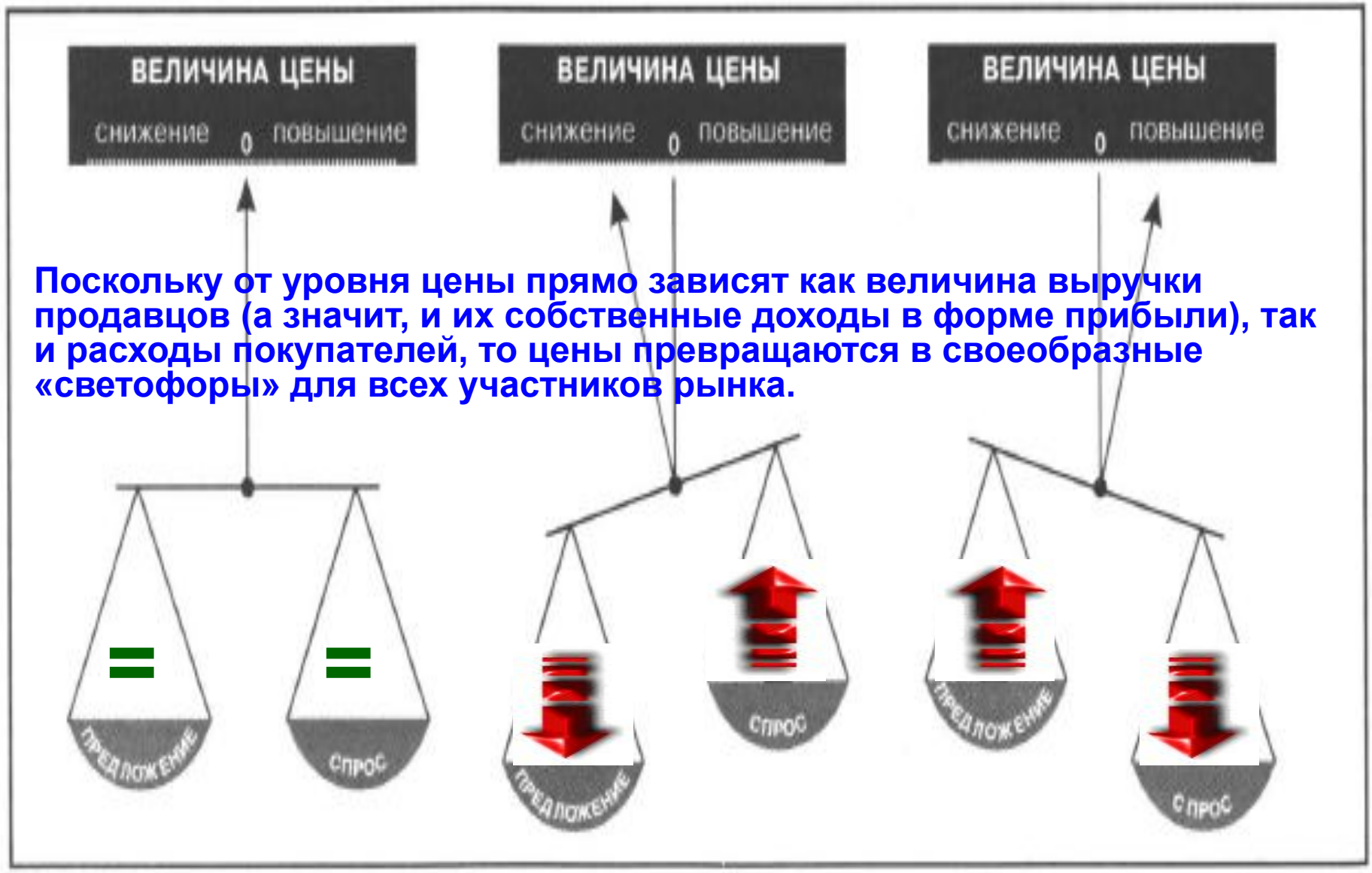
- ***Механизм цен* — *формирование и изменение рыночных цен под влиянием столкновения интересов покупателей и продавцов, принимающих свои решения без принуждения извне.***

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



Поскольку от уровня цены прямо зависят как величина выручки продавцов (а значит, и их собственные доходы в форме прибыли), так и расходы покупателей, то цены превращаются в своеобразные «светофоры» для всех участников рынка.

