

Тема 5. Многообразие рынков

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

К условиям возникновения рынка относятся: общественное разделение труда; экономическая обособленность производителей; самостоятельность производителя.

Основными признаками рынка являются следующие:

- *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.

Рынок выполняет много разнообразных функций, среди которых главными считаются следующие.

Функции рынка

Наименование функции	Ее сущность
Посредническая	Соединение производителей товаров и их потребителей
Ценообразования	Установление <i>равновесной цены</i> на тот или иной вид товара — <i>цены, при которой спрос на товар равен предложению товара</i>
Информационная	Предоставление информации о размерах того или иного производства и удовлетворении потребительского спроса на конкретные товары
Регулирующая	«Перетекание» капиталов из менее выгодных отраслей производства с пониженными ценами в более прибыльные отрасли с повышенными ценами
Санирующая (оздоровительная)	«Освобождение» экономики от неэффективной хозяйственной деятельности: банкротство нерентабельных предприятий и процветание общественно полезных производств

Рыночный механизм несовершенен и имеет как преимущества, так и недостатки.

Черты рынка

Позитивные	Негативные
<ul style="list-style-type: none"> • Способствует эффективно-му распределению ресурсов, направляя их в те отрасли, где они в данный момент более всего необходимы, т. е. объективно формирует структуру производства • Стимулирует научно-технический прогресс и тем самым способствует ресурсосбережению в обществе • Направляет всю экономическую деятельность на удовлетворение потребностей человека и общества, т. е. создает материальную заинтересованность производить то, в чем есть потребность 	<ul style="list-style-type: none"> • Не гарантирует решение таких социально-экономических проблем, как 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, поскольку задача защиты от конкурентов приводит к сговорам и слияниям; научно-технический прогресс вызывает необходимость концентрации и накопления капитала

Позитивные	Негативные
<ul style="list-style-type: none"> • Стихийно координирует действия людей в процессе экономической деятельности, опираясь на принципы саморегуляции и сопоставляя экономические интересы 	<ul style="list-style-type: none"> • Не решает проблему внешних издержек (эффектов), т. е. издержек, не отраженных в ценах рынка, которые ложатся на плечи общества • Не может решить все региональные проблемы, которые связаны, прежде всего, с неравномерностью распределения природных, инвестиционных и человеческих ресурсов • Способствует циклическому развитию, в основе которого лежит необходимость обновления капитала

В современной экономике существует не один рынок, а целая система рынков.

Система рынков.

Основа классификации	Виды рынков
Действующее законодательство	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Легальный (законный)</i> • <i>Нелегальный (теневой)</i>
Товары и услуги	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Потребительских товаров</i> (товарные биржи, ярмарки, аукционы и т. д.) <i>и услуг</i> • <i>Средств производства</i> • <i>Рабочей силы</i> • <i>Инвестиций</i>, т. е. долгосрочных вложений • <i>Иностраных валют</i> • <i>Ценных бумаг</i> (фондовые биржи) • <i>Научно-технических разработок и инноваций</i> • <i>Информации</i>
Пространственный признак	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Мировой</i> • <i>Региональный</i> • <i>Национальный</i> • <i>Местный</i>
Тип конкуренции	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Чистой (свободной) конкуренции</i> • <i>Несовершенной конкуренции: чистой монополии; монополистической конкуренции; олигополии</i>

Плотность некоторых из этих рынков сегодня весьма высока. Особенно это касается тех рынков, на которых продается технологически совершенная продукция.

Условия, необходимые для развития рыночного хозяйства

— *Конкурентная среда*: свободное ценообразование; многообразие форм собственности; отсутствие монополизации рынка; действие законов, охраняющих права частной собственности.

— *Наличие резервов роста экономики* (свободные капиталы, запас трудовых и природных ресурсов).

— *Обеспечение подвижности ресурсов*.

— *Функционирование инфраструктуры рынка, организующей движение товарных и денежных потоков и обеспечивающей участников рынка необходимой информацией*.

