

Тема 6: Рынок



РЫНОК – ЭТО ЛЮБАЯ СИСТЕМА,
ПОЗВОЛЯЮЩАЯ ПОКУПАТЕЛЯМ
И ПРОДАВЦАМ СОВЕРШАТЬ
СВОБОДНУЮ КУПЛЮ-ПРОДАЖУ
ТОВАРОВ И УСЛУГ

«Несовершенства» рынка:



- Невозможность к обеспечению равных условий для конкуренции фирм.
- Неспособность к созданию коллективных благ.
- Наличие социального неравенства в обществе.
- Незаинтересованность в разработке фундаментальных исследований.
- Отсутствие гарантии занятости.
- Неспособность осуществлять внешнеэкономическое регулирование.
- Неспособность рынка устранять «внешние эффекты».
- Асимметрия информации. Неравномерность распространения информации в экономической среде.

Функции рынка

Наименование функции	Её сущность
Посредническая	Соединение производителей товаров и их потребителей
Ценообразования	Установление <i>равновесной цены</i> на тот или иной вид товара — <i>цены, при которой спрос на товар равен предложению товара</i>
Информационная	Предоставление информации о размерах того или иного производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары
Регулирующая	«Перетекание» капиталов из менее выгодных отраслей производства с пониженными ценами в более прибыльные отрасли с повышенными ценами
Санирующая (оздоровительная)	«Освобождение» экономики от неэффективной хозяйственной деятельности: банкротство нерентабельных предприятий и процветание общественно полезных производств

ОСНОВНЫЕ ВИДЫ РЫНКОВ

Виды рынков

```
graph TD; A[Виды рынков] --> B[по законодательству]; A --> C[по отраслям]; A --> D[по территориальному признаку];
```

**по
законодательству**

по отраслям

**по
территориальному
признаку**

Классификация рынка по законодательству

нелегальный

ведется с нарушением законов и правил купли-продажи обычных товаров.

Нелегальным является и «черный рынок». На нем подпольно торгуют товарами, которые законом запрещено реализовывать (например, наркотики, оружие)

легальный

подчиненный определенному порядку, который закреплен в правовых нормах и поддерживается государством

Виды рынков

по товарам и
услугам

Рынок товаров и услуг
(потребительский)

Рынок капитала
(средства производства
и ссудный капитал)

Рынок рабочей силы
(рынок труда)

Рынок информации

Рынок инвестиций

Рынок иностранных
валют

Фондовый рынок
Рынок ценных
бумаг

Рынок научно-технических
разработок и инноваций

Фондовый рынок



❧ **Фондовый рынок** (или рынок ценных бумаг)

– рынок, на котором продаются операции с ценными бумагами.

❧ **Функция:** мобилизация временно свободных средств предприятий и сбережений граждан для инвестирования их в экономику.



ФОНОВЫЙ РЫНОК



Классификация рынка по территориальному признаку

- ❖ региональный;
- ❖ национальный;
- ❖ мировой;

Формы рыночных отношений по видам оплаты

- ❖ бартерная торговля: безденежный обмен одного вида товара на другой;
- ❖ продажа благ за наличные деньги (или с оплатой по чеку);
- ❖ реализация продукции по безналичному расчету;
- ❖ продажа товара наложенным платежом;
- ❖ реализация товаров в кредит;
- ❖ предоставление вещей в прокат за определенную плату (в этом случае оплачивается время пользования благом).

Формы рыночных отношений по объему продаж

Оптовая торговля

*торговля: продукты
закупаются оптом
торговыми
посредниками у
производителей на
торговых ярмарках и
через товарные
биржи*

Розничная торговля

*купля-продажа
преимущественно
потребительских
благ в небольших
количествах (в
магазинах, торговых
палатках, на
продовольственных и
вещевых рынках)*

ФАКТОРЫ РЫНОЧНОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ



РЫНОЧНАЯ СИСТЕМА

Отличительными чертами рыночной системы являются:

- ◆ самостоятельность,**
- ◆ независимость,**
- ◆ экономическая свобода субъектов рынка**

ПОНИМАТЬ, ЧТО ТАКОЕ
КОНКУРЕНЦИЯ И МОНОПОЛИЯ.

Конкуренция (от лат. concurrere – сталкиваться) представляет собой механизм соперничества, борьбы рыночных структур за право найти своего покупателя и за возможность продать свой товар на наиболее выгодных условиях и, следовательно, получить максимальную прибыль.



Преимущества и недостатки конкуренции

ВАЖНО!

- Конкуренция стимулирует рациональное использование материальных, трудовых, финансовых и иных ресурсов, вынуждает производителей постоянно возобновлять ассортимент, пристально следить за научно-техническими новинками и активно внедрять их в производство.
- Конкуренция является одной из причин безработицы, прямо опосредствованно влияет на неравномерное распределение доходов между разными группами населения приводит к разорению мелких товаропроизводителей способствует концентрации производства, может породить монополию со всеми ее негативными последствиями.

