

ВВЕДЕНИЕ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ КОНЦЕПЦИИ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ



- Market (англ.) – рынок
- Marketing – рыночная деятельность, работа на рынке
- Рынок – место встречи продавца и покупателя



Три проблемы любого общества:

1. Что производить?	Какие товары или услуги должны быть произведены и в каких количествах
2. Как производить?	С помощью каких технологий и ресурсов
3. Для кого производить?	Кто потребители этих товаров или услуг

Варианты решения проблем:

1. Традиционная экономика

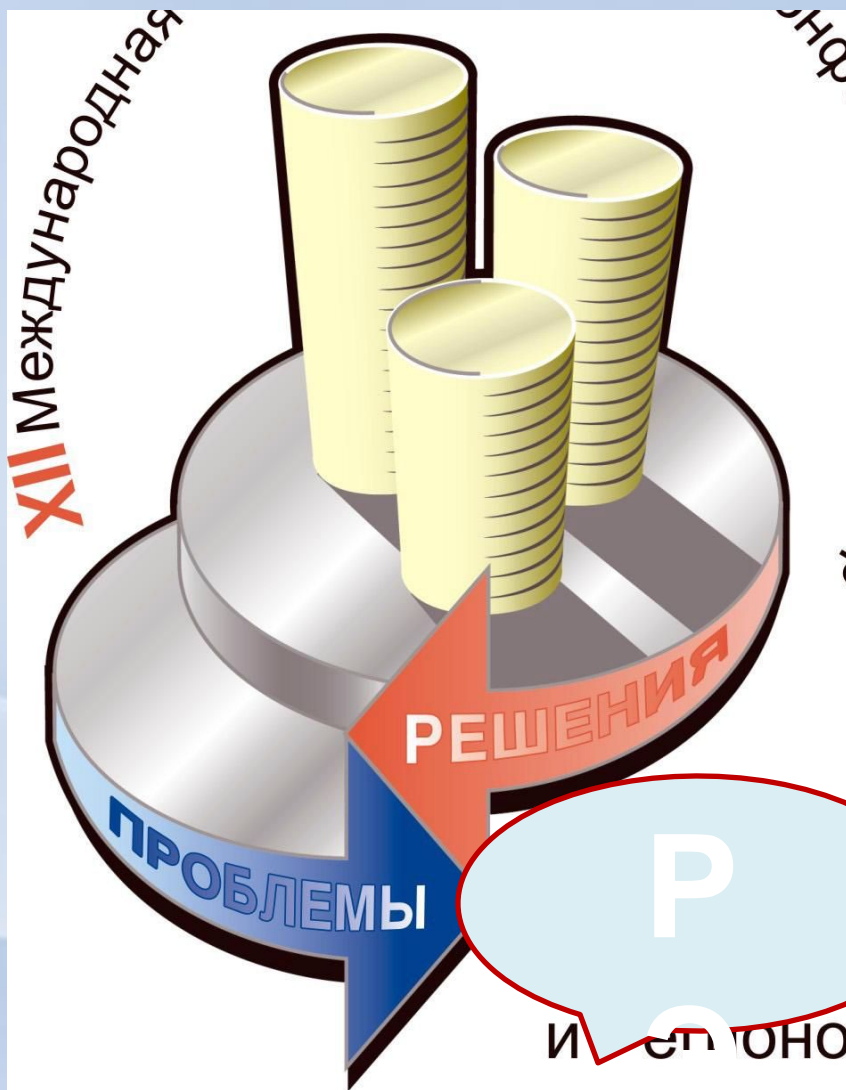
Решение проблем на основе давно сложившихся традиций

2. Командная экономика

Проблемы решаются под полным контролем государства

3. Рыночная экономика

Проблемы решаются при помощи законов рынка

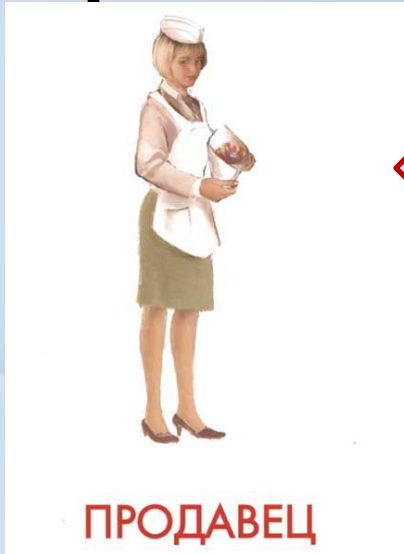


РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА

Форма организации хозяйства, при которой производители и потребители взаимодействуют между собой посредством рынка, отвечая на вопросы «что, как, для кого производить?», с помощью системы цен, прибыли и убытков,