Основными параметрами, регулирующими поведение участников рынка, являются *спрос*, *предложение* и *цена*, между которыми существует взаимная связь.

Спрос отражает *готовность покупателя приобретать товары и услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени*. Спрос, таким образом, есть отношение между ценой товара и его количеством, которое покупатели хотят и могут купить.

Готовность приобрести означает две вещи: *желание и возможность*. **Величина спроса** отражает *то количество товара, которое было бы куплено по некоторой цене за определенный период времени при данном характере спроса, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на спрос*.

Изменение спроса отражается изменением положения кривой спроса D , ее сдвигами (см. рис. 1). Каждая данная кривая спроса строится для неизменных неценовых факторов

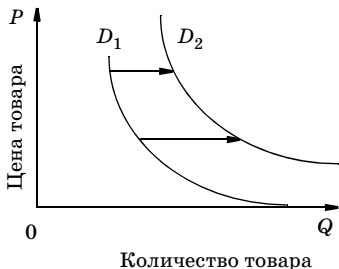


Рис. 1. Изменение спроса

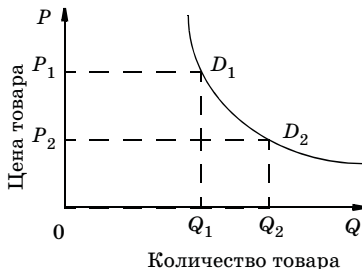


Рис. 2. Изменение величины спроса

спроса. Тогда сдвиг спроса происходит под воздействием изменения одного или нескольких факторов спроса.

Изменение величины спроса есть движение вдоль кривой спроса D при неизменности факторов спроса (см. рис. 2). Взаимосвязь между изменением спроса и величины спроса проявляется в следующем: когда спрос увеличивается, повышаются объемы спроса при всех ценах, и наоборот.

Цена — денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Цена спроса — максимальная цена, по которой потребители готовы купить некоторое количество товара за определенный период времени.

Закон спроса утверждает, что существует обратная взаимосвязь между ценой и величиной спроса. При неизменном доходе человек будет приобретать больше данного продукта по низкой цене, чем по высокой.

В основе закона спроса лежит принцип убывающей предельной полезности. При росте потребления данного продукта его предельная полезность убывает, а, следовательно, люди будут покупать дополнительные единицы такого продукта лишь при условии, что его цена снижается.

Закон спроса можно также объяснить эффектами дохода и замещения. Эффект дохода состоит в том, что при изменении цены данного товара изменяется и реальное количество этого товара, которое потребитель способен приобрести на ту же величину дохода. С другой стороны, эффект замещения означает, что изменение цены данного товара изменяет и относительную структуру цен.

Неценовые факторы спроса: цены на сопряженные товары; потребительские предпочтения; число покупателей; ожидания изменения цены; доход.

Предложение отражает готовность продавца продать товары или услуги по тем или иным ценам в определенных количествах за определенный промежуток времени. Предложение, таким образом, есть отношение между ценой товара и его количеством, которое продавцы хотят и могут продать.

Величина предложения отражает то количество товара, которое может быть продано по некоторой цене за определенный период времени при данном характере предложения, т. е. неизменности прочих факторов, влияющих на предложение.

Изменение предложения отражается изменением положения кривой предложения S , т. е. ее перемещением на плоскост-

ти (см. рис. 3). Каждая данная кривая предложения S строится для неизменных факторов предложения. Тогда изменение предложения происходит под воздействием изменения одного или нескольких факторов.

Изменение величины предложения есть движение вдоль одной и той же кривой предложения S при неизменности факторов спроса (см. рис. 4).

Взаимосвязь между изменением предложения и величины предложения проявляется в следующем: когда предложение увеличивается, повышаются объемы предложения при всех ценах, и наоборот.

Цена предложения — минимальная цена, по которой продавцы готовы продать некоторое количество данного товара за определенный период времени.

Закон предложения утверждает, что существует прямая взаимосвязь между ценой и величиной предложения.