Недостатки свободной конкуренции:

- ❑ не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов (леса, дикие животные, запасы недр, морей и океанов);
- ❑ отрицательно сказывается на защите окружающей среды;
- ❑ не обеспечивает развитие производства товаров и услуг коллективного пользования (дамбы, дороги, общественный транспорт);
- ❑ не создает условия для развития фундаментальной науки, системы общего образования, многих элементов городского хозяйства;
- ❑ не гарантирует право на труд, на доход на отдых;
- ❑ не содержит механизмов, препятствующих возникновению социальной несправедливости и расслоению общества на богатых и бедных.

Монополия

(от греч. моно - один, poleo - продавец) –

**исключительное право на осуществление
какого-либо вида деятельности
(производства, торговли, промысла и т.п),
предоставляемое одному лицу,
определенной группой лиц или государству.**

Монополия предполагает выполнение следующих условий:

- 1. Монополист является единственным производителем данного товара;**
- 2. Продукция носит уникальный характер, не имеет близких заменителей;**
- 3. Проникновение в отрасль для других фирм закрыто целым рядом барьеров;**
- 4. Степень влияния монополиста на рыночную цену очень высока.**

Антимонопольная политика

Антимонопольная политика – политика государства, направленная на развитие конкурентных отношений и пресечение монополистических злоупотреблений на рынках.

Задача государства состоит в том, чтобы ввести конкуренцию в цивилизованные рамки, пресечь опасные проявления монополизма, исключить недобросовестные методы борьбы, определить те сферы, где необходимо государственное регулирование.

К числу других наиболее широко применяемых методов борьбы с монополизацией рынков относятся:

- - предельное упрощение процедуры создания новых фирм;
- - снятие всех барьеров во внешней торговле и открытие внутренних рынков для зарубежных фирм, разрушающих контроль над рынком отечественных монополистов;
- - принудительное разделение крупнейших фирм-монополистов на несколько более мелких и независимых друг от друга (как это было сделано некогда со «Стандарт Ойл»);
- - введение государственного контроля за процедурами слияния и поглощения фирм, а в некоторых случаях – установление порядка, при котором поглощения и слияния возможны лишь с разрешения государства;
- - наказание фирм за проведение политики ценовой дискриминации.

ФАС

- В 2004 г. создается **Федеральная антимонопольная служба**. Ее недостаток - зависимость от политики. Главу назначает президент, замом - правительство. Отсюда зависимость эффективности антимонопольной политики от политического курса правительства. Основная задача этой службы - развитие конкуренции. Конкурентная политика нацелена на ликвидацию неоправданных преимуществ отдельных экономических субъектов

Сравнение монополии и конкуренции.

Монополия может существовать лишь постольку, поскольку вход на рынок представляется другим предприятиям невыгодным или невозможным. Если другим фирмам удастся войти в отрасль, монополия, по определению, исчезнет. Поэтому наличие входных барьеров является обязательным условием и возникновении, и существования монополии. Входные барьеры многочисленны и разнообразны. Среди них:

- наличие у предприятия-монополиста патентов на продукцию или применяемую при ее изготовлении технологию;
- существование правительственных лицензий, квот или высоких пошлин на импорт товаров;
- контроль монополистом источников поступления необходимого сырья или других специализированных ресурсов;
- наличие существенной экономии от масштаба, допускающей присутствие на рынке лишь одного поставщика, получающего положительную прибыль;
- высокие транспортные расходы, способствующие формированию изолированных местных рынков, так что единая в технологическом отношении отрасль может представлять множество локальных монополистов

ТИПЫ РЫНКОВ, ПО ВИДУ КОНКУРЕНЦИИ

- Встречается часто в заданиях!

Характеристика рыночной структуры	Типы рыночных структур			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Количество продавцов	Много	Много	Мало	Один или два (дуополия)
Размер фирм	Маленький	Маленький или средний	Большой	Различный (чаще большой)
Количество покупателей	Много	Много	Много	Различное (до одного)
Товар	Однородный	Дифференцированный	Однородный или дифференцированный	Уникальный
Контроль над ценами	Нет	Ограничен	Значительный	Полный
Барьеры для входа на рынок	Отсутствуют	Низкие	Высокие	Практически непреодолимы
Доступ к рыночной информации	Свободный	Свободный	Ограничен	Блокирован
Ценовая конкуренция	Нет	Ограниченная	Ограниченная	Нет
Неценовая конкуренция	Да	Да	Да	Нет
Примеры рынков	С/х рынки, фондовые биржи, Форекс (международный валютный рынок)	Рынок пищевой промышленности, фармацевтический рынок, рынки одежды, обуви,	Автомобильный рынок, рынки сотовой связи, бытовой техники, металлов	Местные телефонные компании, предприятия ЖКХ, метрополитен

Ключевые характеристики типов рыночных структур:

- количество фирм-продавцов в отрасли; размеры фирм;
- количество покупателей в отрасли;
- вид товара;
- барьеры для входа в отрасль; доступность рыночной информации (уровень цен, спрос);
- возможность отдельной фирмы повлиять на рыночную цену.

