ТЕМА 4. РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА И ЕЕ МОДЕЛИ

4.1. Понятие рынка, его функции, преимущества и недостатки

4.2. Совершенная и несовершенная конкуренция

4.3. Структура, инфраструктура и классификация рынков

4.4. Модели рыночной экономики и функции государства в ней

Вопрос 1. Понятие рынка, его функции, преимущества и недостатки

**Рынок** - *система экономических отношений, складывающих­ся при купле-продаже товаров.*

**Сущность рынка**

• механизм взаимодействия покупателей и продавцов на ос­нове спроса и предложения;

• в узком значении — отношения между покупателями и продавцами при купле-продаже в определенное время и в конк­ретном месте на основе спроса и предложения;

• в широком значении — система воспроизводства, осуществ­ляемая под воздействием спроса и предложения;

• сфера обмена внутри страны и между странами, связыва­ющая между собой производителей и потребителей продукции и услуг.

**Условия возникновения рынка:**

• общественное разделение труда — отделение скотоводства от земледелия, выделение ремесла как самостоятельной отрасли, возникновение купечества; затем дробление отраслей, а также специализация производства;

• экономическая обо­собленность и самостоятельность производителя; частная собственность, производитель сам решает, какую продукцию и как производить, кому и где ее продавать.

Существуют десятки **определений рынка**, каждое из которых акцентирует внимание на той или иной его стороне:

• рынок представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться;

• рынок — это система, в которой решения о распределении ограниченных ресурсов, необходимых для удовлетворения потребностей людей, принимаются самими потребителями и производителями;

рынок – это механизм, посредством которого покупатели и продавцы взаимодействуют для установления цен и количества товаров и услуг

• рынок — совокупность отношений товарного обмена, механизм взаимодействия продавца и покупателя, сфера обмена внутри страны и между странами.

**Рынок — это система отношений обмена, устанавливающих *непосредственную*  связь между покупателем (потребителем) и продавцом (производителем)**.

***Субъекты рынка*** — участники рыночных сделок (купли-продажи):

• *домашние хозяйства —* собственники и поставщики факторов производства, предприниматели (физические лица);

• *объединения —* предприятия, фирмы, акционерные общества, поставляющие товары или вы­полняющие услуги с целью получения дохода, прибыли;

• *правительство (государство) —* бюджетные организации, осуществляю­щие регулирование экономики.

***Объекты рынка*** *—* материальные и нематериальные блага,

факторы и средства производства, вовлеченные в отношения купли-продажи.

**Принципы функционирования рыночной экономики:**

* экономическая свобода участников рыночной экономики;
* многообразие форм собственности;
* примат потребителя (производство для потребителя);
* наличие инфраструктуры производства и потребления;
* рыночное ценообразование (на основе спроса и предложе­ния);
* конкуренция в различных формах;
* государственное регулирование рынка и рыночных отноше­ний (с помощью государственных программ, налогообложения, финансово-кредитной и банковской системы);
* открытость экономики - свободное осуществление хозяйствен­ными организациями и предпринимателями внешнеэкономических операций;
* саморегулирование хозяйственной деятельности через рыночный механизм;
* договорные отношения между взаимодействующими экономическими субъектами. **Функции рынка**

• *регулирующая —* регулирует спрос и предложение через механизм цен;

• *стимулирующая —* стимулирует внедрение научных и технических разработок, снижение затрат на производство продукции, повышение ее качества, расширение ассортимента;

• *информационная —* дает необходимую информацию хозяй­ственным субъектам (фирма постоянно сверяет собственное производство с меняющимися условиями рынка);

• *посредническая —* дает возможность покупателю выбирать оптимального поставщика продукции, а продавцу — наиболее подходящего покупателя;

• *санирующая —* избавляет общественное производство от не­жизнеспособных фирм и поощряет развитие эффективных, перс­пективных фирм;

• *социальная —* дифференцирует субъектов рынка.