Неценовые факторы предложения: цены на ресурсы; налоги и дотации; цены на другие товары; технология производства; число продавцов на рынке; ожидания изменения цен.

Спрос и предложение товаров имеют различную степень чувствительности к изменению определяющих их факторов. Мерой такого изменения служит эластичность спроса и эластичность предложения. Эластичность спроса по цене показывает, какое процентное изменение спроса последует за однопроцентным увеличением цены товара:

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{Q_1} : \frac{P_2 - P_1}{P_1},$$

где E — коэффициент ценовой эластичности спроса; Q_1 — первоначальное значение спроса; Q_2 — измененное значение спроса; P_1 — первоначальный уровень цены; P_2 — измененный уровень цены.

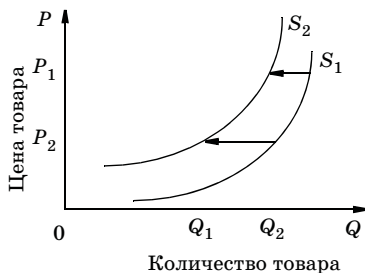


Рис. 3. Изменение предложения

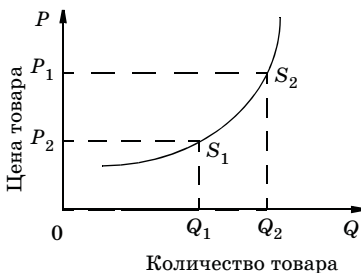


Рис. 4. Изменение величины предложения

Эластичность спроса по цене характеризует степень зависимости объема покупаемого товара от колебания рыночных цен. Можно выделить три варианта этой зависимости:

1) снижение цены вызывает такое увеличение объема покупаемого товара, что общая выручка производителя возрастает — эластичный спрос ($E > 1$);

2) снижение цены в точности компенсируется соответствующим объемом покупки так, что общая выручка продавца остается неизменной — единично эластичный спрос ($E = 1$);

3) снижение цены обуславливает незначительный рост объема покупаемых товаров так, что общая выручка падает — неэластичный спрос ($1 < E < 1$).

Высокая эластичность спроса означает, что покупатели чрезвычайно чувствительны к любому изменению цены, и наоборот, когда на рынке продается товар неэластичного спроса, то покупатели отличаются крайне низкой чувствительностью к колебаниям цены и всегда готовы покупать этот товар даже при значительном росте цены на него. Эластичность спроса зависит от следующих факторов: наличия товаров-заменителей; объема предложения товара; необходимости покупки; времени покупки.

Знание эластичности спроса по цене имеет важное значение для предпринимателя, ведь если спрос на товар эластичен, производителю выгодно понижение цены, так как в этом случае его выручка будет возрастать, и наоборот.

Степень изменения объема предложения в зависимости от увеличения цены характеризует эластичность предложения. Мерой этого изменения является коэффициент эластичности предложения:

$$E = \frac{Q_2 - Q_1}{P_2 - P_1} \times \frac{P_1}{Q_1},$$

где E — коэффициент эластичности предложения; Q_1 — первоначальная величина предложения; Q_2 — измененная величина предложения; P_1 — первоначальный уровень цены; P_2 — измененный уровень цены.

Эластичность предложения в долгосрочном периоде повышается, что вызвано приспособлением производителей к более высокой цене и воздействием научно-технического прогресса.

Еще одним элементом рыночного саморегулирования является конкуренция.

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

Черты конкуренции

Позитивные	Негативные
<ul style="list-style-type: none"> • Ограничивает возможность возникновения монополий (от гр. моно — один, ролео — продаю), которые контролируя основную часть производства или сбыта определенного товара, могут взвинчивать цены, снижать качество и т. д. • Создает возможность выбора для потребителя • Заставляет экономику гибко реагировать на изменение обстановки • Способствует внедрению технических достижений в производство, улучшению качества продукции 	<ul style="list-style-type: none"> • Постоянное разорение многих товаропроизводителей • Отвлечение неоправданно больших средств на рекламу • Использование нечестных методов борьбы: <ul style="list-style-type: none"> — подкуп работников; — шантаж; — промышленный шпионаж и др.

