

Содержание

1. Сущность рынка. Условия действия рынка. Виды и типы рынков.
2. Основные функции рынка.
3. Субъекты и объекты рынка. Признаки рынка (парадигма рынка).
4. Структура и инфраструктура рынка.
5. Формирование социально-ориентированной рыночной экономики.
6. Характеристика основных рыночных моделей.

1. Сущность рынка. Условия действия рынка. Виды и типы рынков

Рынок представляет собой общественную форму системы отношений, возникающих между хозяйственными агентами по поводу обмена ценностями. Это **многоплановый экономический процесс**, который через предложение и спрос приводит к образованию цены.

Условия действия рынка

1. Самостоятельность экономических субъектов, их способность самим заключать контракты, принимать и размещать заказы, свободно расходовать хотя бы часть своих доходов;

2. Экономическая ответственность за использование ресурсов. Субъекты должны в полной мере ощущать ограниченность средств, находящихся в их распоряжении, и необходимость расплачиваться из них по всем обязательствам за возможные потери и неэффективные решения. **В этом смысле так называемого жёсткого бюджетного ограничения.**

3. Достаточное количество производителей и потребителей как условие их взаимного выбора и конкуренции. Количество производителей в разных отраслях будет разным, но не менее 5 – 7, при праве других предприятий выходить на рынок данной продукции.

4. Производство на неизвестный рынок, принципиальная неопределенность в смысле нахождения потребителя.

5. Право контрагентов самим устанавливать цены на продукцию.

На современном этапе экономического развития эти условия модифицируются и должны обеспечить:

- остановку монополизма;
- регулирование не цен, а спроса и предложения;
- обострение конкуренции не за счёт снижения издержек, а за счёт роста качества, технического уровня, улучшения послепродажного обслуживания и т.п.;
- усиление конкурентоспособности мелких и средних предприятий;

- разнообразие собственно рыночной инфраструктуры (информационные системы, маркетинг, финансовые институты и т.п.);
- государственное влияние через финансовую политику, регулирование кредитов и денежного обращения, систему государственных заказов.

☑ *В настоящее время в рамках государственных заказов обеспечивается около 33% производства в США и Японии и около 60% - в Нидерландах и Швеции.*

Виды рынка – выделяются в зависимости от предмета обмена:

1. Рынки факторов производства (факторные рынки):

- а) земельных участков и недвижимости;
- б) труда;
- в) ссудного капитала – рынок долгосрочных кредитов и капиталовложений (ссуды, ипотеки, кредитные ценные бумаги и ценные бумаги паевого участия);
- г) денежный – в узком смысле относятся краткосрочные ссуды межбанковские, в широком – все деньги, выдаваемые в качестве краткосрочных кредитов.

2. Товарные рынки:

- а) потребительских товаров;
- б) инвестиционный рынок.

Типы рынка:

Совершенный рынок – все участники торговых сделок действуют исключительно в соответствии с экономическими принципами и выполняются следующие условия:

- а) гомогенность товаров;
- б) отсутствие предпочтений пространственного, личностного и временного характера;
- в) полная прозрачность рынка.

Несовершенный рынок – одно или несколько условий совершенного рынка не выполняются. Такими рынками являются большинство реально существующих рынков.

Принципы, позволяющие характеризовать экономику как рыночную:

- наличие в экономике разнообразных форм собственности;
- обеспечение свободы хозяйственной деятельности;
- формирование механизма свободного ценообразования;
- свободное маневрирование ресурсами;
- полнота и доступ информации о состоянии рынка всех хозяйствующих субъектов;
- наличие рыночной инфраструктуры;
- сохранение значительного нерыночного сектора экономики наряду с распространением рыночных отношений;
- последовательная интеграция национальной экономики в систему мировых хозяйственных связей;

- обеспечение со стороны государства социальных гарантий, предоставление всем равных возможностей и поддержка нетрудоспособных и социально уязвимых членов общества.

Многоплановость рынка как экономического процесса проявляется в множественной классификации рынков.

