

**Общая характеристика
рынка: возникновение и
эволюция,
системообразующие
элементы, основные
субъекты рыночной
экономики.**

Экономические агенты - это субъекты экономических отношений, принимающие непосредственное участие в производстве, распределении, обмене и потреблении экономических благ.

Основные экономические агенты:

- домохозяйства (индивиды),
- фирмы,
- государство.

Способы удовлетворения потребностей:

- формы обмена на рынках;
- властно-принудительный обмен;
- формы взаимного, социально установленного обмена (*подарки, обменные отношения в семьях*).

Субъекты, которые удовлетворяют свои потребности посредством рыночного обмена называются **рыночными агентами**.

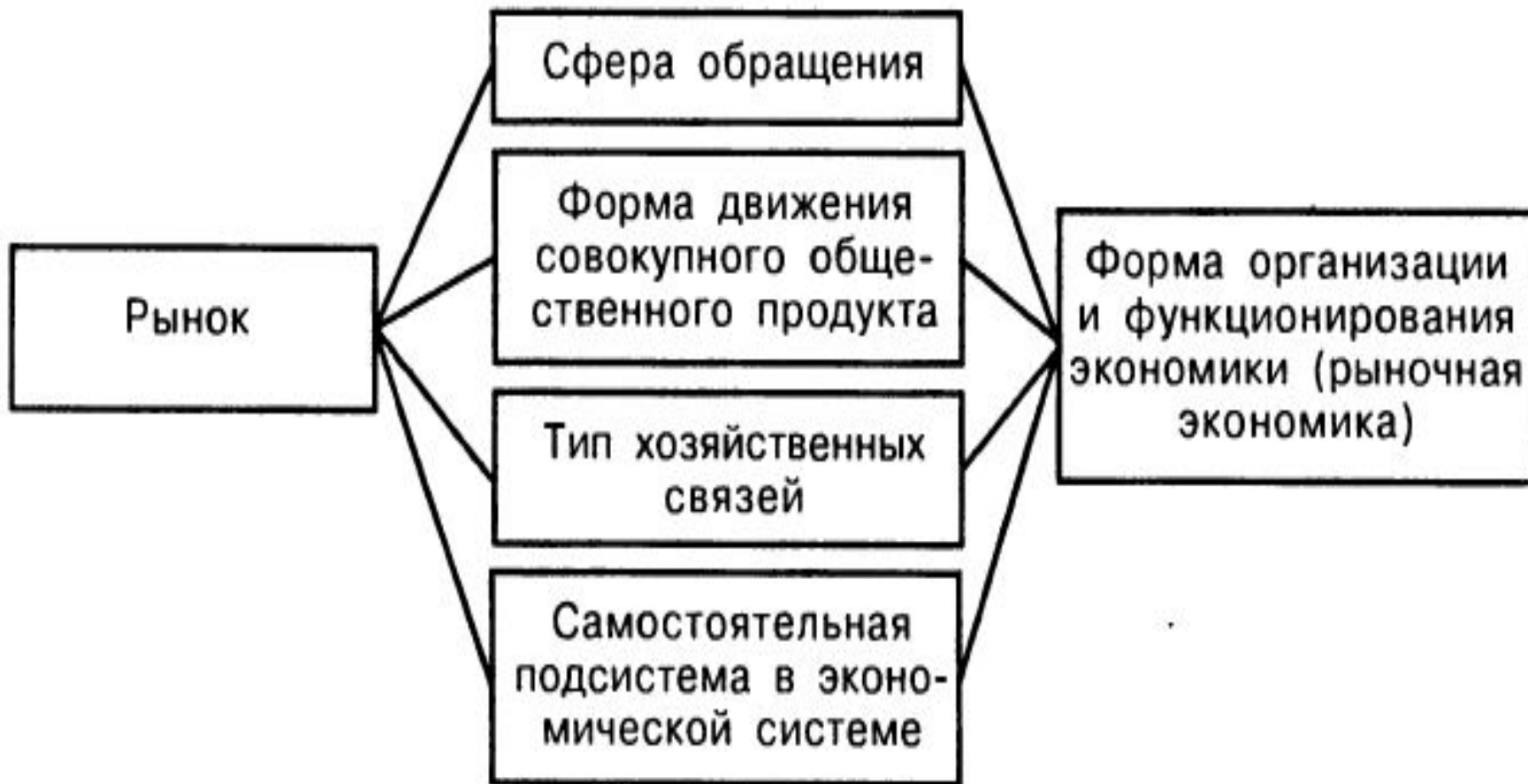
К **нерыночным агентам** относятся экономические субъекты, удовлетворяющие свои потребности с помощью властно принудительного и взаимного, социально установленного обменов.

Понятие «РЫНОК»

Рынок есть результат естественно-исторического процесса развития товарного производства, обусловленный общественным разделением труда и обособлением субъектов хозяйствования.

