

Сущность и содержание инфраструктуры рынка

**Рынок как условие и объективная
основа развития экономики.
Классификация рынков**

**РЫНОК – ЭТО СОВОКУПНОСТЬ
ЭКОНОМИЧЕСКИХ ОТНОШЕНИЙ ПО ПОВОДУ
КУПЛИ-ПРОДАЖИ ТОВАРОВ И УСЛУГ**



Три проблемы экономической организации:

1. Что производить?
2. Для кого производить?
3. Как и сколько производить?



Рыночная экономика –

экономическая система, в которой решение относительно того, что, как и для кого производить, является результатом взаимодействия продавцов и покупателей на рынке



Основные черты рыночной экономики:

- свобода предпринимательства, свободное ценообразование;
- конкуренция



Цели, которые преследует рынок:

- Получение максимальной прибыли при минимальных затратах;
- Удовлетворение потребностей покупателей;
- Достижение оптимального уровня цен;
- Экономическая свобода;



Функции рынка:

- Регулирующая
- Ценообразующая
- Стимулирующая
- Распределительная

- Информационная
- Посредническая



Инфраструктура рынка –

это совокупность 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.

Функции инфраструктуры рынка

- облегчение участникам рыночных отношений реализации их интересов;
- повышение оперативности и эффективности работы рыночных субъектов на основе специализации;
- организационное оформление рыночных отношений;
- облегчение форм юридического и экономического контроля, государственного и общественного регулирования деловой практики.

Классификация рынков

По территориальному параметру:

Местный

Региональный

Национальный

Мировой рынок

По субъектам, которые вступают в обмен:

Производительский

Потребительский

Рынок государственных учреждений

Промежуточных продавцов

Отличия, существующие между потребительским рынком и рынком предприятий

Признак	Потребительский рынок	Рынок предприятий
1. Спрос	Первородный (естественный) спрос	Производный спрос (например, за счет роста доходов)
2. Гибкость спроса	Значительный масштаб гибкости	Спрос сравнительно жесткий
3. Информированность о товарах	Знания о продукции весьма варьируются	Рынок в основном известен
4. Наличие партнеров	Значительное число партнеров (отдельные лица, группы и т.д.)	Несколько хозяйствующих субъектов
5. Концентрация	Определенная региональная концентрация отдельных сегментов рынка	Региональная концентрация отдельных отраслей ¹²

По ассортименту рынки классифицируются на:

замкнутые,

смешанные,

насыщенные.

Классификация по степени соблюдения принципов законности:

- официальный рынок,
- теневой (нелегальный),
- черный.



По степени насыщенности:

равновесный рынок

дефицитный

избыточный рынок

Классификация рынков товаров и услуг

Критерии

Классификация рынков

По использованию товаров

- потребительский рынок;
- рынок предприятий

По поведению покупателей

- удобный (активный) рынок;
- специальный (с особенностями) рынок;
- рынок с низкой степенью затруднительного положения;
- рынок с высокой степенью затруднительного положения

По физическим свойствам товара

- рынок скоропортящихся товаров;
- рынок товаров длительного пользования

По общественному положению

- рынок предметов роскоши;
- рынок предметов первой необходимости

Критерии	Классификация рынков
По демографическому признаку	<ul style="list-style-type: none">- рынок по возрасту (полу);- рынок по размерам семьи;- рынок по образованию;- рынок по профессии;- рынок по социальному классу;- рынок по религии
По географическому признаку	<ul style="list-style-type: none">- региональный рынок;- национальный рынок;- рынок развитых стран;- рынок развивающихся стран и т.п.