Классификации рынков

1. По территориальному признаку: Местный Региональный Национальный Мировой	5. По субъектам, вступающим в обмен: Рынок потребителей Производителей Промежуточных продавцов Государственных учреждений
2. По объектам обмена: Рынок средств производства Товаров и услуг Финансовый Интеллектуальной собственности	6. С учётом ассортимента: замкнутый насыщенный смешанный
3. По степени соблюдения законности: легальный (официальный) нелегальный (теневой) чёрный (в некоторых словарях «чёрный» = «нелегальный»)	7. По степени насыщенности: равновесный (спрос = предложение) дефицитный (спрос > предложение) избыточный (спрос < предложение)
4. По степени развитости экономической свободы: свободный регулируемый	8. По товарам и товарным группам: Продовольственные товары Промышленные товары Услуги и т.п.

Рыночный механизм, посредством которого реализуются закономерности рыночного развития, неоднозначен и проявляется как в позитивных, так и в негативных общественных явлениях, отражённых в таблице 1.

Таблица 1

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ	
Плюсы	Минусы
Сбалансированность спроса и предложения	Стихийность, нестабильность, чередование спадов и подъёмов
Ориентация на потребителя	Имущественное и социальное расслоение общества
Стимулы качества и обновления продукции	Безработица, эксплуатация, инфляция
Стимулы эффективности, внедрения новой техники и технологии	Денежный фетишизм

2. Основные функции рынка

Сущность рынка находит своё выражение в его главных экономических функциях, к которым можно отнести следующие:

Интегрирующая функция – состоит в соединении сферы производства (производителей), сферы потребления (потребителей), а также торговцев посредников и включении их в общий процесс активного обмена продуктами труда и услугами. Без рынка производство не может служить потребителю, а потребитель не сможет удовлетворить свои потребности.

Регулирующая функция – предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассортиментной структуре, сбалансированность спроса и предложения по цене, объёму и структуре, пропорциональности в производстве и обмене между регионами, сферами национальной экономики.

Рынок даёт ответы на вопросы: «что производить?», «как производить?» и «для кого производить?».

Стимулирующая функция – состоит в побуждении производителей к созданию новой продукции, созданию необходимых товаров с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли; стимулировании научно-технического прогресса и на его основе – интенсификации производства, в эффективности функционирования всей экономики.

Ценообразующая функция – это установление ценностных эквивалентов для обмена продуктов. При этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты, выявляя ценность товара посредством определения не только количества затраченного труда, но и его полезности.

Контролирующая функция выполняет роль главного контролера конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере нуждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

Посредническая функция обеспечивает встречу экономически обособленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда. Без рынка невозможно определить, насколько взаимовыгодна та или иная экономическая и технологическая связь между участниками общественного производства. Потребитель имеет возможность выбора оптимального продавца-поставщика, а продавец – наиболее подходящего покупателя.

Информационная функция даёт участникам рынка через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит объективную информацию о спросе и о предложении товаров и услуг на рынке.

Функция экономичности – предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров) и соразмерности спроса населения с заработной платой.

Функция реализации интересов рыночных субъектов обеспечивает взаимосвязь интересов продавцов и покупателей. Экономический интерес продавцов состоит в получении большого дохода, а покупателя – в удовлетворении потребности с наименьшими затратами. Соединение этих интересов предполагает обмен нужными друг другу полезностями и эквивалентность рыночной сделки.

Из сущности рынка и его функций логически вытекает **его роль в общественном производстве:**

- выдавать сигнал производству с помощью обратных «первичных» связей: что, в каком объёме и какой структуре следует производить;
- уравнивать спрос и предложение, обеспечивать сбалансированность экономики;
- дифференцировать товаропроизводителей в соответствии с эффективностью их работы и нацеленностью на покрытие рыночного спроса;
- «санирующая» роль рынка – сводится к вымыванию неконкурентоспособных предприятий и свёртыванию устаревших производств.

3. Субъекты и объекты рынка. Признаки рынка (парадигма рынка)

Рынок берёт своё начало в обмене. Независимо от того, осуществляется обмен в натуральной или товарной форме, он предполагает наличие двух контрагентов – продавцов и покупателей. Развитие рынка предполагает, естественно, и развитие его субъектов –домашние хозяйства, фирмы, государство. Поведение субъектов рынка представляет собой парадигму рынка.

Субъекты рынка могут выступать как:

Физические лица – это граждане страны, выступающие в качестве либо продавцов, либо покупателей товаров и услуг. Иностранцы должны иметь специальные права на занятие предпринимательской деятельностью, а как покупатель – действует на равных основаниях (кроме таможенных ограничений).