Рынок многогранен и изучается с разных сторон, что обусловило множество определений рынка.

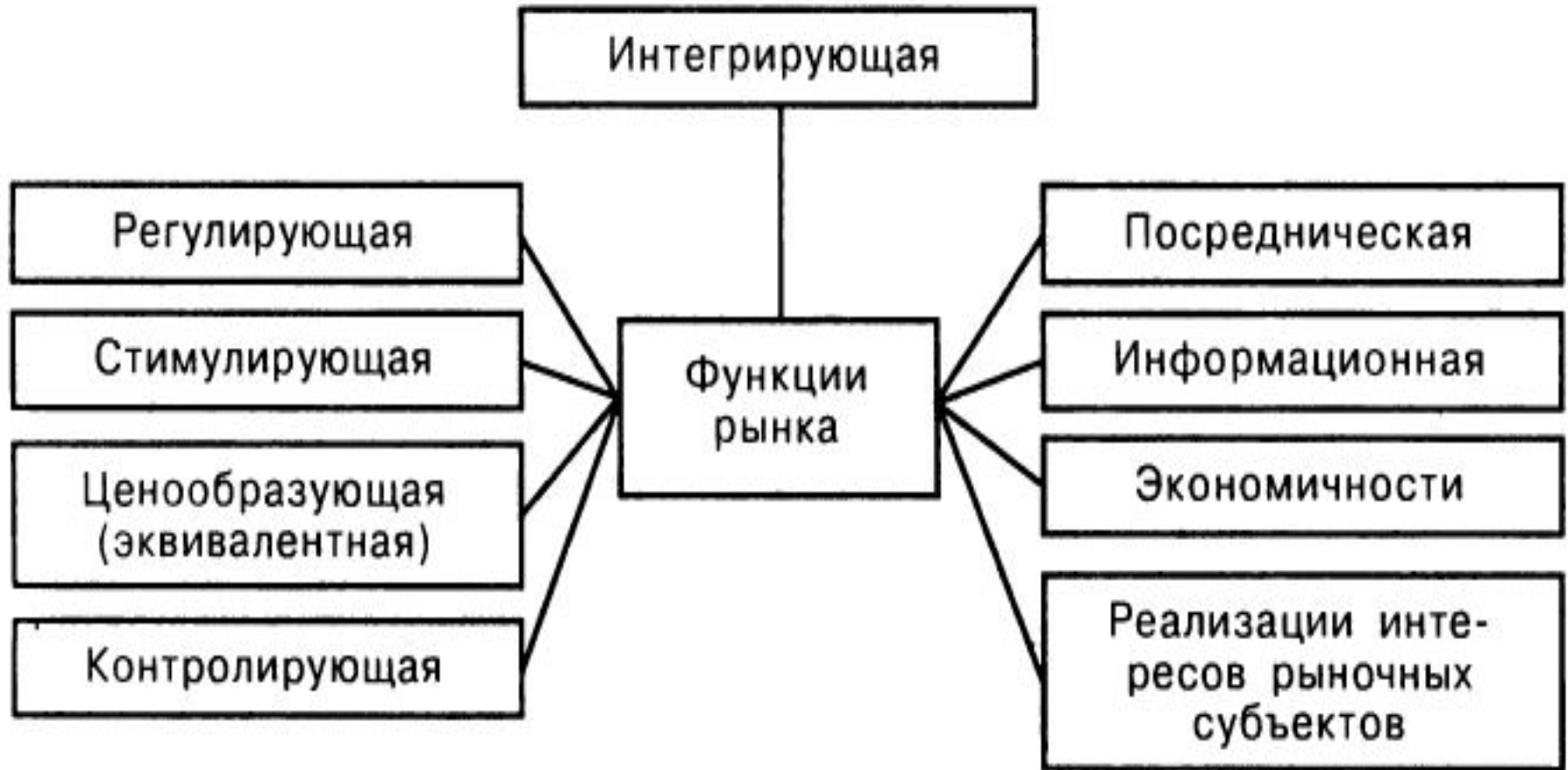
Обобщающая характеристика понимания рынка



Рынок - это механизм взаимодействия покупателей (*предъявителей спроса*) и продавцов (*поставщиков товара или услуги*).

Сущность рынка выражается в его главных экономических функциях.

Важнейшие функции рынка



Интегрирующая – соединение сферы производства и сферы потребления и формирование процесса обмена товарами и услугами.

Регулирующая – воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечение согласованности производства и потребления в ассортиментной структуре, между субъектами рынка и сферами национальной экономики, сбалансированность спроса и предложения и др.

Стимулирующая – побуждение производителей к созданию новой продукции, повышению эффективности производства.

Ценообразующая – установление ценностных эквивалентов для обмена продуктов.

