



«РЫНОК ПРОДАВЦА» И «РЫНОК ПОКУПАТЕЛЯ»

Выполнила: студентка 8305 гр.

Ю. Гаврилина

«А КОЛБАСКИ - ТО ТОЧНО ПОЛЖИМО?
ОХ, НЕ ВЕРЮ Я ВАШИМ «ЧЕСТНЫМ» ГЛАЗАМ!»



❖ **Цель проекта:** Изучить понятие рынок. Рассмотреть «Рынок продавца» и «Рынок покупателя».


❖ **Задачи:**

- ❖ • Дать определению понятию рынок.
- ❖ • Охарактеризовать «Рынок продавца» и «Рынок покупателя».

1. ПОНЯТИЕ РЫНКА В МАРКЕТИНГЕ

❖ **Рынок** – это, с одной стороны, сфера отношений между субъектами экономики (производителями и потребителями), а с другой стороны, элемент рыночной экономики, куда входят сферы производства товаров, их распределения и потребления, а также элементы планирования и регулирования экономики.





❖ **Первый** отличительный признак рынка – взаимодействие продавцов и покупателей

❖ **Второй** отличительный признак рынка – его конкурентный характер

❖ **Третий** признак современного рынка – стабилизация отношений между субъектами рынка на основе интеграции

2. «РЫНОК ПРОДАВЦА» И «РЫНОК ПОКУПАТЕЛЯ»

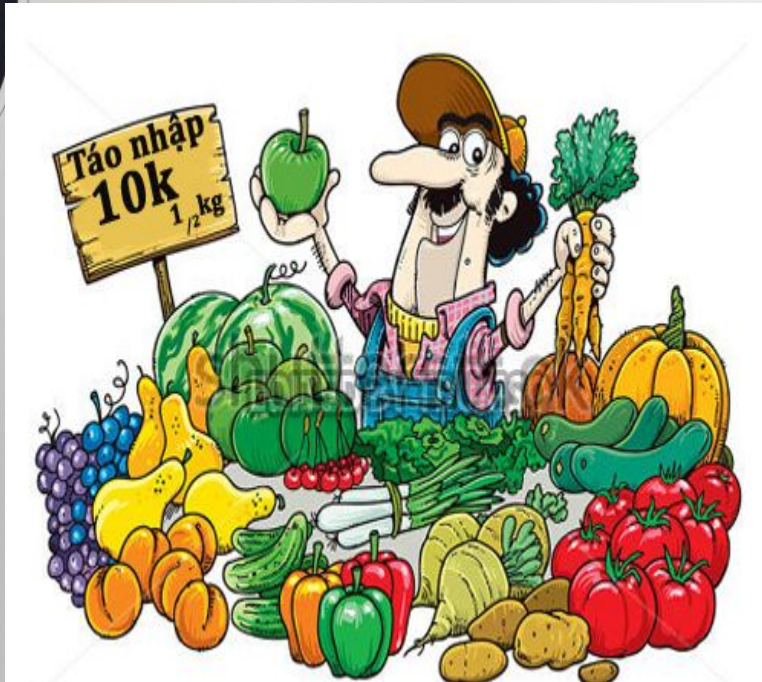


Рис. 1.1. Экономический кругооборот ресурсов в воспроизводственном процессе

Важной характеристикой рынка является соотношение между предложением и спросом на данный товар

На рынке продавца свои условия диктует продавец

На рынке покупателя свои условия диктует покупатель



❖ На рынке продавца свои условия диктует продавец. Это возможно тогда, когда существующий спрос превышает имеющееся предложение. При таких условиях продавцу нет смысла исследовать рынок, его продукция все равно найдет сбыт, а в случае проведения исследования он понесет дополнительные затраты.



❖ На рынке покупателя свои условия диктует покупатель. Такое положение заставляет продавца тратить дополнительные усилия по реализации своего товара, что является одним из стимулирующих факторов реализации концепции маркетинга.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

❖ Важной характеристикой рынка является соотношение между предложением и спросом на данный товар. Именно рынок продавца и рынок покупателя всегда будет иметь свою актуальность. Ведь в мире всегда будут те кто продает и те кто покупают.

ЛИТЕРАТУРА

- ❖ 1. Дурович, А.П. Маркетинг: курс интенсивной подготовки: [учебное пособие] / А. П. Дурович. – Минск: Современная школа, 2010. – 253 с.
- ❖ 2. Казущик, А. А. Основы маркетинга: учебное пособие / А. А. Казущик. - Минск: Беларусь, 2011. - 246 с.
- ❖ 3. Карпеко, О. И. Промышленный маркетинг: учебное пособие для студентов высших учебных заведений по специальности "Маркетинг" / О. И. Карпеко. – Минск: БГЭУ, 2010. – 414 с.
- ❖ 4. Кобелев, О. А. Электронная коммерция: учебное пособие для студентов / О. А. Кобелев. - Москва: Дашков и К°, 2011. – 682 с.
- ❖ 5. Котлер, Ф. Основы маркетинга: краткий курс: [перевод с английского] / Филип Котлер. - Москва [и др.]: Вильямс, 2012. - 488 с.
- ❖ 6. Маркетинг. Менеджмент: экспресс-курс / Ф. Котлер, К. А. Келлер. - Санкт-Петербург [и др.]: Питер: Мир книг, 2012. - 479 с.