Юридические лица: в качестве юридических лиц могут быть представлены предприятия, организации, а также государства, продающие или покупающие

товары и наделённые специальными правами выступать в качестве истцов или ответчиков в случае возникновения конфликтных ситуаций.

Объекты рынка: земля, средства производства, товары личного потребления, деньги, интеллектуальная собственность, рабочая сила и т.п., **то есть все то, вокруг чего складываются отношения купли–продажи, идет борьба между производителями за внимание потребителей (покупателей) к их товарам и услугам, имеет место выявление цены в соответствии со спросом и предложением, конъюнктурой рынка в целом.**

ПАРАДИГМА РЫНКА – совокупность понятий и принципов, раскрывающих **эффективность функционирования рыночных процессов.** Ключевые моменты парадигмы рынка структурированы в **таблице 2.**

Таблица 2

Парадигма рынка		
Свобода поведения продавцов и покупателей	Свободное колебание цен	Ориентация на потребителя
Рыночные производители не должны быть ограничены в своих действиях юридическими актами; в свою очередь, покупатели также не должны быть ограничены в выборе товаров. Их действия могут определяться только предпочтениями и денежными возможностями.	На рынке не должно быть монополии. Достигается за счёт присутствия множества продавцов и множества покупателей, что препятствует сговору и установлению контроля над ценами. Если устанавливается господство монополии, государство должно устранить его посредством реализации системы антимонопольных мер.	В обществе должны создаваться товары и услуги, необходимые потребителю и приобретаться они должны на рынке посредством купли-продажи. Ряд изделий и благ изготавливаются для собственного потребления, но они не являются товаром, а просто продуктом потребления

4. Структура и инфраструктура рынка

Структура рынка

Существуют различные подходы к определению структуры рынка, но наиболее признанной считается **структура с выделением в ней трех крупных звеньев рыночных отношений: рынок труда, сам рынок, как сфера обращения товаров, и рынок валюты и ценных бумаг.** Такое деление наиболее полно отражает структуру рынка, вместе с тем используется также критерий объекта рыночных отношений.

Рынок труда представляет собой систему весьма сложных отношений, в которой переплетаются интересы многих субъектов. Так **внешний рынок труда** – это обычный рынок профессий, ориентированный на законченную профессиональную подготовку и выдачу сертификата об образовании, а **внутренний рынок** ориентируется на движение кадров внутри предприятия или фирмы. Для него характерна курсовая система подготовки кадров, более экономная и рациональная с точки зрения руководства фирм и предприятий.

Рынок, как сфера обращения товара, существует в двух формах – оптовый и розничный рынок. **Оптовый рынок** – это продажа товаров партиями для дальнейшей перепродажи непосредственным потребителям данного товара, т.е. субъектам розничного рынка. При этом сохраняется товарная форма продуктов труда. **Розничный рынок** связан с продажей товаров как населению, так и предприятиям и фирмам, в этом случае товар теряет свою товарную форму и превращается либо в средство удовлетворения потребностей личности или в сырье для дальнейшего производственного процесса.

Таким образом, оптовый рынок связывает производителя товара с розничным рынком, на котором в качестве покупателя функционирует непосредственный потребитель данного товара.

Схема движения товара от производителя к потребителю может быть представлена в следующем виде:

производитель – оптовый рынок – розничный рынок – потребитель.

Оптовая торговля может осуществляться посредством товарных бирж, ярмарок и оптовых предприятий, а розничная – через универсальные и специализированные магазины, посылочную торговлю, реализацию посредством каталогов и заказов и иными способами.

Следует отметить, что в процессе движения товара к потребителю оптовый рынок может представлять собой **систему оптовых рынков**, т.е. оптовый рынок 1^{го} порядка, 2^{го} порядка и т.д. Розничный же рынок является единственным, так как на нем заканчивается движение продукта труда в товарной форме. Вместе с тем, наличие оптового рынка не является обязательным условием движения товара к потребителю, он может отсутствовать, если производитель непосредственно выступает как розничный продавец на данном рынке. В реальности производитель может быть также одновременно и оптовым, и розничным продавцом, если имеется у производителя собственная торговая система.