ЭЛЕМЕНТЫ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

Товарное
предложение



Товары / услуги,
которые
находятся на
рынке или могут
быть доставлены
на него



Денежное выражение
стоимости товара /
услуги

Спрос



Представленная на
рынке потребность
в конкретных
товарах / услугах,
подкреплённая
покупательской
способностью

ТОВАРНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ

Материальный продукт:

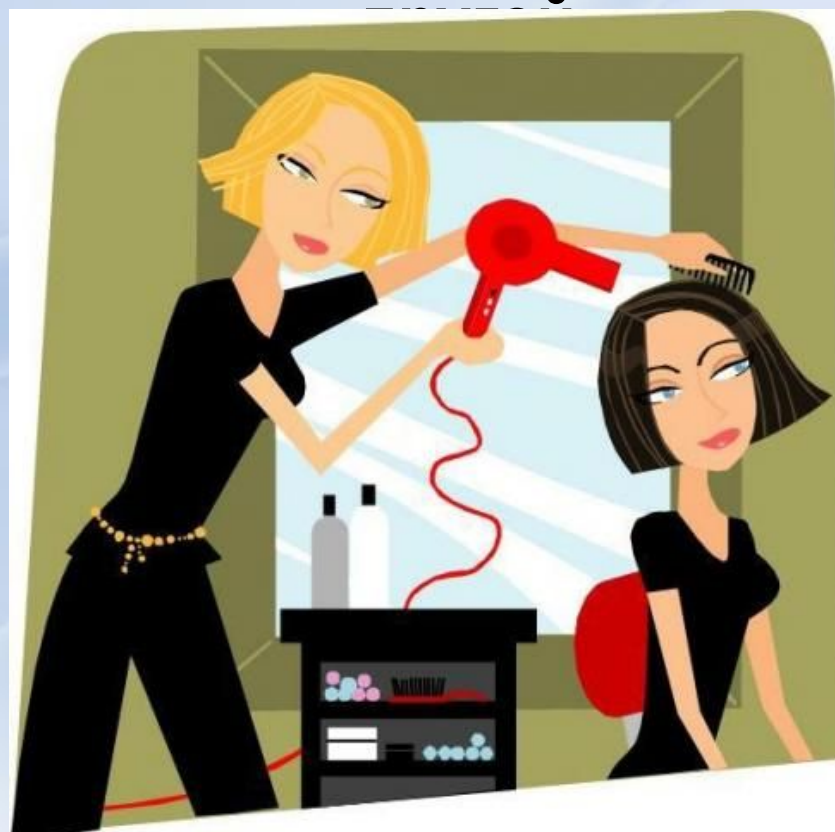
можно увидеть,
потрогать,
попробовать...

Имеет форму, вес, цвет,
размеры. Вкус. запах...



Услуга:

её невозможно увидеть;
это действия, которые
одна сторона предлагает



Ответьте на вопрос:

Почему услуга, как и материальный продукт, является товаром?

- 1.** Потому что услуга, как и материальный продукт, **удовлетворяет** какую-либо **потребность**
- 2.** Потому что услуга, как и материальный продукт, имеет **стоимость**
- 3.** Потому что услуга, как и материальный продукт, **находится на рынке**

В зависимости от колебаний Спроса и Предложения выделяют два типа рынка:



Рынок
продавца

(производител

С > я)

Конкуренция
между
~~МАРКЕТИ~~

ЦЕ



Рынок
покупателя
(потребителя)

П >

Конкуренция
между
МАРКЕТИНГ -

ДА

И
З
О
Б
И
Л
И
Е

ОСНОВНЫЕ КАТЕГОРИИ МАРКЕТИНГА



1. **Рынок** – механизм, который сводит вместе покупателей (предъявителей спроса) и продавцов (поставщиков) конкретного товара или услуги
2. **Потребность** – состояние субъекта, выражающее несоответствие между необходимым и имеющимся в наличии, побуждающее субъект к активности по устранению данного несоответствия
3. **Товар** – комплекс осязаемых и неосязаемых свойств, которые покупатель приобретает для удовлетворения своих потребностей
4. **Обмен** – получение желаемого блага в ответ на передачу другого объекта
5. **Потребительская ценность** – соотношение между преимуществами, получаемыми в результате покупки и использования товара, и затратами на его приобретение
6. **Удовлетворенность потребителя** – соответствие свойств товара ожиданиям потребителя

Задание:

Потребитель, выбирающий универсам для постоянного совершения покупок товаров первой необходимости, находится на этапе оценки вариантов.

Какие факторы, по вашему мнению, будут особенно важными для большинства потребителей при выборе