**Рыночная экономика способствует:**

• удовлетворению разнообразных потребностей людей, повышению качества товаров и услуг. Любой хозяйствующий субъект, писал А. Смит, «не имеет в виду содействовать общественной пользе и не сознает, насколько он содействует ей. Он имеет в виду лишь свой собственный интерес... преследует лишь собственную выгоду, причем невидимой рукой направляется к цели, ко­торая совсем не входила в его намерения... Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным образом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится к этому».

• свободе выбора и действий потребителей и производителей;

• эффективному распределению ресурсов в соответствии с потребностями общества;

• гибкости и высокой адаптивности к изменяющимся условиям;

• максимальному использованию достижений и стимулированию научно-технического прогресса;

•невозможности возникновения хронического дефицита. Неудовлетворенный спрос ведет к росту цен и повышает выгодность вложения средств именно в производство дефицитного продукта, тем самым снимая проблему дефицита;

• созданию стимулов к труду.

**Негативные черты рыночной экономики:**

• монополизация рынка ведет к ограничению конкурен­ции, падает эффективность распределения ресурсов;

• рыночная система обладает низкой способностью к сохра­нению невоспроизводимых ресурсов, охране окружающей среды рынок;

• рынок не обеспечивает социальной справедливости; неравенство в доходах также ведет к неэффективному рас­пределению ресурсов;

• рынку присущи такие негативные экономи­ческие явления, как инфляция, безработица, цикличность.

Вопрос 2. Совершенная и несовершенная конкуренция

В экономической теории принято выделять два типа конкуренции – совершенную и несовершенную конкуренцию. На рынке продукта состояние конкуренции определяется следующими базовыми признаками:

1. Количество субъектов рынка и их доли в объеме продаж;
2. Условия вступления производителя в отрасль и выход из нее;
3. Степень контроля цены со стороны производителей;
4. Уровень дифференциации продукта;
5. Характер экономического поведения хозяйствующих субъектов.

Значение конкуренции настолько велико, что в зависимости от ее состояния определяется тип рынка или рыночной структуры.

Рыночная структура выступает как совокупность признаков, отражающих способ установления цены, а также характер взаимодействия хозяйствующих субъектов.

Совершенная конкуренция. Считается, что в условиях совершенной конкуренции:

1. Любому хозяйствующему субъекту обеспечивается свободный вход в отрасль и выход из нее;
2. Рынок продукта представлен большим количеством независимых предприятий и покупателей;
3. Все участники рыночных отношений хорошо проинформированы о реальном состоянии рынка продукта;
4. Рыночная цена рассматривается как независимый фактор.

Совершенная конкуренция – это такое состояние рынка продукта, когда никто из его участников не может оказать решающего воздействия на процессы купли-продажи.

Необходимо знать, что в реальной действительности свободная конкуренция всегда значительно ограничена.

Несовершенная конкуренция. Несовершенная конкуренция – противоположность свободной конкуренции. При такой рыночной структуре появляются хозяйствующие субъекты, которые обладают рыночной властью и имеют возможность навязать всем выгодные для себя условия торговли.

Несовершенная конкуренция - это такая ситуация на рынке, когда заметно ограничены свобода ценообразования и свобода принятия экономических решений.

Несовершенная конкуренция означает, что кто-то из хозяйствующих субъектов имеет возможность доминировать на рынке. Такой доминирующий субъект обычно поставляет основную массу товара, в состоянии навязать всем другим участникам рынка свои правила игры, в целом обладает экономической властью на рынке продукта.

Основные причины возникновения доминирующего положения производителя на рынке продукта:

1. Природно-климатический фактор;
2. Технический фактор;
3. Концентрация производства (укрупнение предприятия) и централизация производства (объединение ряда предприятий).

В качестве основных разновидностей несовершенной конкуренции выделяются:

1. Чистая (абсолютная) монополия;
2. Олигополия;
3. Монополистическая конкуренция.