Рынок валюты и ценных бумаг можно определить как рынок реализации валюты и **фондовый рынок**. На **фондовом рынке** происходит реализация облигаций и акций, т.е. реализуются ценные бумаги государства и предприятий. Облигации представляют собою долговые обязательства, выдаваемые государством на определенный срок и на установленных условиях. Продажа облигаций является средством мобилизации доходов трудящихся на нужды народного хозяйства, а акции – ценные бумаги, свидетельствующие о вложении определенной суммы

денег в развитие фирмы или корпорации; по ним владельцы получают дивиденды, размер которых зависит от доходности производства.

Инфраструктура рынка

Применительно к рынку, как самостоятельной подсистеме, **инфраструктура рынка** – это совокупность организационно-правовых форм, опосредствующих движение товаров и услуг, акты купли-продажи, или совокупность институтов, систем, служб, предприятий, обслуживающих рынок и выполняющих определенные функции по обеспечению нормального режима его функционирования. Инфраструктура призвана обеспечить цивилизованный характер деятельности рыночных субъектов, её элементы не навязаны субъектам извне, а порождены самими рыночными отношениями.

Инфраструктура рынка выполняет следующие **функции**:

- 1) облегчает участникам рыночных отношений реализации их интересов;
- 2) повышает оперативности и эффективности работы рыночных субъектов на основе специализации отдельных субъектов экономики и видов деятельности;
- 3) организационное оформление рыночных отношений;
- 4) облегчение форм юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования деловой практики;
- 5) подготовка специалистов для эффективного функционирования рынка.

Основными элементами инфраструктуры современного рынка являются:

- биржи (товарные, сырьевые, фондовые, валютные), их организационно оформленное посредничество;
- аукционы, ярмарки и другие формы организационного внебиржевого посредничества;
- кредитная система и коммерческие банки;
- эмиссионная система и эмиссионные банки;
- система регулирования занятости населения и центры государственного и негосударственного содействия занятости (биржи труда);
- информационные технологии и средства деловой коммуникации;
- налоговая система и налоговая инспекция;
- система страхования коммерческого хозяйственного риска и страховые компании;
- специальные рекламные агентства, информационные центры и агентства средств массовой информации;
- торговые палаты, другие общественные, добровольные и государственные объединения (ассоциации) деловых кругов;
- таможенная система;
- профсоюзы работающих по найму;
- коммерческо-выставочные комплексы;

- система высшего и среднего экономического образования;
- аудиторские компании;
- консультативные (консалтинговые) компании;
- общественные и государственные фонды, предназначенные для стимулирования деловой активности;
- специальные зоны свободного предпринимательства.

5. Формирование социально-ориентированной рыночной экономики

Результатом реформирования и развития экономики должно стать создание такой социально-экономической системы, которая сочетала бы преимущества современного высокоразвитого рыночного хозяйства с обеспечением эффективной социальной защиты граждан. Возможность характеристики той или иной экономики как социально-ориентированной оценивается по следующим критериям:

Во-первых, ожидаемые и реальные результаты экономических реформ и преобразований следует оценивать на основе не только экономических, но и социальных критериев: качества и продолжительности жизни населения, защиты и улучшения среды обитания людей, социальных гарантий и социальной справедливости.

Во-вторых, социальную политику не следует сводить лишь к социальной защите; более важным является подчинение всего воспроизводственного процесса задачам развития личности, посредством преодоления отчуждения человека от труда и его результатов, от средств производства, общества и культуры.

Основные черты социально-рыночного хозяйства:

Свобода и справедливость, проявляющаяся в том, что социально-экономическая жизнь в обществе должна строиться на принципах конституционных гарантий, на свободе выбора рода предпринимательской деятельности, свободе выбора профессий и места работы, равенстве всех форм собственности, социальной защите нетрудоспособных и т.д.

Социальный и экономический порядок: главными задачами **социального порядка** являются обеспечение социального мира и согласия и социальной защищенности; назначение **экономического порядка** состоит в обеспечении непрерывного экономического роста и повышения уровня жизни населения.

Сочетание роста производительности труда с одновременным понижением цен, что связано с законом опережающего роста производительности труда по отношению к темпам повышения реальной заработной платы.

Личная ответственность лица за последствия своей деятельности; коллектив и государство не несут ответственности за неправомерные деяния граждан.