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 удается 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 удается 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*

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.

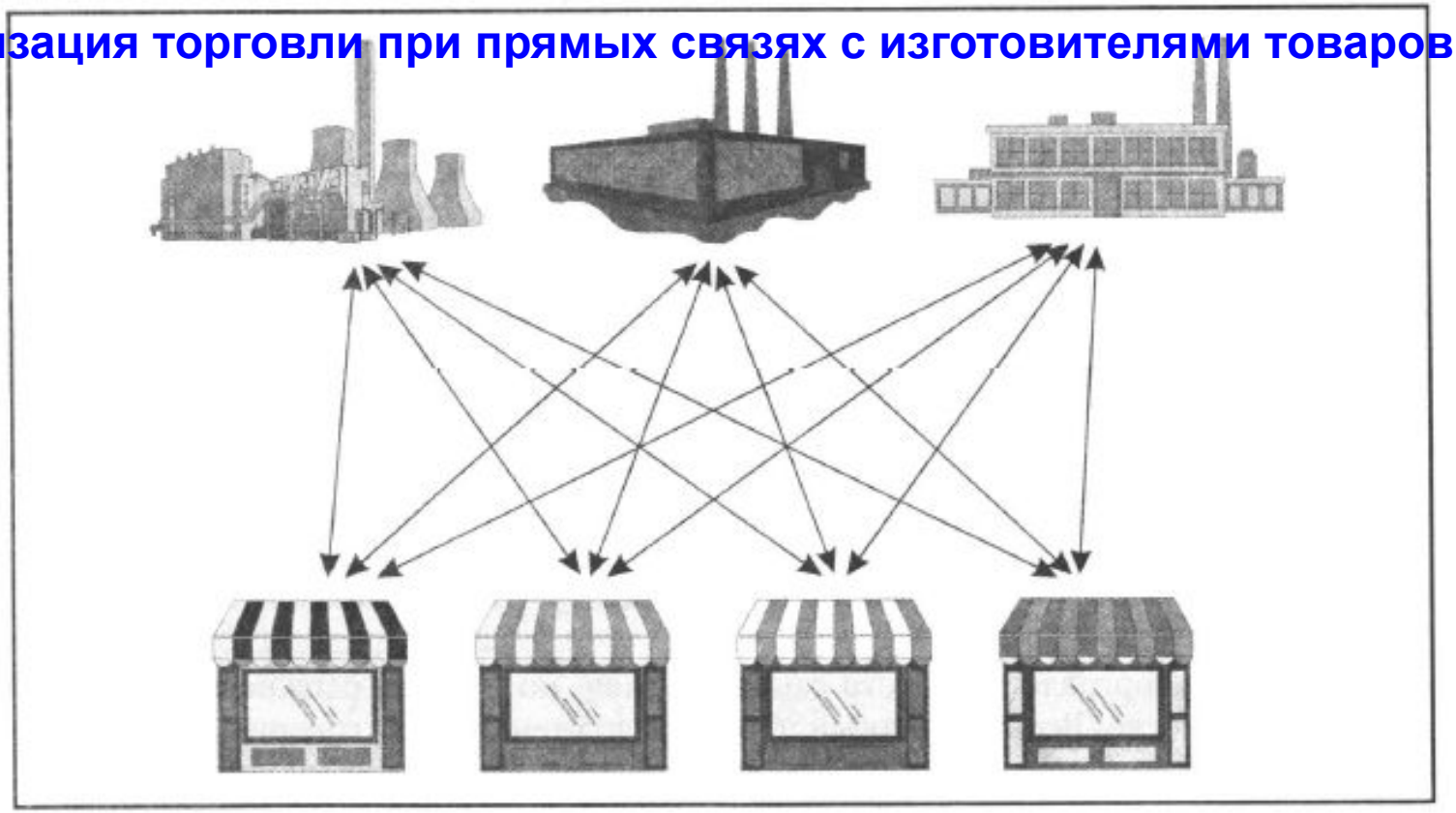
Экономические причины возникновения оптовой торговли и приносимая ею обществу выгода.

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.