Чистая монополия – это такая ситуация на рынке продукта, когда поставщиком продукта выступает лишь один хозяйствующий субъект.

В условиях чистой монополии вся отрасль предстает в виде одного предприятия. Можно говорить о наличии абсолютной экономической власти поставщика над рынком продукта.

Среди факторов, способствующих образованию чистой монополии, в первую очередь следует выделить:

1. Естественные условия, что приводит к образованию *естественной монополии;*
2. Необходимость соблюдения особых технических условий (когда транспорт, телефонная связь, системы водо-, энерго- и газоснабжения и т.д. могут функционировать лишь как единое общенациональное предприятие) приводит к образованию *технической монополии*;
3. Централизация управления стимулирует появление *организационной монополии* (отраслевые министерства, концерны и т.д.).
4. *Экономическая монополия* складывается на основе концентрации и централизации производства.

Последствия чистой монополии:

1. *Отрицательные стороны*: в отрасли исчезают мелкие и средние предприятия и начинают доминировать крупные хозяйствующие субъекты; взвинчивание цен и сокращение объема производства целях сокращения предложения на рынке; инфляция издержек производства; снижение рентабельности производства, необоснованный рост расходов на рекламу, упрощение маркетинга; торможение технического прогресса; снижение качества выпускаемой продукции; манипулирование условиями поставок и получение экономической выгоды.
2. Положительные моменты связаны с концентрацией производства и наиболее полным использованием положительного эффекта масштаба производства (сокращение издержек на единицу продукции).

Олигополия («олиго» - немногие, «полетти» - торгуют) есть такая ситуация на рынке продукта, когда складывается экономическая власть нескольких крупных хозяйствующих субъектов (от 2 до 24 поставщиков).

**Олигополия** – это рыночная структура, включающая несколько фирм, каждая из которых обладает значительной долей рынка. Фирмы, находящиеся в таких условиях, являются взаимозависимыми, поведение любой из них оказывает непосредственное воздействие на конкурентов и само испытывает на себе влияние с их стороны. Поэтому каждый участник рынка должен тщательно следить за поведением соперников, оценивая свои действия в отношении ценовой политики, а также обосновывать потенциальные последствия своих решений.

Олигополистический рынок характеризуется тем, что вхождение в отрасль ограничивается, с одной стороны, величиной капитала, необходимого новой фирме для внедрения в отрасль, а с другой стороны – контролем действующих производителей над новейшей техникой и технологией производства.

В зависимости от типа продукции различают **чистую** (однородный стандартизированный продукт) и **дифференцированную** (разнородная продукция одного функционального назначения) олигополию

В современных условиях именно олигополия, а не чистая монополия, является преобладающей формой несовершенной конкуренции. Но тип экономического поведения – монополистический. Для олигополии объектами повышенного внимания выступают цена и качество товара, объем продаж и ее доля на рынке продукта, вероятность появления новых конкурентов и изменения действующего законодательства, стратегия стимулирования сбыта.

Монополистическая конкуренция – это монополия производителя, основанная на дифференциации продукта (дифференциация продукта означает узкую специализацию производителя, предполагающую поставку на рынок товара особого качества, вида, модели и т.д.).

Монополистические конкуренты имеют незначительный контроль над ценой производимых ими продуктов и вынуждены делить рынок с большим количеством небольших фирм. Условия входа новых фирм в отрасль сравнительно легкие. Для данной модели особое значение приобретают такие неценовые факторы соперничества, как качество продукции, реклама, послепродажное обслуживание, торговые знаки и марки.

Вопрос 3. Структура, инфраструктура и классификация рынков

Структура рынка есть внутреннее строение или расположение его отдельных элементов.

