

# DEFINICJA RYNKU

---

- Wg W. **Wrzoska**: rynek to ogół stosunków zachodzących między podmiotami uczestniczącymi w procesach wymiany. Tymi podmiotami są sprzedawcy i nabywcy, którzy reprezentują podaż, popyt, a także wzajemne relacje między nimi.
- Wg L. **Balcerowicza** – rynek to szczególny mechanizm koordynacji zamierzeń i działań dostawców oraz odbiorców danego dobra, kiedy dochodzi do uzgodnień między nimi bez odgórnego, szczegółowego kierowania. Rynek istnieje tylko wtedy, gdy ludzie mają w gospodarce szeroki zakres wolności.

# Rynek w ujęciu ekonomicznym

---

- stosunki wymienne, znajdujące wyraz w transakcjach kupna - sprzedaży między dostawcami i odbiorcami, których decyzje kształtują podaż, popyt i ich wzajemne relacje.

Rynek jest wtedy **miejscem wymiany**, gdy:

- nabywcy odczuwają potrzebę zakupu, którą są skłonni zaspokoić,
  - nabywcy posiadają środki pieniężne,
  - sprzedawcy posiadają produkty i chcą je sprzedać,
  - nabywcy akceptują ceny sprzedawców.
-

# Proces analizy rynku

---

Obserwacja rzeczywistości rynkowej



Stwierdzenie współwystępowania zjawisk i  
ustalenie zależności przyczynowo-skutkowych



Zbudowanie modelu



Przewidywanie przyszłości

---

# Główne funkcje rynku (według T. Sztuckiego)

---

- # informowanie dostawców i nabywców o ofercie towarowej i chłonności rynku na towary i usługi,
- # wyrównywanie poziomów i struktury podaży i popytu za pomocą cen równowagi,
- # alokacja, czyli przemieszczanie zasobów pracy, środków produkcji i kapitałów do dziedzin gospodarczych i rodzajów działalności o wysokim stopniu efektywności i zyskowności,
- # pobudzanie przedsiębiorczości i innowacyjności przez wyzwania i zagrożenia lokalnej, krajowej i światowej konkurencji,

# Główne funkcje rynku (według T. Sztuckiego)

---

- # weryfikacja prawidłowości decyzji i działalności produkcyjnej, handlowej i usługowej przedsiębiorstw poprzez udzielanie bądź odmowę akceptacji ze strony nabywców,
- # motywacja pracy i wykorzystywania kapitału w działalności przedsiębiorczej jako źródeł uzyskiwania dochodów i zaspokajania potrzeb na coraz wyższym poziomie,
- # stymulowanie rozwoju gospodarczego kraju i jego powiązań z gospodarką światową.

# Cechy systemu rynkowego

---

- # swoboda wchodzenia na rynek i prowadzenia działalności zgodnej z ustanowionymi normami prawnymi i przepisami administracyjnymi,
- # przewaga przedsiębiorstw prywatnych nad państwowymi,
- # regulacyjne i weryfikacyjne oddziaływanie rynku na podaż, popyt i ceny,
- # powszechna konkurencja, zwalczanie i przeciwdziałanie praktykom monopolistycznym,
- # ograniczona ingerencję państwa w funkcjonowanie przedsiębiorstw,

# Cechy systemu rynkowego

---

- # stwarzanie przez państwo jednolitych i powszechnych zasad i rozwiązań systemu finansowego, celnego, czasu pracy, warunków bhp oraz innych unormowań i świadczeń dla państwa, świadczeń i powinności pracodawców i pracobiorców,
- # swoboda eksportu i importu dóbr i usług (z wyjątkiem tych, które wymagają uzyskiwania zgody lub koncesjonowania),
- # inicjowanie i sprzyjanie przez państwo przedsiębiorczości, popieranie ochrony własności prywatnej i indywidualnych dochodów uzyskiwanych z pracy i wszelkich rodzajów działalności podstawowej i pomocniczej,

# Cechy systemu rynkowego

---

- # sprawowanie przez państwo ochrony interesów producentów oraz controlling, monitoring, a nawet karanie tych podmiotów, które prowadzą nierzetelną i nieuczciwą działalność,
- # określanie i realizowanie przez państwo polityki nastawionej na rozwój gospodarczy kraju, dostosowanie do współpracy gospodarczej z Europą, ułatwianie wdrożeń najlepszych światowych rozwiązań oraz sprostanie nowym wymogom wobec środowiska naturalnego.



