Дополнительный материал для изучения

**ТЕМА; Рынок как объект маркетинга: понятие, виды (структура), элементы и характеристики.**

**Понятие рынка**

Рынок - это одна из важнейших категорий товарного хозяйства, выражающая его наиболее существенные связи и отношения, связанные с обменом. Одна из первых попыток научного определения рынка была введена О.Курно, утверждавшего, что рынок это не торговая площадь, а любой район, где взаимодействие продавцов и покупателей приводит к выравниванию цены. Эти идеи были развиты затем У.Джевонсон и А.Маршалом, полностью ушедшим от какой-либо территориальной привязанности и считавшим наличие единой цены главным принципом рынка.

**Рынок в** [**маркетинге**](http://www.grandars.ru/student/marketing/marketing.html)- это совокупность имеющихся и потенциальных покупателей [товара](http://www.grandars.ru/college/biznes/tovar.html) или [услуги](http://www.grandars.ru/student/marketing/tovary-i-uslugi.html). У этих покупателей общие [нужды](http://www.grandars.ru/student/marketing/nuzhda-i-potrebnost.html) или [запросы](http://www.grandars.ru/student/marketing/nuzhda-i-potrebnost.html), которые можно удовлетворить за счет [обмена](http://www.grandars.ru/student/finansy/obmen.html).

**Рынок в экономической теории** — это совокупность экономических отношений между [субъектами рынка](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/subekty-rynochnyh-otnosheniy.html) по поводу движения товаров и денег, которые основываются на взаимном согласии, эквивалентности и конкуренции.

Основателем теории рынка принято считать представителя классической школы Адама Смита, который первый указал на причины развития товарного обмена, а следовательно рынка. Такой причиной Адам Смит считал ограниченность производственных возможностей человека, которые можно увеличить за счет общественного разделения труда, что в конечном счете и приводит к возникновению обмена и формирования рынка.

**Структура рынка** — это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка.

Можно выделить следующие критерии для классификации структуры рынка:

* Виды рынка по объектам рыночных отношений
  + рынок потребительских товаров и услуг
  + [рынок ценных бумаг](http://www.grandars.ru/student/finansy/rynok-cennyh-bumag.html)
  + рынок сырья
* Виды рынка по субъектам рынка
  + рынок покупателей
  + рынок продавцов
* Виды рынка по географическому положению
  + местный
  + национальный
  + мировой
* Виды рынка по степени ограничения конкуренции
  + [совершенная конкуренция](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/rynok-sovershennoy-konkurencii.html)
  + [монополистическая конкуренция](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/monopolisticheskaya-konkurenciya.html)
  + [олигополия](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/oligopoliya.html)
  + [монополия](http://www.grandars.ru/student/ekonomicheskaya-teoriya/monopoliya.html)
* Виды рынка по отраслям
  + автомобильный
  + нефтяной
* Виды рынка по характеру продаж
  + оптовый
  + розничный
* Виды рынка по соответствию действующему законодательств
  + легальный
  + нелегальный
  + "черный" рынок

**Элементы рынка**

1. **Спрос** - платежеспособная потребность покупателя в товарах и услугах, т.е. потребность, обеспеченная денежными средствами покупателей. **Спрос** – желание (потенциальный спрос) и способность (реальный спрос) покупать товары и услуги.
2. **Предложение** (**в** **экономике**) — понятие, отражающее поведение товаропроизводителя на рынке, его готовность произвести (предложить) какое-либо количество товара за определённый период времени при определённых условиях. **Предложение** - это совокупность товаров и услуг, которые находятся на рынке, и которые продавцы готовы продать покупателю по данной цене.
3. **Цена́** — количество денег, в обмен на которые продавец готов передать (продать) единицу товара.
4. **Конкуренция** (от лат. concurrere «сталкиваться», «соперничать») — соперничество в какой-либо области с целью получения выгоды. **Конкуренция** — **это** борьба между экономическими субъектами за максимально эффективное использование факторов производства.

**Характеристики рынка**

1. **Ёмкость рынка** — это объем тех товаров или услуг, которые предлагаются и приобретаются в пределах [рынка](http://www.marketch.ru/marketing_dictionary/marketing_terms_s/spros/) (рыночного сегмента). Емкость рынка - объем сделок купли-продажи товаров или услуг, совершенных на определенной территории (территориальный рынок) или в отдельной отрасли (отраслевом рынке). **Емкость рынка** характеризуется размером покупательского спроса, равным величине товарного предложения. В каждый данный момент времени емкость рынка имеет количественную определенность, т.е. объем предложения и спроса выражается в стоимостных и натуральных показателях продаваемых, а следовательно, и покупаемых товаров или услуг. **Емкость рынка** — это объем потенциально реализуемых товаров и услуг при определенном уровне цен за какой-то отрезок времени. Показатель емкости рынка исчисляется в деньгах, сумма которых обозначает доход, который могут получить продавцы на рынке в конкретных обстоятельствах (при неизменном уровне спроса, предложения, цен и т. п.). Емкость рынка помогает оценить долю предприятия в рыночной ситуации, возможный объем продаж и перспективность данного рынка для производителя продукции.
2. **Доля рынка** характеризует положение компании на рынке относительно конкурентов. Количественный показатель доли рынка определяется процентным соотношением показателей объема продаж, к общему объему продажи товаров той же категории на рынке. **Доля рынка  в натуральном выражении (в штучном выражении) —** количество единиц товара, проданного конкретной компанией в процентном соотношении к общему объему продаж на рынке, выраженное в тех же единицах. **Доля рынка в стоимостном выражении (в объемах продаж)**. Доля рынка по объемам продаж отличается от доли штучных продаж на рынке тем, что она отражает цены, по которым продаются товары. В действительности, относительно простым способом расчета относительной цены является деление доли рынка по объемам продаж на долю рынка по штучным продажам.
3. [**Конъюнктура рынка**](http://www.grandars.ru/student/nac-ekonomika/konyunktura-rynka.html) — это совокупность складывающихся на рынке в каждый момент времени экономических условий, при которых осуществляется процесс реализации товаров и услуг. [**Конъюнктура**](http://megabook.ru/article/%d0%9a%d0%be%d0%bd%d1%8a%d1%8e%d0%bd%d0%ba%d1%82%d1%83%d1%80%d0%b0) **рынка** — это ситуация, которая складывается на основе спроса, предложения, активности участников рынка, ценами, объемами продаж, динамикой производства и потребления. Знание конъюнктуры рынка позволяет прогнозировать развитие экономической ситуации, уравновешивать спрос и предложение, определять наиболее выгодную цену, эффективно распоряжаться ресурсами и произведенной продукцией.
4. **Рыночная ситуация** — это состояние рынка, определяемое количеством производителей и потребителей, разнообразием товаров и способом формирования цен. Когда спрос равен предложению, рыночная ситуация считается нормальной. Когда спрос превышает предложение, формируется рынок продавца, для которого характерны [дефицит](http://megabook.ru/article/%d0%94%d0%b5%d1%84%d0%b8%d1%86%d0%b8%d1%82) товаров, очереди, низкое качество продукции. Если предложение превышает спрос, формируется рынок покупателя: возникает конкуренция среди продавцов, которые стремятся привлечь потребителей, понижая цены и повышая качество товаров.