

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Рынок в маркетинге - это совокупность имеющих и потенциальных покупателей товара или услуги. У этих покупателей общие нужды или запросы, которые можно удовлетворить за счет обмена.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Размер рынка зависит от количества покупателей, испытывающих потребность в товаре, имеющих средства для совершения обмена и желание обменять эти средства на нужный товар

Размер рынка зависит от количества покупателей, испытывающих потребность в товаре, имеющих средства для совершения обмена и желание обменять эти средства на нужный товар

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

- В процессе исторического развития рыночного (товарного) хозяйства изменялось понимание рынка и рыночного механизма, их сущности, изменялся и сам рынок, его механизм, вырастала их роль в экономике. Изначально термин "рынок" означал место, где продавцы и покупатели могли совершать обмен своими товарами. Например, центральная площадь города.
- В экономической теории рынок — одна из самых распространенных категорий, одно из основных понятий хозяйственной практики экономики.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Рынок в экономической теории — это совокупность экономических отношений между субъектами рынка 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.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Рыночный механизм — это механизм взаимосвязи и взаимодействия основных элементов рынка: спроса, предложения, цены, конкуренции и основных экономических законов рынка.

Рыночный механизм действует на основе экономических законов: изменения спроса, изменения предложения, равновесной цены, конкуренции, стоимости, полезности и прибыли.

Главными действующими целями на рынке являются спрос и предложение, их взаимодействие определяет, что и в каком количестве производить и по какой цене реализовать.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Цены являются важнейшим инструментом рынка так как они обеспечивают его участников необходимой информацией, на основе которой принимается решение об увеличении или сокращении производства того или иного товара. В соответствии с этой информацией происходит движение потоков капиталов и труда из одной отрасли в другую.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Свободный (конкурентный) рынок — это саморегулирующаяся система, которая достигает результатов и поддерживает своё равновесие самопроизвольно, без вмешательства внешних сил.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Признаки свободного рынка:

Неограниченное число участников конкуренции.

Признак, свободный доступ и выход с рынка.

Абсолютная мобильность всех ресурсов.

Наличие поной информации (через цены).

Абсолютная однородность продукции.

Не один участник конкуренции не может влиять на решение других.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Функции свободного рынка:

- Является регулятором экономики.
- Является средством обеспечения народно-хозяйственных связей.
- Является орудием информации (через цены)
- Обеспечивает оптимизацию народного хозяйства.
- Обеспечивает санацию народного хозяйства.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Конъюнктура рынка

Экономическое положение производителей и потребителей, продавцов и покупателей зависит от рыночной конъюнктуры, которая изменяется под влиянием многочисленных факторов.

Конъюнктура рынка — это совокупность складывающихся на рынке в каждый момент времени экономических условий, при которых осуществляется процесс реализации товаров и услуг.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Инфраструктура рынка — это совокупность институтов, систем, служб, предприятий, опосредствующих движение товаров и услуг, обслуживающих рынок и обеспечивающих его нормальное функционирование.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Инфраструктура рынка включает в себя такие элементы как:

биржи

- торговые
- фондовые
- валютные;
- аукционы, ярмарки;
- предприятия оптовой и розничной торговли;
- банки, страховые компании, фонды;
- биржи труда;
- информационные центры;
- юридические конторы;
- рекламные агентства;
- аудиторские и консалтинговые фирмы и др.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Все эти элементы очень тесно связаны друг с другом. Если они находятся в равновесии, то вся экономика также находится в равновесии. И наоборот, дестабилизация хотя бы одного из элементов негативно отражается на всей рыночной экономике в целом.

РЫНОК И РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

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

МОЖНО ВЫДЕЛИТЬ СЛЕДУЮЩИЕ КРИТЕРИИ ДЛЯ КЛАССИФИКАЦИИ СТРУКТУРЫ РЫНКА:

- Структура рынка по объектам рыночных отношений
 - рынок потребительских товаров и услуг
 - рынок ценных бумаг
 - рынок сырья
- Структура рынка по субъектам рынка
 - рынок покупателей
 - рынок продавцов
- Структура рынка по географическому положению
 - местный
 - национальный
 - мировой

МОЖНО ВЫДЕЛИТЬ СЛЕДУЮЩИЕ КРИТЕРИИ ДЛЯ КЛАССИФИКАЦИИ СТРУКТУРЫ РЫНКА:

Структура рынка по степени ограничения конкуренции

- совершенная конкуренция
- монополистическая конкуренция
- олигополия
- МОНОПОЛИЯ

Структура рынка по отраслям

- автомобильный
- нефтяной

Структура рынка по характеру продаж

- оптовый
- розничный

Структура рынка по соответствию действующему законодательству

- легальный
- нелегальный
- "черный" рынок

ФУНКЦИИ РЫНКА

Информационная функция

- Рынок дает объективную информацию об изменяющихся экономических условиях:
- кол-во произведенной продукции
- цена
- ассортимент
- качество

ФУНКЦИИ РЫНКА

Посредническая функция

- Рынок позволяет экономическим агентам обмениваться результатами своей экономической деятельности. Рынок дает возможность определить, насколько эффективна и взаимовыгодна та или иная система отношений между конкретными участниками общественного производства.

