



Тема 5.

**Рыночные отношения:
сущность, функции,
структура.**

План

- Экономические и социальные условия формирования и становления рынка. Элементы, функции и роль рынка в общественном производстве. Негативные и позитивные элементы рыночных связей и отношений.
- Структура рынка, виды рынков и их классификация.
- Инфраструктура рынка.
- Конкуренция как модель рынка. Свободная, или совершенная конкуренция. Монополия. Антимонопольное законодательство. Олигополия. Монополистическая конкуренция



РЫНОК –

это механизм взаимодействия покупателей и продавцов экономических благ и услуг.

Он охватывает всю совокупность отношений производителей и потребителей, формируемых прежде всего через отношения обмена, включая принимаемые ими решения, а значит, уровни объёма, цен и методы конкурентной борьбы.



РЫНОК

Есть результат естественно-исторического процесса развития товарного производства, обусловленный:

- Общественным разделением труда
- Обособлением субъектов хозяйствования
- Появлению товарно-денежных отношений.

Рынок обслуживает производство, обмен, распределение и потребление.

- Для производства поставляет необходимые ресурсы и реализует произведённую продукцию, а так же определяет спрос на неё.
- Для обмена рынок является главным каналом сбыта и закупок товаров и услуг.
- Для распределения он является тем механизмом, который определяет размеры доходов владельцев ресурсов, продающихся на рынке.
- Для потребления рынок – это тот канал, через который потребителю поступает основная часть необходимых ему благ, наконец, рынок – это то место, где определяется цена, являющаяся главным индикатором рыночной экономики.

Рынок выполняет функции:

- **во-первых**, через рынок осуществляется регулирование общественного производства, т.е. решаются проблемы ЧТО производить, КАК производить и ДЛЯ КОГО производить.
- **во-вторых**, через рынок устанавливается связь производителей и потребителей, каждый участник рынка является одновременно и покупателем, и продавцом.
- **в-третьих**, через рынок происходит учёт затрат на производство продукции; рынок определяет не только то, что нужно производить, но и то, на какие затраты общество может пойти, чтобы получить данную продукцию.
- **в-четвёртых**, важнейшей функцией рынка является установление цены; если на рынке количество какого-либо товара превышает спрос на него, то снижается цена, а, следовательно, и производство и предложение данного товара.
- **в-пятых**, рынок дифференцирует производителей; в процессе конкуренции выживает только та фирма, у которой затраты на производство продукции меньше рыночной цены

К *положительным чертам* рыночной экономики относятся:

- Гибкость и высокая приспособляемость рынка к меняющимся условиям;
- Оперативное использование новых технологий с целью снижения издержек производства и повышения прибыльности;
- Независимость производителей и потребителей в принятии решений, заключении сделок и т.д.;
- Способность удовлетворять разнообразные потребности в необходимом количестве и с высоким качеством.

● ● ● | *Негативные стороны* рынка
касаются главным образом
социальной сферы общества:

- Рынок не гарантирует прав на труд и доход, более того: рыночная система воспроизводит существенное неравенство;
- Рынок не создаёт стимулы для производства товаров и услуг коллективного пользования (спорт, образование, здравоохранение).
- Рынок ориентирован не на производство социально-необходимых товаров, а на удовлетворение запросов тех, у кого есть деньги.

● ● ● | Действующими лицами, или **субъектами**, рынка являются домашние хозяйства, фирмы и государство.

Домашнее хозяйство (семья) – это экономическая единица в составе одного или нескольких лиц, которая:

- ⊕ Обеспечивает производство и воспроизводство человеческого капитала;
- ⊕ Самостоятельно принимает решения;
- ⊕ Является собственником какого-либо фактора производства и может сдать в аренду или продать своё имущество, капитал, рабочую силу;
- ⊕ Стремиться к максимальному удовлетворению своих потребностей.

Фирма – это экономическая единица, которая:

- Использует факторы производства для изготовления продукции с целью её продажи;
- Стремиться к максимизации прибыли;
- Самостоятельно принимает решения.

Государство представлено правительственными учреждениями, осуществляющими юридическую и политическую власть для обеспечения контроля над хозяйственными субъектами и над рынком для достижения общественных целей.



Объектами

рыночного
хозяйства

являются:


товары и услуги,
факторы производства,
деньги,

ценные бумаги,

субсидии,

социальные выплаты и т.п.





Условия нормального функционирования рынка

- ! Наличие развитых товарно-денежных отношений.
- ! Законодательная база закрепляющая отношения собственности
- ! Существование конкурентной среды и законодательства, её обеспечивающего.