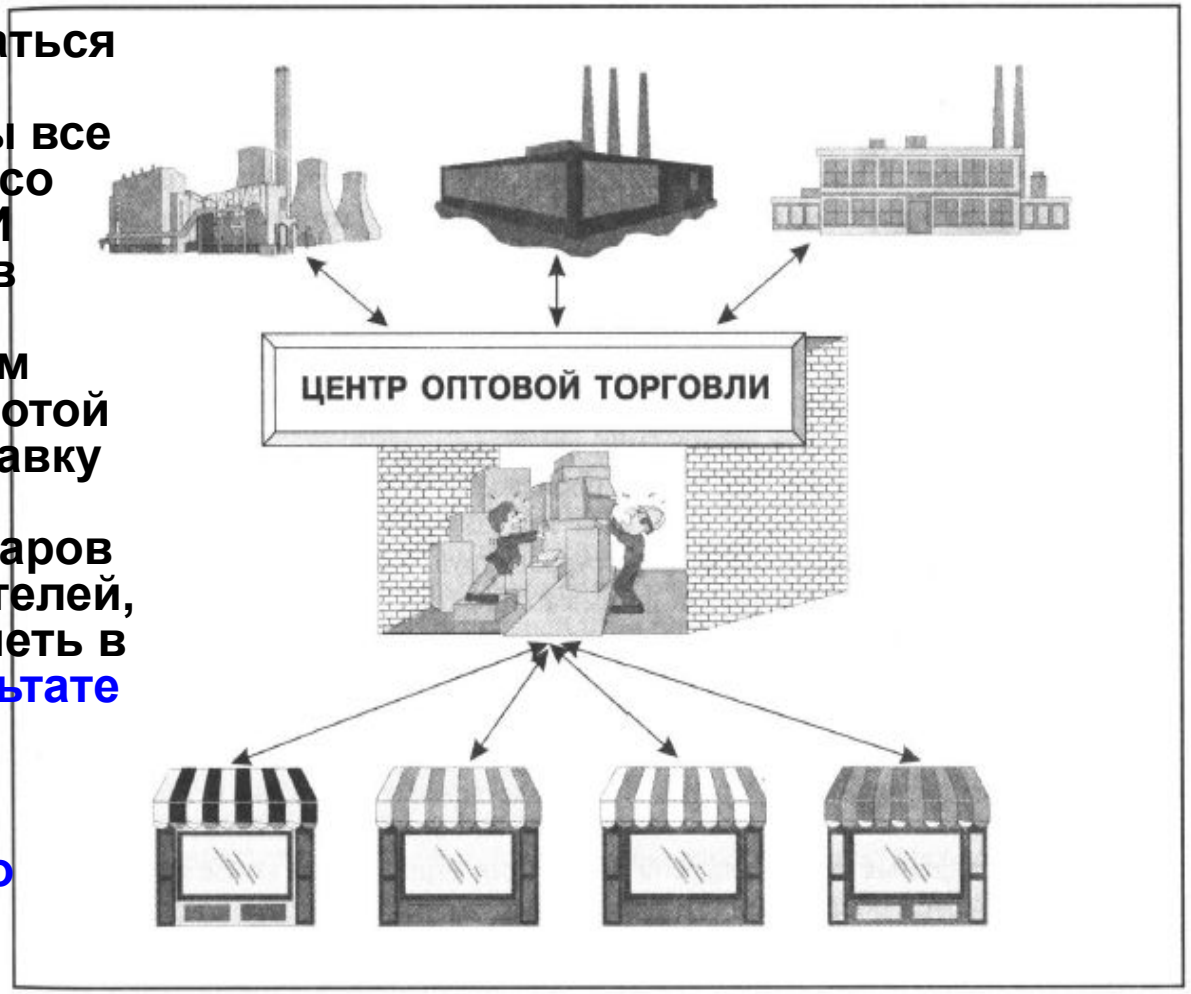
Организация торговли при прямых связях с изготовителями товаров