ФУНКЦИИ РЫНКА

Ценообразующая функция

- Рынок устанавливает ценностные эквиваленты для обмена продуктов. При этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, то есть соизмеряет затраты и результаты, выявляет ценность товара посредством определения не только количества затраченного труда, но и количества пользы, которую несет товар для общества.

ФУНКЦИИ РЫНКА

Регулирующая функция

- Возникает баланс между производителем и потребителем, между продавцом и покупателем.

ФУНКЦИИ РЫНКА

Стимулирующая функция

- Рынок побуждает производителей к созданию новой продукции, необходимых товаров с наименьшими затратами и получению достаточной прибыли; стимулирует научно-технический прогресс и на его основе повышает эффективность функционирования всей экономики.
- Предприятия, не сумевшие решить проблемы совершенствования, разоряются и погибают из-за конкуренции, освобождая место для более эффективных. В результате этого постепенно повышается уровень устойчивости всей экономики в целом.

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

- Не являясь идеальным, рыночный механизм, тем не менее, обладает рядом преимуществ, присущих только ему:
- Эффективное распределение ресурсов, смягчающее проблему ограниченности ресурсов.
- Возможность успешного функционирования при наличии весьма ограниченной информации (иногда достаточными считаются сведения об уровне цены и издержках).
- Гибкость, высокая адаптивность к меняющимся условиям, быстрая корректировка неравновесия.
- Оптимальное использование достижений НТП (стремясь получить максимальную прибыль, предприниматели идут на риск, разрабатывая новые товары, вводя в производство новейшие технологии).
- Регулирование и координация деятельности людей без принуждения, то есть свобода выбора и действий экономических субъектов.
- Способность к удовлетворению разнообразных потребностей людей, повышению качества товаров и услуг.

НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

1. Не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов.
2. Не имеет экономического механизма защиты окружающей среды (необходимы законодательные акты).
3. Не создает стимулов для производства товаров и услуг коллективного пользования (образование, здравоохранение, оборона).
4. Не обеспечивает социальную защиту населения, не гарантирует право на труд и доход, не перераспределяет доход в пользу необеспеченных.
5. не обеспечивает фундаментальные исследования в науке.
6. Не обеспечивает стабильного экономического развития (циклические подъемы, безработица и т.д.)
6. Все это предопределяет необходимость государственного вмешательства, которое дополняло бы рыночный механизм, но не вело его к деформации.

ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНЫЕ РЫНКИ: ПОНЯТИЕ, ВИДЫ, ПРИНЦИПЫ ОРГАНИЗАЦИИ

общенациональный рынок — это экономическая структура, которая обеспечивает эффективное взаимодействие потребителей и производителей.

Общенациональный рынок отличается следующими характерными свойствами:

процедура обмена основывается на основных экономических закономерностях;

- процесс взаимодействия потребителей и производителей находит свое выражение в спросе и предложении;

- является средством эффективного взаимодействия потребителей и производителей.

- Для нормального функционирования рынка процесс движения благ регламентируется нормативно-правовыми актами, что создает его правовое поле.

В СТРУКТУРУ ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ВХОДЯТ СЛЕДУЮЩИЕ РЫНКИ:

Рынок экономических ресурсов, включающий в себя процесс обращения ресурсов, необходимых для производства благ. Товаром здесь выступают ресурсы производства, а ценообразование на них происходит в результате взаимодействия спроса и предложения;

Финансовый рынок, включающий в себя обращение специфического товара — капитала, цена за который определяется процентом за использование денег;

Рынок труда. Его основу составляют свободные взаимоотношения между работником и нанимателем, а предметом купли-продажи становится труд. Цена на него устанавливается в результате взаимодействия спроса и предложения на него. Предложение — это предложение людей, которые желают трудиться. А спрос — это потребность в сотрудниках определенной квалификации и профессии;

Рынок потребительских благ, представляющий собой процесс взаимодействия между производителем и потребителем по поводу блага — результата хозяйственной деятельности.

СУЩНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА

Они представляют четыре основных элемента национального рынка — экономические ресурсы, капитал, труд и потребление, функциональное взаимодействие которых и определяет специфику национального рынка.

Объектом рынка является благо — товары и услуги, которые входят в предмет обращения на рынке.

Сущность национального рынка связана с его конкретными качественными и количественными характеристиками.

ОСНОВНЫМИ КОЛИЧЕСТВЕННЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ РЫНКА ЯВЛЯЮТСЯ:

- количество производителей на рынке;
- количество потребителей на рынке;
- распределение позиций между производителями;
- степень концентрации рынка, т. е. объем осуществляемых на нем сделок по покупке и продаже благ.

ОСНОВНЫМИ КАЧЕСТВЕННЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ РЫНКА ЯВЛЯЮТСЯ: ОСНОВНЫМИ КАЧЕСТВЕННЫМИ ХАРАКТЕРИСТИКАМИ РЫНКА ЯВЛЯЮТСЯ:

- возможность выхода на рынок новых производителей;
- количество препятствий для выхода на рынок новых производителей;
- уровень конкуренции на рынке;
- степень подверженности внешним факторам;
- наличие и степень взаимодействия с другими рынками, например международными.
- Взаимодействие совокупности качественных и количественных характеристик определяет вид рынка.