Структура рынка – это внутреннее строение отдельных элементов рынка.

Структуру можно классифицировать по разным критериям, важнейшими из которых являются следующие.

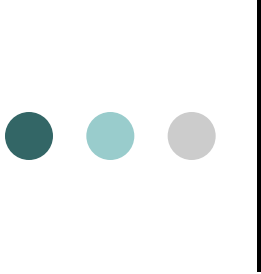
- ☑ **По экономическому назначению** выделяют рынок товаров и услуг, средств производства, инвестиций, ценных бумаг, финансовый.
- ☑ **По географическому положению** различают местный рынок, региональный, национальный, мировой.
- ☑ **По степени ограничения конкуренции** называют: монополистический, олигополистический, свободный, монополистической конкуренции.
- ☑ **По отраслям** различают автомобильный, зерновой и т.д.
- ☑ **По характеру продаж**: оптовый, розничный, мелко-оптовый.

● ● ●

Инфраструктура рынка – это совокупность учреждений, государственных и коммерческих фирм, обеспечивающих функционирование рыночных отношений.

Принято изучать инфраструктуру трёх рынков: товарного, финансового и рынка труда.

- ▣ *Инфраструктура товарного рынка* представлена товарными биржами, предприятиями розничной и оптовой торговли, аукционами, ярмарками, посредническими фирмами внебиржевого характера.
- ▣ *Инфраструктура финансового рынка* включает в себя фондовые и валютные биржи, банки и страховые компании.
- ▣ *Инфраструктура рынка труда* включает в себя биржи труда, службу занятости и переподготовки кадров, регулирование миграций рабочей силы и т.д.



Успешное функционирование рынка невозможно без рекламы, информатизационных и консультативных служб, без учреждений контроля и ревизии.

- **Реклама** – это распространение информации о товарах и услугах с целью увеличения спроса на них. Информация – это сведения, используемые для анализа и прогноза состояния рынка.
- **Консалтинг** – это управленческое консультирование, осуществляемое специализированными фирмами на коммерческих началах, предоставляются также юридические услуги.
- **Аудиторские компании** – это организации, осуществляющие комплексную ревизию финансово-хозяйственной деятельности фирм с целью оценить её возможности в сфере бизнеса.

● ● ● | Механизм формирования цен – это процесс взаимодействия производителей и потребителей товаров, предложения и спроса.

Цена представляет собой денежное выражение стоимости любого товара, ресурса или услуги.

- ▶ Она уравнивает предложение и спрос, диктует количество и качество, уровень затрат при выпуске и технологии собственно выпуска.
- ▶ Механизм ценового равновесия спроса и предложения способен регулировать все рынки, определять цену потребительских товаров, капитальных ресурсов, земли и недвижимости.
- ▶ Движение цен, их повышение или снижение – это уникальный способ коммуникации. Он без каких-либо затрат, издержек и необычайно быстро распространяет информацию, важнейшие сведения, необходимые для людей в мире экономики.
- ▶ Оперативная, обширная и в то же время компактная информация, содержащаяся в ценах, свидетельствует о дефицитности или переполненности рынков товаров и ресурсов.



Характерная черта	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Число фирм в отрасли	Очень много	Много	Несколько	одна
Тип товара	Одинаковые изделия	Разная продукция сходного назначения (взаимозаменяемая)	Одинаковые или различные изделия	Уникальный товар, без заменителей
Доля рынка	Очень небольшая	Небольшая	Значительная	Контроль над 100% рынка
Возможность влияния на цены	Отсутствует	Существует в узких рамках	Большая	Маленькая
Барьеры для входа в отрасль	Отсутствует	Существует но их сравнительно легко преодолеть	Существуют и преодолеть их трудно	Невозможно преодолеть
Примеры	Рынки сельскохозяйственной продукции, товарная биржа, валютные рынки.	Розничная торговля, производство одежды, обуви , книг и т.д.	Металлургия, автомобильная промышленность, промышленность и производство бытовых приборов	Гозо-, электро-, водоснабжение, железная дорога.



Конкуренция это борьба между товаропроизводителями за более выгодные условия хозяйствования, за получение максимальной прибыли.

С другой стороны, конкуренцию можно рассматривать как элемент рыночного механизма, обеспечивающий взаимодействие субъектов хозяйствования в процессе производства и сбыта продукции, а также в сфере приложения капитала.

Формой существования конкуренции является общественная система норм и правил организации, имеющая в своей основе государственные директивы и рыночные методы функционирования структурных подразделений национального хозяйства в форме государственных и частных фирм.