Контролирующая – главный контролер результатов производства.

Посредническая – обеспечивает выбор и контакт производителей и потребителей с целью обмена результатами труда.

Информационная – предоставляет объективную информацию о спросе и предложении на различные товары.

Экономичности – стремление потребителей к приобретению более дешевых товаров, производителей – к снижению себестоимости производства.

Реализации интересов рыночных субъектов – соединение интересов производителей (получение максимального дохода) с интересами потребителей (удовлетворение потребности с минимальными издержками), определяющее обмен необходимыми друг другу полезностями и эквивалентность рыночной сделки.

Роль рынка в общественном производстве:

1. сигнализировать что и в каком объеме производить;
2. уравнивать спрос и предложение, обеспечивать сбалансированность экономики;
3. дифференцировать доходы производителей;
4. «санитарная» – вымывание неконкурентных производств.

Исторические условия и причины возникновения рынка:

■ развитие общественного разделения труда;

■ наличие различных обособленных товаропроизводителей;

■ появление товарно-денежных отношений.

По степени развитости хозяйственных свобод рынки подразделяются:

а) свободный - экономические связи строятся только по горизонтали;

б) нелегальный – теневая торговля (отсутствие необходимых патентов, лицензий, неуплата рыночных сборов, налогов и т.п.) и черный рынок (реализация запрещенных товаров);

в) регулируемый - подчиненный порядку, определенному правовыми нормами государства.

Рынок имеет достоинства и недостатки.

Положительными чертами являются:

- гибкость и приспособляемость к изменяющимся условиям;
- оперативное использование новых технологий;
- независимость производителей и потребителей в принятии решений и др.;
- способность удовлетворять разнообразные потребности;
- и др.

Негативные стороны рынка:

- рынок не гарантирует права на труд и доход, воспроизводит существенное социальное неравенство;
- рынок не создает стимулы для производства **общественных** благ;
- рынок полностью ориентирован на платежеспособный спрос (на удовлетворение запросов тех, кто может их оплатить).

Выводы:

1. Рынок является наиболее эффективной формой организации экономики, но он не всегда и не во всем способен обеспечить саморегулирование и равновесие экономической системы.
2. несовершенство рынка должно компенсироваться соответствующими функциями государства.

Современная рыночная система может функционировать только при действии в обществе ряда социальных, экономических и политических принципов:

- **экономическое самоопределение личности;**
- **право быть собственником всех видов имущества;**
- **равенство экономических прав любых юридических и физических лиц на ведение хозяйственной деятельности;**

- экономическая свобода
товаропроизводителя, его право на самостоятельное определение направления деятельности, объема и структуры производства, установление цены и выбор партнеров;
- распространение коммерческих принципов на все сферы экономики, взаимодействие субъектов рынка по единым рыночным правилам;

- наличие рынков труда, товаров и капиталов;
- государственное регулирование рыночной экономики;
- экономическая культура – успешные образцы мысли, хозяйственные действия и человеческие взаимоотношения.

Главной задачей государства в условиях рынка является создание **общественных институтов** (*определенная организация общественной деятельности, которая регулирует правила поведения людей и их взаимоотношения*), регламентирующих взаимоотношения всех субъектов рыночной экономики.

Современный рынок базируется на системе социальных институтов:

- правовая система;**
- органы государственного контроля и регулирования;**
- ассоциации и союзы потребителей, предпринимателей и работников (профессиональные союзы);**
- рыночная инфраструктура.**

Таким образом, рынок - это единая совокупность рыночных связей.

КОНКУРЕНЦИЯ

*Является основной характеристикой
рынка*

Конкуренция (от лат. *concurrere* - состязаться) - соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

В рыночном хозяйстве система рынков и цен играет роль основной организующей силы; конкуренция служит регулирующим механизмом.

*Борьба субъектов рынка за экономическое выживание и процветание – **основной закон рынка.***

Конкуренцию классифицируют по нескольким критериям:

По *масштабам*:

- 1) индивидуальная;
- 2) местная;
- 3) отраслевая;
- 4) межотраслевая;
- 5) национальная;
- 6) глобальная.

По характеру:

1) свободная;

2) регулируемая.

По методам соперничества:

1) **ценовое** (*рыночные позиции соперников подрываются посредством снижения цен*)

2) **неценовое** (*победу одерживают путем повышения качества продукции, лучшего обслуживания покупателей и т. п.*).

Формы конкуренции, как основные характеристики рынка, определяются по двум основным показателям:

1. Количество продавцов (*или покупателей*).
2. Тип продукта (*однородный или дифференцированный*).

Дифференцированный продукт – определяется наличием у него свойств, отличающих его от аналогичных товаров конкурентов.