Структура рынка может определяться с использованием разных критериев, выбор которых зависит от решения конкретной задачи:

**Структура рынка.**

**• *по объектам обмена* —** рынки: товаров, услуг, капиталов, ценных бумаг, труда, валютный, информации, интеллектуального продукта;

• *в пространственном разрезе —* рынки: местный (локальный), реги­ональный, национальный, всемирный (мировой);

• *по механизму функционирования —* свободный (регулирует конкуренция), монополизированный (производство и обращение определяет группа монополий), регулируемый (регулирует госу­дарство);

• *по законодательству —* легальный (официальный), неле­гальный (теневой);

• *по степени насыщенности —* равновесный (спрос и предло­жение равны), дефицитный (спрос превышает предложение), из­быточный (спрос меньше предложения)

**Инфраструктура рынка** есть совокупность материально-технических и организационных условий, без которых совершение актов купли-продажи становится невозможным. При узком подходе рыночная инфраструктура трактуется как система организаций, соответствующих рыночному механизму.

Выделяют частную и общую инфраструктуру рынка.

*Частная инфраструктура* – это система узкоспециализированных организаций, призванных содействовать функционированию конкретного рынка. Частная инфраструктура связана с обслуживанием конкретных операций по реализации продукции (транспортировка, взвешивание и т.д.).

*Общая инфраструктура* это система организаций, которые обслуживают потребности развития всего национального рынка.

Общая инфраструктура призвана обеспечивать единство и целостность единого экономического пространства, общее правовое обеспечение хозяйственной деятельности.

Функции инфраструктуры рынка.

1. Организационное оформление рыночных отношений;
2. Повышение оперативности сделок, обеспечение эффективности обмена, минимизация издержек обращении;
3. Соблюдение экономических интересов участников товарно-денежных отношений;
4. Обеспечение устойчивости процессов обмена, сохранение рыночного равновесия;
5. Гарантия контрактов, экономический и юридический контроль за процессами обмена экономическими благами.

Вопрос 4. Модели рыночной экономики и функции государства в ней

В качестве основных моделей рыночной экономики принято выделять:

1. Либеральную модель рыночной экономики;
2. Социально-рыночную экономику;
3. Социал-демократическую модель рыночной экономики.

Для либеральной модели рыночной экономики (например, США, Канада) характерны доминирование частной собственности, поощрение частного предпринимательства. Для либеральной модели рыночной экономики присуще соблюдение принципа «свободной игры рыночных сил». То, что выгодного частному предпринимателю, объявляется выгодным и всему обществу. *Социальная* политика выстраивается исходя из того, что каждый трудоспособный член общества сам должен позаботиться о себе. Главная форма такой защиты – работа, стремление заработать на всю семью. Экономические функции государства предельно ограничены. Среди методов *государственного регулирования* национальной экономики широко используются инструменты денежно-кредитной политики.

Социально-рыночная экономика. Национальная экономика рассматривается как часть социально-экономической и правовой системы. В хозяйственной жизни предполагается активное участие государства. Базисом в данной модели экономики выступает «смешанная экономика».

Основополагающими принципами социальной рыночной экономики выступают: 1) единство рынка и усилий государства; 2) всемерная защита свободной конкуренции; 3) обеспечение социального партнерства труда и капитала.

В рамках социальной рыночной экономики выделяют три основные западноевропейские модели: 1) германскую (Германия, Австрия, Бельгия, Нидерланды, Швейцария, отчасти Франция); 2) англосаксонскую модель (Великобритания, Ирландия); 3) средиземноморская (Греция, Испания, Италия).

Социал-демократическая модель. Теоретическую основу социал-демократической, или скандинавской, модели рыночной экономики образуется известная концепция «всеобщего благосостояния» (Швеция, Норвегия, Дания, Финляндия). В социал-демократической модели рыночной экономики государству отводится роль верховной силы. Государственной власти, избранной при соблюдении всех демократических процедур, делегируются огромные полномочия по регулированию социально-экономической жизни. Особое внимание государство уделяет открытию новых рабочих мест. В этих условиях формируется действительно *социальная экономика*.