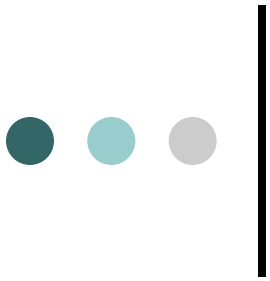
● ● ● | Анализ ситуации конкуренции можно осуществить исходя из **четырёх главных критериев:**

В зависимости от характера поведения продавца различают:

- *полиполитическую конкуренцию;*
- *олигополитическую конкуренцию.*

В зависимости от степени дифференциации товара различают:

- *конкуренцию однородную;*
- *конкуренцию гомогенную (без дифференциации товара)*
- *разнородную конкуренцию гетерогенную с дифференциацией товара).*



В зависимости от степени свободного проникновения в отрасль различают:

- конкуренцию открытую;
- конкуренцию закрытую.

В зависимости от применяемых действий различают:

- конкуренцию ценовую;
- конкуренцию неценовую



Конкуренция

❖ Ценовая

- ❖ **Неценовая** осуществляется посредством совершенствования качества продукции и условий ее продажи (сбыта). Неценовая конкуренция осуществляется по разным направлениям: *первое* - совершенствование технической стороны товара; *второе* - улучшение приспособляемое товара к нуждам потребителя.

❖ Внутриотраслевая

❖ Межотраслевая



Чистая конкуренция

характеризуется наличием многочисленных продавцов и покупателей, занимающихся продажей-покупкой гомогенного продукта.

В этих условиях на рынке отсутствует продуктовая дифференциация, и многочисленные продавцы и покупатели, действуя независимо, не могут воздействовать на формирование рыночных цен.

Совершенная конкуренция

характеризуется рядом черт:

- ✠ Мобильностью ресурсов внутри рынка;
- ✠ Свободными входом и выходом на рынок;
- ✠ Независимостью действий продавцов друг от друга;
- ✠ Однородностью произведенной продукции;
- ✠ Объемом реализуемой продукции;
- ✠ Доступностью и полнотой информации о ценах.



Монополия

- * Возникает тогда, когда отдельный производитель занимает доминирующее положение и контролирует рынок данного товара.
- * *Цель монополии*: получение максимально возможного дохода посредством контроля над ценой или объёмом производства на рынке. Средством достижения цели является монопольная цена, которая обеспечивает сверхприбыль.

● ● ● | Монополизацию рынка принято
рассчитывать несколькими
способами.

- Первый по индексу **Лернера**:

$$IL = (P - MC) / P,$$

чем меньше IL тем меньше монополизация
рынка;

- Второй по индексу **Херфиндаля–Хиршмана**:

$$IH = S^2_1 + S^2_2 + S^2_3 + \dots + S^2_n,$$

n – количество фирм, S - % доля рынка во
власти у фирмы.

● ● ● | Монополии защищены целой системой экономических и правовых барьеров.

- **Экономический барьер** – положительный эффект от масштаба производства
- **Правовой** – это целый ряд причин, таких как уникальность ресурса, его стратегическая важность для государства.

● ● ● | Неконкурентные рынки формируются в форме так называемых **«естественных монополий»**.

Это относится к рынкам редких и уникальных ресурсов, собственность которых монополизирована в руках государства или частных владельцев.

Рынками естественных монополий выступают также такие отрасли, как коммунальное хозяйство, энергетические системы, отрасли связи и т.п., где конкуренция нецелесообразна и цены устанавливаются по принципу «социальной целесообразности»

Плюсы и минусы **МОНОПОЛИИ**

Положительными чертами **монополии** являются:

- ◆ Выгодность применения услуг монополиста в некоторых областях экономики
- ◆ Большое количество средств для НТП.

Отрицательные черты:

- Нерациональное использование ресурсов.
- Возможное неравенство доходов.
- Торможение НТП.



Монополистическая конкуренция

Эта рыночная ситуация сочетает в себе основные черты монополии и чистой конкуренции:

- большое количество продавцов и покупателей и
- существенной дифференциации продукта, т.е. наличие у продукта таких свойств, которые отличают его от аналогичных товаров конкурентов.

Такие как: качество продукта, упаковка, условия продажи, сервис, выгодное месторасположение.



Олигополия

- тип рыночной структуры, при которой несколько крупных фирм монополизируют производство и сбыт основной массы продукции и ведут между собой преимущественно неценовую конкуренцию.
 - **Олигопсония** - тип рыночной структуры, при которой существует группа покупателей определенного товара.