Формы конкуренции

1. Совершенная (или чистая, свободная) конкуренция – на рынке участвуют бесконечное множество производителей однородного продукта.

На практике такой рынок не существует.

2. Несовершенная конкуренция – рынок на котором не выполняется хотя бы одно из условий совершенной конкуренции.

Это реальный рынок.

Совершенная конкуренция

В условиях совершенной конкуренции в долгосрочном периоде соблюдается равенство: **$MR = MC = AC = P$** .

Совершенная конкуренция помогает распределить ограниченные ресурсы таким образом, чтобы достичь максимального удовлетворения потребностей. Это обеспечивается при условии, когда **$P = MC$** .

При этом достигается высокая эффективность производства и распределения ресурсов.

Совершенная конкуренция заставляет фирмы производить продукцию с минимальными средними издержками и, продавать ее за цену, соответствующую этим издержкам.

Возникает парадокс: в условиях равновесия на всех фирмах данной конкурентной отрасли издержки должны быть одинаковы. В экономической теории предполагается, что владельцы более совершенных ресурсов получают большее вознаграждение. Это объясняет тенденцию к равенству издержек, существующих в конкурентной отрасли.

Недостатки совершенной конкуренции:

- Распределение продукта осуществляется в соответствии с платежеспособностью потребителей.
- Не предусматривает производство общественных благ.
- Ввиду огромного числа некрупных фирм, не способна обеспечить концентрацию ресурсов, в т.ч. для ускорения НТП.
- Не предусматривает дифференциацию продукта.

Реальный рынок (***несовершенная конкуренция***) классифицируется на 3 вида:

1. Монополия.

2. Олигополия.

3. Монополистическая конкуренция.

Монополия (от греч. monos - один, poleo - продаю) (***монопольный рынок***) – это господство на рынке одного предприятия.

Т.е. данное предприятие является единственным производителем продукта, у которого нет близких заменителей

Классификация видов монополий.

1. С учетом степени охвата

ЭКОНОМИКИ:

чистая монополия - в масштабе
какой-либо одной отрасли;

абсолютная монополия - в масштабе
национального хозяйства (образуются
государством);

МОНОПСОНИЯ (чистая и абсолютная) -
один покупатель ресурсов, товаров.

2. В зависимости от характера и причин возникновения:

Естественная монополия

(обладающие редкими ресурсами - металлы, особые земельные участки и т.п., военно-промышленный комплекс и т. п.).

Легальная (от лат. legalis - законный)

монополия (патентная система, лицензионная система и т.п.).

Искусственная монополия

(объединение предприятий, создаваемых ради получения монополистических выгод).

Искусственные монополии образуют ряд конкретных форм:

Картель – союз самостоятельных предприятий, договорившихся о квоте - доле каждого в общем выпуске продукции, ценах реализации, распределении рынков и др.

Синдикат – союз самостоятельных предприятий, реализующих продукцию как их общее достояние через созданную для этого фирму.

Трест – монополия на основе совместной собственности предпринимателей.

Концерн - союз формально независимых предприятий, в рамках которого головная фирма организует финансовый контроль за всеми участниками.

Консорциум - временное соглашение между несколькими предприятиями для совместного проведения деятельности большого масштаба.

Олигополия (от гр. oligos - немногий, poleo - продаю) (***олигополистический рынок***) –

это господство на рынке малого числа предприятий (обычно 3...6), выпускающих однородную продукцию, либо дифференцированные продукты.

Олигополии различными путями (посредством “лидерства в ценах” – фирмы устанавливают примерно такую же цену, как наиболее сильная на этом рынке фирма, - «тайного сговора» или «джентльменского соглашения») обходят антимонопольные законы и добиваются повышения рыночных цен или поддерживают выгодные им цены. Основной способ борьбы за покупательский спрос – **неценовая конкуренция.**

Монополистическая конкуренция

(это основная форма современного рынка) –

рынок с большим, но ограниченным числом производителей (20...1000), выпускающих *дифференцированные* продукты.

В монополистической конкуренции органически представлены две разные стороны.

С одной - фирма создает **легальную монополию** (производит дифференцированный (уникальный) продукт и с помощью патентов, торговых и фирменных знаков защищается от конкурентов).

С другой – в рынке участвуют множество конкурентов, проводящих аналогичную продукцию.

Характерные черты современного рынка

1. Сравнительно небольшие остатки свободной конкуренции.
2. Острое противоборство монополий с аутсайдерами (независимыми мелкими и средними хозяевами).
3. Соперничество между крупными монополиями на национальном и мировом рынках.

4. Монополистическая конкуренция и соперничество между участниками олигополии.

5. Государственное ограничение монополистической деятельности и защита конкуренции в ее цивилизованных формах.

В развитых странах сейчас нет крайних состояний рынка: ни свободной конкуренции, ни чистой (не контролируемой государством) монополии.