

Лекция №11. Рынок и рыночный механизм



РЫНОК



-совокупность всех отношений, а также форм и организаций сотрудничества людей друг с другом, касающихся купли-продажи товаров и услуг.

В общее понятие «рынок» мы включаем совокупность взаимосвязанных рынков, различающихся по характеру обращающихся товаров, составу продавцов и покупателей, механизмам формирования цен, широте охвата и т.д.

- **1) Общественное разделение труда** - обособление различных видов хозяйственной деятельности людей, специализация работника на изготовлении какого-нибудь продукта или совершении определенной трудовой операции.
- **Виды ОРТ:**
- Общее разделение труда - выделение крупных родов деятельности (земледелие, промышленность и др.);
- частное — разделение этих родов на виды и подвиды (металлургия, электроэнергетика, химическая пром-ть.);
- единичное — разделение труда внутри отдельно взятого предприятия (цеха, участки, отделы и т.д.)





2) Специализация - сосредоточение хозяйственной деятельности на производстве отдельных видов товаров и услуг.

- специализация труда отдельных людей (врач, водитель);
- Специализация внутри одного производства, на уровне предприятия ;
- Специализация отраслей (сельское хозяйство, промышленность);
- Специализация регионов;
- Международная специализация.



- 3) Экономическая обособленность субъектов – условие, позволяющее самостоятельно делать выбор, отдавать предпочтение определенным благам, вести конкурентную борьбу за ресурсы, покупателей.
- Экономическая обособленность субъектов проявляется как собственность на факторы и результаты производства.





- 4) Свободный обмен ресурсами – условие, благодаря которому на рынке товаров и услуг формируются свободные цены, установленные с учетом механического взаимодействия на рынке величины спроса и предложения.
- Свободные цены, в свою очередь, определяют направление деятельности хозяйствующим субъектам.

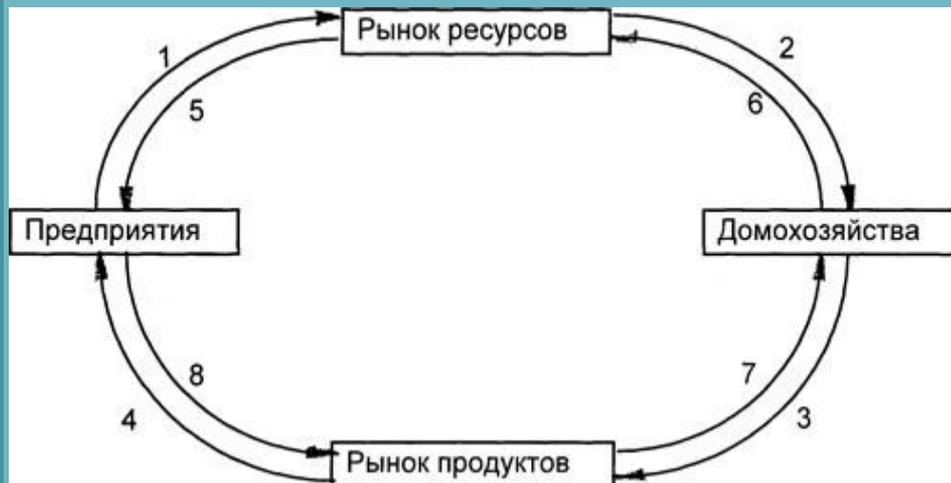
Функции рынка



- **Ценообразующая** - установление равновесной цены, при которой спрос равен предложению товара
- **Информационная** - предоставление информации об объемах производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары;
- **Посредническая** - соединение производителей товаров и их потребителей;
- **Регулирующая** - «перетекание» капиталов из менее выгодных в более прибыльные отрасли;
- **Санирующая** (оздоровительная) - предотвращение неэффективной хозяйственной деятельности путем банкротств нерентабельных предприятий и процветания эффективных производств
- **Стимулирующая** – под воздействием ценовой динамики происходит внедрение в производство достижений НТП, освоение новых технологий, что помогает снизить издержки производства.

Основные субъекты рынка

- Государство ;
- Домохозяйство - субъект экономики, который состоит из одного ведущего самостоятельного хозяйства индивида или группы людей, живущих совместно и ведущих общее хозяйство;
- Фирма



Основные признаки рынка:

- **Нерегулируемое предложение** - производитель сам решает, что, как, сколько и для кого производить;
- **Нерегулируемый спрос** - потребитель сам определяет, что, где, как и сколько покупать;
- **Нерегулируемая цена** - цены определяются на рынке, зависят от спроса и предложения.