В ЗАВИСИМОСТИ ОТ КОНКРЕТНЫХ УСЛОВИЙ КАЖДЫЙ ИЗ НАЦИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ МОЖЕТ СУЩЕСТВОВАТЬ КАК:

Полиполия - это рынок совершенной конкуренции. Большое количество производителей и потребителей одного вида блага позволяет оперативно реагировать на изменение цены. Для функционирования этого вида рынка обязательным условием является свобода поведения всех производителей и потребителей, которые обладают всей информацией о состоянии рынка. Он не подвержен внешнему регулированию и действует свободно, основываясь только на взаимодействии большого количества независимых производителей и потребителей. Существование подобного рынка на практике невозможно, так как на рынке не может быть абсолютно свободных производителей и потребителей, а информация практически никогда не является доступной всем;

МОНОПОЛИЯ

— это рынок, на котором действует только один производитель определенного блага и множество потребителей.

Производитель, занимающий монопольное положение на рынке, предлагает уникальное благо, которое не может быть заменено другим, и устанавливает цену на него самостоятельно;

МОНОПОЛИСТИЧЕСКАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

- это рынок, на котором действует несколько крупных производителей однородного блага. Это благо по своей сути однородно, но каждый монополист представляет его с отличительными, уникальными для него особенностями — сегмент продукции. Каждый монополист обладает необходимой экономической властью, чтобы самостоятельно устанавливать ценовую политику на производимое им благо, но она ограничена до той степени, когда потребитель вынужден будет перейти на использование товара-заменителя. В этих условиях деятельность монополиста направлена на усиление степени индивидуальности предлагаемого им блага (например, с помощью, определенной торговой марки, бренда, знака);

ОЛИГОПОЛИЯ

— это рынок, на котором несколько производителей однородного по своему составу блага принимают соглашение о выработке единой ценовой политики и объемов предложения. На нем существует тенденция к стабильности ценовой политики, а выход на него новым производителям либо затруднен, либо невозможен.

Структура общенационального рынка неоднородна, в нее входит большое количество более мелких рынков. Обычно они специализируются на обращении определенного экономического ресурса или блага. Взаимодействие этих рынков национальной экономики и составляет суть общенационального рынка, определяет его динамику и темп развития.

ПРОВАЛЫ РЫНКА

это такая рыночная ситуация, при которой равновесие на рынке не является эффективным то есть механизм рыночного регулирования, «невидимая рука рынка», не срабатывает (например, загрязнение окружающей среды, восстановление почвы после добычи полезных ископаемых). Таким образом, «провалы» (фиаско) обычно подразумевают необходимость административного регулирования экономики и экономических отношений, с целью сглаживания или устранения негативных последствий от действия рыночного механизма.

ПРОВАЛЫ РЫНКА

естественные монополии — одна фирма удовлетворяет весь спрос на продукцию, так как, чем больше она производит, тем ниже ее средние издержки. К естественным монополиям относят железные дороги, энергетическую систему страны, метрополитен и т.д. Усиление конкуренции, т.е. появление других фирм-производителей, снижает эффективность использования ограниченных ресурсов, так как новым фирмам в ходе конкурентной борьбы пришлось бы прокладывать параллельные коммуникации;

ПРОВАЛЫ РЫНКА

информационная асимметрия проявляется в том, что один экономический агент обладает большей информацией о каком-либо предмете или явлении, чем его партнер. В этом случае он оказывается в более выигрышном положении и может извлечь из него сверхприбыль.

Информационная асимметрия особенно сильно проявляется в таких отраслях, как образование и здравоохранение, так как человек не в состоянии оценить заранее квалификацию учителя или врача. При свободном рынке (без вмешательства государства) такая ситуация привела бы к ухудшению качества образования и медицинских услуг, и, следовательно, снизила бы благосостояние общества;

ПРОВАЛЫ РЫНКА

внешние эффекты — ситуация, когда действия какого-либо экономического агента сказываются на третьих лицах, не имеющих отношения к данному экономическому агенту. Примером негативного внешнего эффекта может послужить загрязнение окружающей среды производственным предприятием, громкая музыка у соседей и т.п. В то же время бывают и позитивные внешние эффекты, например, расположение пасеки рядом с плодовым садом (пчелы опыляют цветы, увеличивая урожайность и количество меда). Поскольку при свободном рынке производитель не интересуется создаваемыми им внешними эффектами, и в большинстве случаев они наносят вред, государство должно взять на себя контроль за ними;

ПРОВАЛЫ РЫНКА

общественные блага — блага, которыми пользуются все члены общества без исключения, а их объем и качество не зависят от количества потребителей. К таким благам относятся национальная оборона, свод законов, правопорядок, система здравоохранения и т.д. Рынок не в состоянии производить такие блага, поскольку он не может обеспечить оплату этих благ (так как никого невозможно исключить из пользования этим благом). Государство, собирая **налоги**, в состоянии обеспечить финансирование общественных благ.

Спасибо за внимание!