Ограниченное вмешательство государства в механизм рыночных отношений; оно допускается тогда, когда позитивное действие рынка не в состоянии решить тех или иных экономических и социальных проблем общества.

Модели социально ориентированной рыночной экономики

В мировой практике с учётом особенностей развития тех или иных стран (исторические особенности, уровень развития национальной экономики, выбор приоритетов общественного развития, традиции) сложилось несколько моделей рыночного хозяйства, по-разному решающих экономические и социальные проблемы развития общества. Сравнительная характеристика этих моделей представлена в **таблице 3**.

Таблица 3

Виды моделей социально ориентированного рыночного хозяйства				
Американская	Шведская	Немецкая	Японская	Китайская
Предусматривает проведение либеральной политики, наравленной на ограничение роли государства и расширение свободы; участие граждан в решении своих экономических и социальных проблем; государство должно создавать условия для деятельности граждан.	Определяющая роль в решении экономических и социальных вопросов жизнедеятельности общества и его граждан отводится государству, цель которого – поддержание высокой и стабильной занятости, стабильный экономический рост, выравнивание доходов населения.	Характеризуется высоким удельным весом государственного сектора в экономике в сочетании с сильными позициями частного предпринимательства и рыночного механизма в формировании структуры хозяйства	Характеризуется смещением социальных функций от государства в сторону фирм и корпораций. Этим она отличается от американской и шведской. От немецкой она отличается своими корпоративными принципами жизни общества.	Характерна для стран, придерживающихся социалистической ориентации, реформирующих свою экономику в сторону широкого использования системы рыночных отношений и укрепления международных связей.

6. Характеристика основных рыночных моделей

Поведение товаропроизводителей на рынке определяется условиями той рыночной модели, в рамках которой функционирует данная фирма. Классификация рыночных структур носит достаточно разнообразный характер. Наиболее полно основные соотношения между этими структурами отражены в **таблицах 4 и 5**.

Таблица 4 - **Классификация рынков по количеству контрагентов**

D S		ПОКУПАТЕЛЬ		
		ОДИН	НЕСКОЛЬКО	МНОГО
П Р О Д А В Ц	О Д И Н	Двусторонняя монополия	Ограниченная монополия	Чистая монополия
	Н Е С К.	Ограниченная монопсония	Олигополия	Олигополия предложения
	М Н О Г О	Чистая монопсония	Олигополия спроса	Чистая конкуренция

Термин **«много»** означает такое количество экономических агентов, при котором исключается воздействие на общую рыночную ситуацию отдельно взятого покупателя или продавца.

Термин **«несколько»** означает, что каждый экономический агент своими решениями затрагивает интересы других агентов и, следовательно, должен предпринимать какие-либо шаги, лишь взвесив последствия возможных ответных действий своих контрагентов.

Таблица 5 - Характеристика основных рыночных моделей

Характерная черта	Основные рыночные модели			
	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
1. Число фирм	Очень много	Много	Несколько	Одна
2. Тип продукта	Стандартизированный	Дифференцированный	Стандартизированный или дифференцированный	Уникальный, нет близких заменителей
3. Контроль над ценой	Невозможен	Некоторый, только в границах рыночной ниши, обусловленной дифференциацией	Ограниченный взаимозависимостью, значительный при картельном сговоре	Значительный, ограниченный кривой спроса
4. Условия вступления в отрасль	Очень лёгкие, препятствия отсутствуют	Сравнительно лёгкие, связаны с преодолением границ рыночной ниши	Наличие существенных препятствий в основном финансового характера	Блокировано системой входных барьеров
5. Неценовая конкуренция	Отсутствует	Значительный упор на рекламу, торговые и производственные бренды и т.п.	Весьма типична, особенно при дифференциации продукта	Главным образом реклама связи фирмы с общественными организациями
6. Примеры	Сельскохозяйственная продукция, рынок ценных бумаг	Розничная торговля, услуги, производство одежды, обуви и т.д.	Металлургия, Машиностроение, добывающая промышленность и др.	Местные и федеральные предприятия общественного пользования

Конкретное поведение отдельной фирмы с целью максимизации прибыли будет зависеть от рыночной модели, в условиях которой функционирует фирма, и уровня её издержек.