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

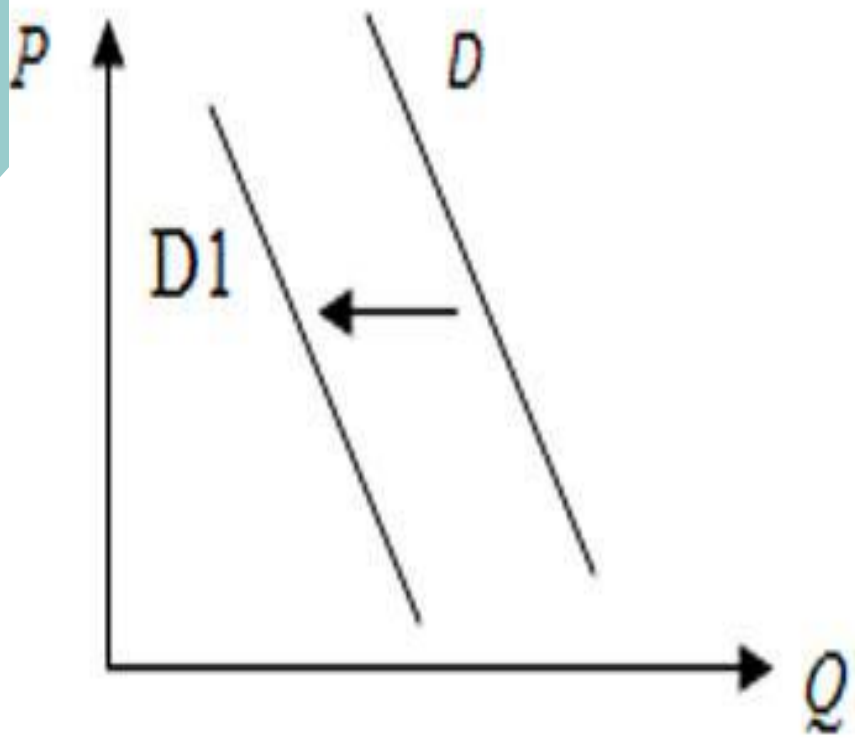
Как повлияет при других равных условиях увеличение в 1,5 раза доходов населения на спрос следующих товаров?

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

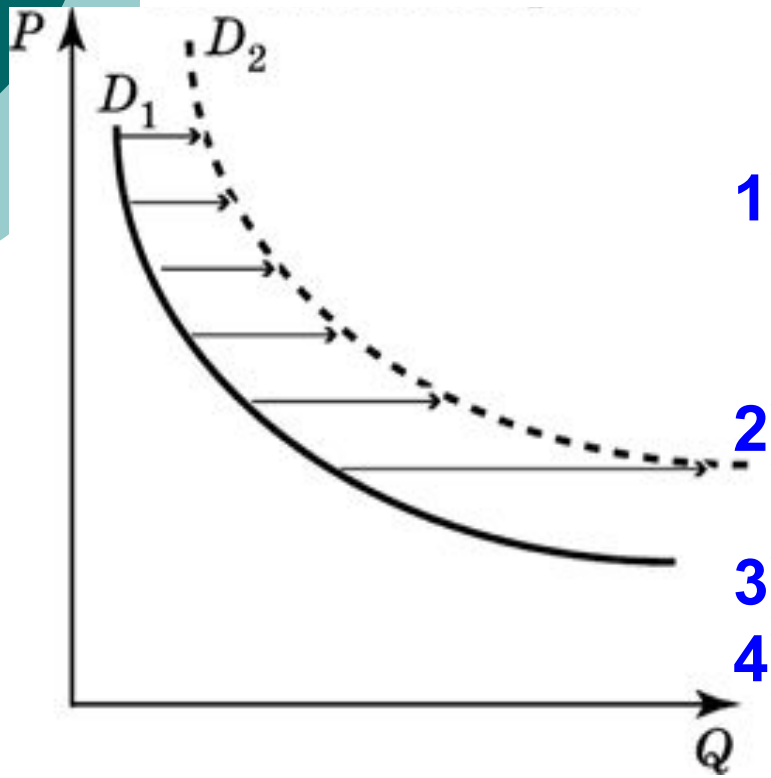
Задача 3

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).