1) Неразвитый рынок

- Рыночные отношения носят случайный, эпизодический характер, чаще всего бартерный;
- Товарное производство неразвитого рынка основано на общественном разделении труда, на личном труде товаропроизводителя.
- Непосредственное взаимодействие производителя и потребителя;
- На рынок поступает лишь часть созданного продукта, поэтому производство нельзя назвать всеобщим



2) Свободный (классический) рынок

- Большое число участников рыночных отношений и конкуренция между ними
- Свободный доступ к любой хозяйственной деятельности
- Мобильность факторов производства
- Наличие у участников информации о рынке
- Однородность одноименных товаров
- Невозможность влияния участников друг на друга неэкономическими методами
- Стихийное установление цен

3) Регулируемый рынок

- Предполагает значительное воздействие государства на все рыночные механизмы;
- Результат гуманизации и цивилизации общества;
- Государство стремится смягчить удары рынка по интересам отдельных членов общества, но не настолько, чтобы свести на нет мотивацию к эффективной хозяйственной деятельности и риску.



4) Деформированный рынок

- ❑ Ограничение доступа к отдельным видам деятельности
- ❑ Ограничение движения факторов производства
- ❑ Отсутствие самостоятельности в коммерческой деятельности
- ❑ Монополизм одной из сторон рыночных отношений
- ❑ Отсутствие сбалансированности между спросом и предложением
- ❑ Возможности неэкономического давления одних участников рынка на других
- ❑ Характерно для СССР и др. стран социалистической ориентации.



- Способствует эффективному распределению ресурсов;
- Стимулирует научно-технический прогресс;
- Способствует ресурсосбережению в обществе;
- Создает материальную заинтересованность производить то, в чем есть потребность;
- Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности, опираясь на принципы саморегуляции и сопоставляя экономические интересы.

Отрицательные черты рынка



- Не гарантирует решение социально-экономических проблем (безработица, инфляция, защита окружающей среды, обеспечение экономической безопасности, развитие фундаментальной науки)
- Распределяет продукты по результатам конкуренции, что приводит к социальному неравенству
- Порождает тенденцию к монополизации производства
- Не решает проблему внешних издержек (не отраженных в ценах рынка), которые ложатся на плечи общества
- Не может решить все проблемы, связанные с неравномерностью распределения природных, инвестиционных и человеческих ресурсов
- Способствует циклическому развитию с периодическими спадами и кризисами

- Ситуации, препятствующие достижению эффективности рыночного саморегулирования, с которыми рынок не в состоянии справиться самостоятельно.
- **Пример:**
- Монополия;
- Общественные блага;
- Внешние эффекты



- — это экономическая ситуация на рынке, которая характеризуется теми или иными параметрами (уровень спроса и предложения, уровень зарплат, курс валют и т. д.).
- Главная цель изучения рыночной конъюнктуры – определить, в каком соотношении находятся спрос и предложение.

На конъюнктуру постоянно влияют такие факторы, как:

- технологический прогресс,
 - монополии,
 - государственная политика,
 - экономические проблемы
- сезонность.

К непостоянным факторам можно отнести:

- стихийные бедствия
- социальные конфликты
- кризисы

- -борьба за лучшие условия продаж и покупок, доступ к экономическим ресурсам.

- Виды конкуренции (формы структуры рынка) определяются в зависимости от:

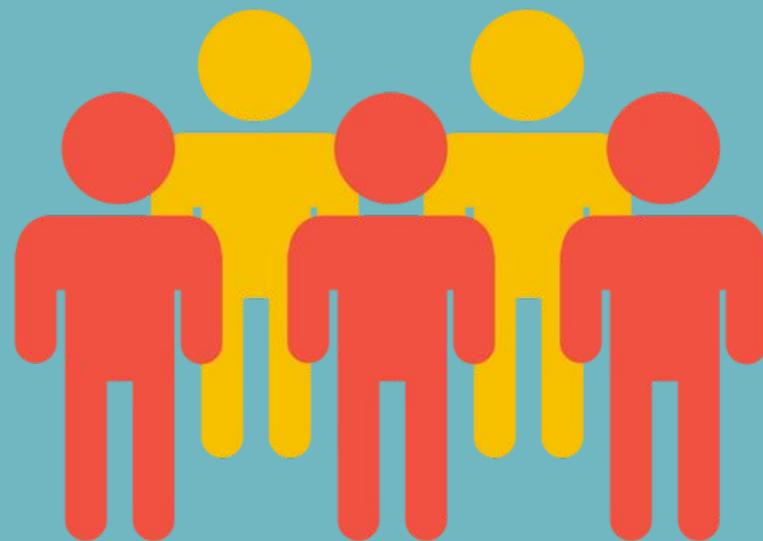
Равенства сил экономических агентов, что определяется возможностью продавцов и покупателей влиять на цены и условия продаж

Степени однородности продукта

Наличия барьеров входа на рынок и выхода с него



- ✓ Однородность продукции (обезличенность рынка)
- ✓ Свобода входа и выхода, отсутствие барьеров
- ✓ Совершенная информированность
- ✓ отсутствие контроля за ценой товаров и услуг (о цене договариваются покупатель с продавцом)
- Пример: рынок сельскохозяйственной продукции





- ✓ Множество фирм и покупателей
- ✓ Выпускаемая продукция дифференцирована, реально или мнимо отличается рядом потребительских свойств, в то же время товары имеют близкие субституты
- ✓ Воздействие продавца на цену, возможно в ограниченных пределах, в которых сохраняется лояльность покупателя привычной марке
- ✓ Вход и выход из отрасли свободен, за исключением барьеров, создаваемых приверженностью потребителя марке
- ✓ Информация о состоянии рынка относительно доступна продавцам и покупателям
- ✓ Пример: почти все рынки потребительских товаров.

- ✓ Множество покупателей и единственный производитель товара, не имеющего на рынке близких субститутов
- ✓ Барьеры входа на рынок непреодолимы для остальных участников.
- *Под экономической монополией понимают крупное предприятие, фирму или объединение (союз), которое концентрирует значительную часть производства и сбыта определенного вида продукции.*
- Пример: РЖД



Виды монополии

- **Естественная монополия**- защищена законом от конкуренции, так как имеет льготы и продает невозполнимые ресурсы (например, РАО «Газпром» – газ, РАО «ЕЭС» – электричество);
- **Искусственная (нелегальная) монополия** – сговор предприятий для получения максимальной прибыли. С этой целью монополисты договариваются между собой о завышении цены всеми продавцами продукции. Покупатель, не имея другого выхода, вынужден покупать товар по завышенным ценам.
- **Формы искусственных монополий:**
- картель (сговор по вопросам производства, сбыта товаров, найма рабочей силы и сговор об уровне цен) – **ОПЕК**.
- синдикат (объединение для совместной реализации товаров)-**De Beers** (Дэ Бирс)
- трест (полное объединение предприятий без сохранения юр.лица) - **General Motors**
- Концерн - это объединение компаний в единое целое с сохранением за ними юридического лица -**Daimler AG** - немецкий автомобилестроительный концерн ,выпускающий Mercedes-Benz, Mercedes-AMG, Maybach

Олигополия

- ✓ Множество покупателей и малое число фирм, которые могут воздействовать как на цену, так и на объемы продаж
- ✓ Выпускаемая продукция может быть как дифференцирована (автомобили, стиральные порошки), так и однородна (металлы, бензин и т.д.)
- ✓ Высокие барьеры входа на рынок. (Высокие разовые финансовые затраты при входе на рынок, ограничения в доступе к ресурсам, патенты и т.д.)
- ✓ Пример: рынок сотовых операторов в РФ



Функции конкуренции

- 1. Регулирующая – конкуренция определяет структуру и объемы производства продукции в обществе и обеспечивает тем самым максимальный уровень благосостояния.
- 2. Функция размещения ресурсов (аллокация) – в результате конкуренции экономические ресурсы концентрируются там, где они могут быть использованы с максимальной отдачей.
- 3. Инновационная – конкуренция заставляет производителей внедрять более эффективные технологии, осуществлять нововведения.
- 4. Распределительная – конкуренция распределяет созданную собственность. Большие доходы получают те, кто владеет более эффективными и качественными факторами производства (природные ресурсы, знания, умения, физический капитал и др.)