Характеристика рыночной структуры	Типы рыночных структур			
	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая монополия
Количество продавцов	Много	Много	Мало	Один или два (дуополия)
Размер фирм	Маленький	Маленький или средний	Большой	Различный (чаще большой)
Количество покупателей	Много	Много	Много	Различное (до одного)
Товар	Однородный	Дифференцированный	Однородный или дифференцированный	Уникальный
Контроль над ценами	Нет	Ограничен	Значительный	Полный
Барьеры для входа на рынок	Отсутствуют	Низкие	Высокие	Практически непреодолимы
Доступ к рыночной информации	Свободный	Свободный	Ограничен	Блокирован
Ценовая конкуренция	Нет	Ограниченная	Ограниченная	Нет
Неценовая конкуренция	Да	Да	Да	Нет
Примеры рынков	С/х рынки, фондовые биржи, Форекс (международный валютный рынок)	Рынок пищевой промышленности, фармацевтический рынок, рынки одежды, обуви,	Автомобильный рынок, рынки сотовой связи, бытовой техники, металлов	Местные телефонные компании, предприятия ЖКХ, метрополитен

ПОНИМАТЬ И РАЗЛИЧАТЬ ТИПЫ РЫНКОВ ПО КОНКУРЕНЦИИ

- Понимать, что такое олигополия, рынок совершенной конкуренции и тд.
- Уметь приводить примеры

- Особенности или черты **монополистической конкуренции:**
количество продавцов в отрасли: большое; размер фирм: маленький или средний; количество покупателей: большое; товар: дифференцированный; контроль над ценой: ограниченный; доступ к рыночной информации: свободный; барьеры для входа в отрасль: низкие; методы конкурентной борьбы: главным образом неценовая конкуренция, и ограниченная ценовая.

- ▣ **Рынок олигополии (англ. «oligopoly»)** – характеризуется наличием на рынке небольшого числа крупных продавцов, товар которых может быть как однородным, так и дифференцированным. Вход на олигополистический рынок затруднителен, входные барьеры очень высоки. Контроль отдельных компаний над ценами ограничен. Примерами олигополии могут служить автомобильный рынок, рынки сотовой связи, бытовой техники, металлов.

-
- Особенности или условия олигополии:
количество продавцов в отрасли:
маленькое; размер фирм: большой;
количество покупателей: большое; товар:
однородный или дифференцированный;
контроль над ценой: значительный;
доступ к рыночной информации:
затруднен; барьеры для входа в отрасль:
высокие; методы конкурентной борьбы:
неценовая конкуренция, очень
ограниченная ценовая.

-
- Рынок чистой монополии (англ. «monopoly») – характеризуется наличием на рынке одного-единственного продавца уникального (не имеющей близких заменителей) товара. Абсолютная или чистая монополия – полная противоположность совершенной конкуренции. Монополия – это рынок одного продавца. Конкуренция отсутствует. Монополист обладает всей полнотой рыночной власти: устанавливает и контролирует цены, решает какой объем товара предлагать рынку. При монополии отрасль, по сути, представлена всего одной фирмой. Барьеры входа на рынок (как искусственные, так и естественные) практически непреодолимы.

□ **Особые разновидности или типы монополии:**

- **естественная монополия** – товар в отрасли может быть произведен одной фирмой с меньшими затратами, чем если бы его производством занималось множество фирм (пример: предприятия коммунального хозяйства);
- **монопосония** – на рынке единственный покупатель (монополия со стороны спроса);
- двусторонняя монополия – один продавец, один покупатель;

□

-
- Особенности или условия **МОНОПОЛИИ**: количество продавцов в отрасли:
 - один (или два, если речь идет о дуополии); размер фирмы: различный (чаще большой); количество покупателей: различное (может быть как множество, так и единственный покупатель в случае двусторонней монополии); товар: уникальный (не имеет заменителей); контроль над ценой: полный; доступ к рыночной информации: блокирован; барьеры для входа в отрасль: практически непреодолимы; методы конкурентной борьбы: отсутствуют за ненадобностью (единственное, фирма может работать над качеством для поддержания имиджа).

ПРИМЕРЫ ОТРАСЛЕЙ ЕСТЕСТВЕННОЙ МОНОПОЛИИ:

- Электроэнергетика;
- Трубопроводный транспорт;
- Водоканал;
- ЖКХ;
- Железнодорожный транспорт;
- Услуги метро;
- Отрасли информационных технологий;
- Телефонная связь;
- Газовая отрасль.



Примеры естественных монополий:

- ОАО «ЕЭС»,
- ОАО «Газпром»,
- ОАО «РЖД»,
- ОАО «Транснефть»,
- ФГУП «Почта России»
- ОАО «Ростелеком»,
- Кроме того, на региональных рынках - коммунальные службы и «Водоканал».
- На долю естественных монополий приходится около 15% валового внутреннего продукта России, большая часть создается в ЕЭС и Газпроме.

Примеры олигополии в РФ

- Рынок мобильной связи: МТС, Билайн, Мегафон.
- Metallургия: Северсталь, Норильский никель.
- Нефтяной сектор: Газпром, Лукойл, ТНК.