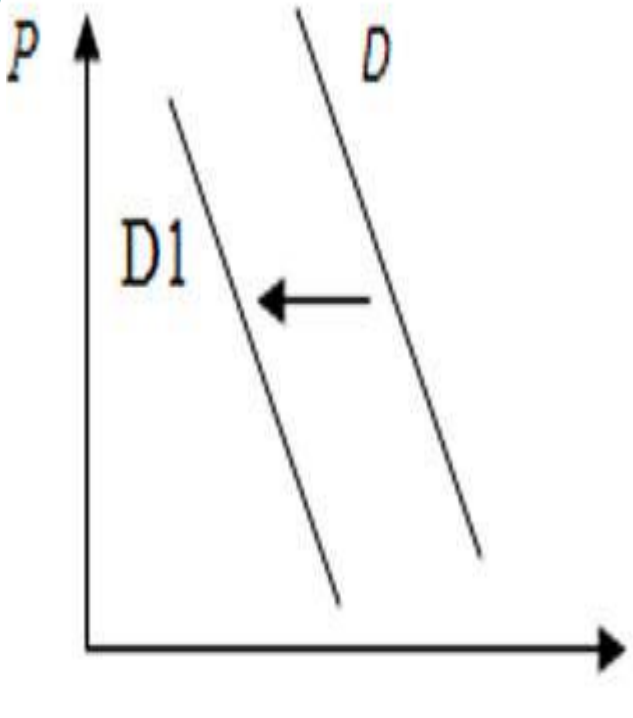
Это перемещение может быть вызвано прежде всего:

1) ростом числа производителей строительных материалов;
2) введением нового налога для производителей;
3) совершенствование;
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:

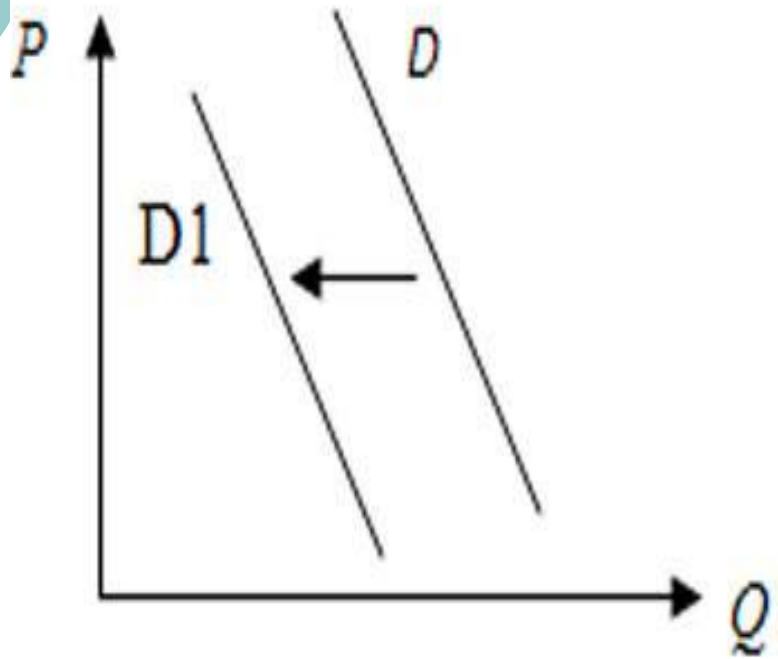


Это перемещение может быть вызвано прежде всего:

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

Задача 6

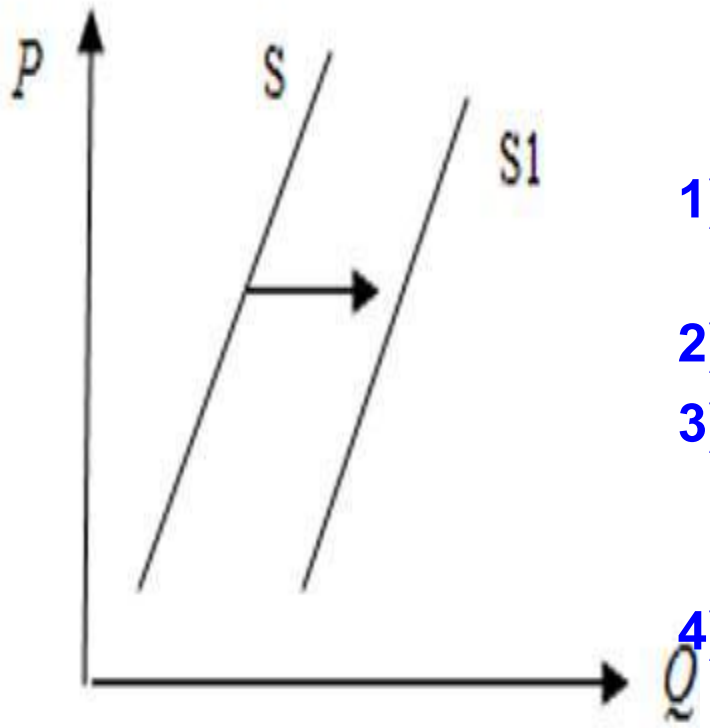
На рисунке отражена ситуация на рынке табачных изделий: линия спроса D переместилась в новое положение D1 (P – цена товара, Q – объём спроса товара). Это перемещение может быть вызвано в первую очередь:



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 S1 (P – цена товара, Q – количество товара).

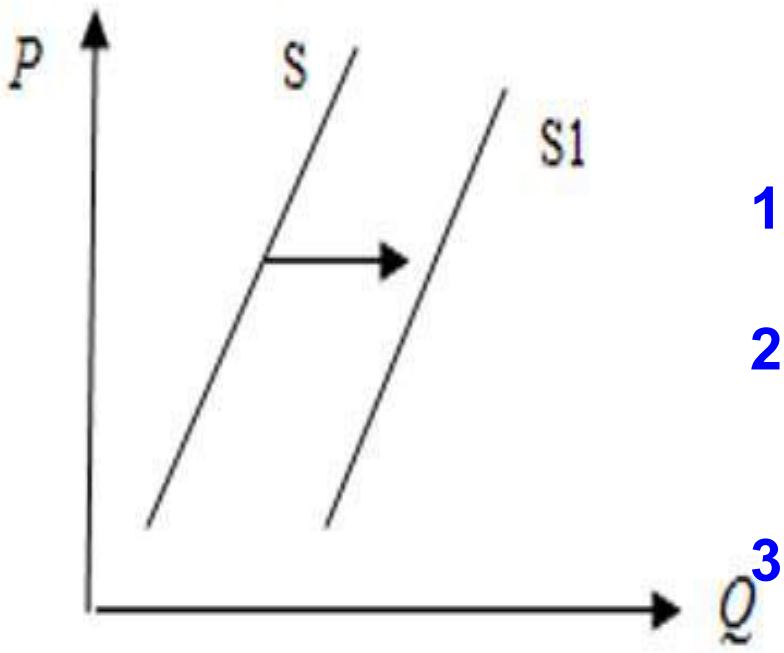


Это перемещение может быть вызвано прежде всего:

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 свежевыловленной рыбы: линия предложения S переместилась в новое положение S1 (P – цена товара, Q – количество товара).

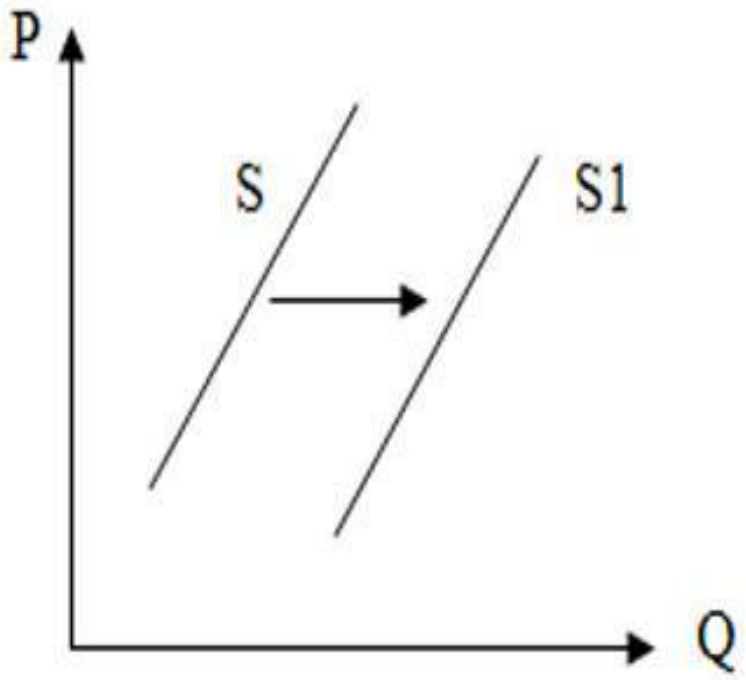


Это изменение может быть связано прежде всего:

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