Конкуренция может существовать только при определенном состоянии рынка и быть свободной (чистой, совершенной) или несовершенной.

***Свободная (чистая) конкуренция** — такой тип структуры рынка, при котором цена устанавливается в результате уравнивания кривых спроса и предложения.*

***Несовершенная конкуренция** — такой тип структуры рынка, когда несколько фирм производят основную массу определенного товара, что позволяет им диктовать условия другим производителям и влиять на его цену.*

Виды рынков (исходя из типов конкуренции)

Рынок	Его характеристика
Чистой (свободной) конкуренции	<p>Существует множество мелких фирм, предлагающих на рынке однородную продукцию. Нет ограничений на доступ той или другой фирмы к информации о состоянии рынка, о ценах на товары (услуги), ресурсы, о затратах и т. д.</p> <p>Нет ограничений на вступление новых фирм в отрасль, вход и выход из отрасли свободен.</p> <p>Продавец не может осуществить контроль над ценами, конкурентная фирма не может установить рыночную цену</p>

Рынок	Его характеристика
Чистой монополии	Отрасль, состоящая из одной фирмы. Эта фирма является единственным продавцом данной продукции, который уникален. Монополист диктует цену. Фирма осуществляет контроль над ценой, так как аккумулирует все предложения. Для вступления других фирм в отрасль существуют значительные барьеры
Монополистической конкуренции	Большое количество мелких фирм предлагает разнородную продукцию. Ограниченный контроль над рыночными ценами. Вход и выход с рынка свободен. Каждая фирма стремится сделать свой товар уникальным. Но товары взаимозаменяемы. Экономическое соперничество основано не только на цене, но и на неценовой конкуренции
Олигополии (от гр. <i>oligos</i> — несколько, <i>poleo</i> — продаю)	Существование на рынке малого числа крупных фирм (от 2 до 5), которые контролируют его основную часть. Продукция может быть как однородной, так и разнородной. Вступление новых фирм в отрасль затруднено. Взаимозависимость фирм в принятии решения о ценах на свою продукцию

Современное состояние рынка экономисты называют «не совершенной конкуренцией», подразумевая под этим термином монополистическую конкуренцию и олигополию.

Одним из условий, необходимых для бесперебойной работы рынка, является *инфраструктура* (от лат. *infra* — под + структура) **рынка** — *совокупность рыночных институтов, обслуживающих рыночное хозяйство.*

Функции инфраструктуры рынка: организация заключения контрактов на поставку продукции; продвижение товарных потоков по отраслям и регионам; регулирование сбыта продукции; обслуживание потребителей.

Важнейшим качеством рыночной инфраструктуры является способность улавливать сигналы, идущие от потребителей и их спроса, и адекватно на них реагировать.

Инфраструктура рынка

• **Биржа** (от лат. bursa — кошелек, мешок) — *организационно оформленный, регулярно функционирующий оптовый рынок однородных товаров, на котором заключаются сделки купли-продажи крупных партий товара:*

— *товарная биржа* — регулярно действующая организация, в которой совершаются сделки купли-продажи массовых взаимозаменяемых товаров со стандартными качественными характеристиками;

— *фондовая биржа* — организованный рынок, на котором осуществляются сделки с ценными бумагами и иными финансовыми документами;

— *биржа труда* — государственная структура, посредническое звено между работодателями и наемными работниками;

• **Институты, связывающие рынки в единое целое:**

- транспортная сеть;
- система коммуникаций;
- информационные сети;
- страховые компании;
- суды.

Образец задания

A1. Выберите правильный ответ. Верны ли следующие суждения о факторах увеличения предложения?

A. Фактором увеличения предложения является размер предполагаемой прибыли.

B. Фактором роста предложения является увеличение цены предлагаемого товара.

1) верно только A

3) верны оба суждения

2) верно только B

4) оба суждения неверны

Ответ: 3.