# Kryteria podziału rynku:

---

1. Kryterium przestrzeni:
  - rynek lokalny,
  - rynek regionalny,
  - rynek krajowy,
  - rynek zagraniczny,
  - rynek międzynarodowy.
2. Kryterium kanałów rynku:
  - rynek zbytu,
  - rynek skupu,
  - rynek hurtowy,
  - rynek detaliczny,

# Kryteria podziału rynku:

---

3. Kryterium przedmiotu obrotu:
  - rynek dóbr konsumpcyjnych,
  - rynek dóbr produkcyjnych,
  - rynek usług.

# Kryteria podziału rynku:

---

## 4. Kryterium dostępu:

- rynek potencjalny – zbiór konsumentów, którzy wykazują znaczące zainteresowanie daną ofertą rynkową,
- rynek dostępny – zbiór konsumentów, którzy są zainteresowani, mają wystarczającą siłę nabywczą (dochód) oraz dostęp do danej oferty rynkowej,
- kwalifikowany rynek dostępny – zbiór konsumentów zainteresowanych, z dochodem, dostępem i kwalifikacjami (cechami) stosownymi do danej oferty rynkowej,
- rynek działania (rynek docelowy) – ta część kwalifikowanego rynku dostępnego, na której przedsiębiorstwo chce zaistnieć,
- rynek spenetrowany – zbiór konsumentów, którzy nabyli już

# Podmioty rynku:

---

- # Gospodarstwa domowe
- # Gospodarstwa rolne
- # Przedsiębiorstwa
- # Bank centralny
- # Banki komercyjne
- # Giełda
- # Instytucje państwowe (administracja państwowa oraz władze lokalne)

# Podaż

---

– zaoferowana przez producentów, dystrybutorów, sprzedawców wielkość określonych produktów określonym nabywcom, przy określonej cenie.

Wyraża ujawnione przez sprzedawców zamiary sprzedaży określonej ilości dóbr (usług) w danych warunkach i po danej cenie.

---

# Czynniki wpływające na podaż ze strony przedsiębiorstw

---

- # okres, jaki upływa od chwili zgłoszenia przez odbiorców zapotrzebowania i związanej z nim motywacji,
  - # liczba dostawców oraz ich zdolności produkcyjne,
  - # możliwe do uzyskania środki finansowe oraz zasady ich uzyskiwania,
  - # materialne i pozamaterialne zainteresowanie zwiększaniem produkcji (podaży) stwarzane przez system zarządzania przedsiębiorstwem,
  - # ruchliwość i elastyczność substytucji czynników produkcji w gospodarce,
  - # warunki uzyskania potrzebnego do zwiększenia podaży zaopatrzenia produkcyjnego,
  - # koszt krańcowy produkcji
-

# Czynniki wpływające na podaż ze strony odbiorców (popytu)

---

- # popyt reprezentowany przez odbiorców,
- # cena.

# Czynniki determinujące podaż można inaczej podzielić na:

---

1. czynniki materialno-rzeczowe (to głównie zasoby kapitału trwałego oraz zasoby czynników wytwórczych) – związane z realną sferą działalności gospodarczej; określają fizyczne możliwości tworzenia podaży oraz dokonywania zmian w jej wielkości i strukturze; decydują o podaży dóbr i usług oraz podaży pracy, nie mają wpływu na podaż pieniądza;



# Czynniki determinujące podaż można inaczej podzielić na:

---

2. czynniki ekonomiczne (ceny i popyt) – związane ze sferą regulowania procesów gospodarczych; decydują o skłonnościach sprzedawców do tworzenia sprzedaży i oferowania nabywcom produktów; mają wpływ na podaż pieniądza.
-

# Rodzaje podaży

---

1. Ze względu na przedmiot podaży:
  - podaż produktów,
  - podaż usług,
  - podaż pracy,
  - podaż pieniądza.

# Rodzaje podaży

---

2. Ze względu na skalę podaży:
  - podaż globalna (zagregowana)
  - podaż cząstkowa (w aspekcie przedmiotowym lub podmiotowym)

# Źródła podaży:

---

- ⇒ Produkcja przemysłowa,
- ⇒ Produkcja rolna,
- ⇒ Rezerwy towarowe,
- ⇒ Działalność usługowa.

# Popyt

---

wielkość zakupów produktów, która byłaby dokonana przez określoną grupę konsumentów na określonym obszarze, w określonym czasie, w określonym otoczeniu marketingowym i przy zastosowaniu określonego programu marketingowego, czyli wielkość zapotrzebowania na dany towar, zgłaszana przez konsumentów przy określonej cenie.

---

# Czynniki wpływające na popyt

---

- dochody, ich wielkość i zróżnicowanie w gospodarstwach domowych,
- potrzeby, wymagania, gusta, preferencje i upodobania konsumentów,
- liczba konsumentów,
- struktura demograficzna,
- struktura społeczno-zawodowa,
- skłonności do oszczędzania (lub wydatkowania pieniędzy) oraz do korzystania z kredytu.

# Czynniki wpływające na popyt można inaczej podzielić na:

---

- czynniki demograficzne ,
  - czynniki ekonomiczne,
  - czynniki psychosocjologiczne.
-