





Тема 2. Понятие и особенности товарного рынка



Понятие рынка

Рынок – сложное и многостороннее явление, которое характеризуется разным уровнем своего развития, особенностями исторического, социального, культурного характера, присущими различным странам.

Существует ряд понятий рынка:

-  место торговли;
-  сфера товарно-денежного обращения;
-  Совокупность экономических отношений между субъектами бизнеса;
-  соединение спроса и предложения.

Отличительные признаки рынка


- **Первый признак – взаимодействие продавцов и покупателей**
- **Второй признак – его конкурентный характер**
- **Третий признак – стабилизация отношений между субъектами рынка на основе интеграции**

Элементы рынка

- ЭЛЕМЕНТЫ РЫНКА - комплекс явлений и процессов, формирующих рыночный механизм и одновременно влияющих на его функционирование.

Элементы рынка и их взаимосвязи

- Составными элементами рынка являются:

 **Спрос – это платежеспособная потребность, или представленная на рынке потребность в товарах и услугах;**

 **Предложение – это те товары, которые на рынке или могут быть на него доставлены;**

- **Цена – денежное выражение стоимости товаров или услуг.**

Концепция продукта

- Продукт – это конкретный результат исследований, разработок и производства.
- Продукт несет в себе те свойства, ради которых товар затем будет кем-то будет куплен, он обладает качествами, которые характеризуют его основную направленность.

Классификация продуктов.

Существует несколько подходов к классификации.

- **Биржевые товары**- это относительно небольшая, но важная группа товаров (энергонасосители, продовольствие, стратегические товары, металлы)
- **Промышленные товары** – материалы, капитальные товары, вспомогательные товары
- **Потребительские товары** – товары повседневного спроса, товары импульсной покупки, товары экстренного приобретения, товары предварительного выбора, товары особого спроса, товары пассивного спроса.
- **Услуги** – бытовые, деловые, социальные.

Рынок товаров промышленного назначения

- Представляет собой потребителей, приобретающих товары и услуги, которые в свою очередь, используются при производстве других товаров и услуг.
- Этот рынок наиболее крупный, так как охватывает практически все отрасли национальной экономики.




Отличия рынка товаров промышленного назначения

- **Спрос на этом рынке определяется спросом конечных потребителей.**
- **Число потребителей на таком рынке существенно меньше, чем число покупателей на потребительском рынке, но сами потребители гораздо крупнее, поскольку в их роли выступают предприятия и организации.**
- **Значительная часть потребителей концентрируется в регионах с высокоразвитой промышленностью.**
- **Каналы распределения товаров промышленного назначения обычно короче каналов распределения потребительских товаров.**
- **И другие.**




Рынок потребительских товаров

- Для потребительских товаров существуют две формы их классификации.

Первая форма основана на *характере потребления*:




-  Товары краткосрочного пользования
-  Товары длительного пользования
-  Услуги

Вторая форма основана на *поведении потребителя*:

-  Товары повседневного спроса
-  Товары тщательного выбора
-  Престижные товары.

Товарная политика предприятий

Имеются следующие типы товарной политики:



-  горизонтальный
-  концентрический
-  конгломератный

Товарная политика предприятий

Горизонтальная товарная политика- это обновление ассортимента за счет модернизации ранее выпускавшихся товаров.

Концентрический тип товарной политики – это обновление ассортимента за счет производства товаров, близких в технологическом или рыночном отношении к ранее выпускаемым товарам.

Товарная политика предприятий

- Конгломератный тип товарной политики- это обновление ассортимента за счет кардинально новых товаров.
- Имеет подвиды:
 -  полная замена технологического процесса и переход от одного товара к другому;
 -  обновление ассортимента с сохранением прежнего.