**Тема 2.1. Рынок и механизм его функционирования.**

1. Сущность и функции рынка. Классификация рынков.
2. Формы и типы рыночных связей.
3. Рыночная цена и законы ее динамики.

**1. Сущность и функции рынка. Классификация рынков**

**Рынок – это сфера взаимодействия продавцов и покупателей, каждый из которых свободен в своих действиях.**

**Рынок – это совокупность сделок купли и продажи товаров и услуг.**

Функции рынка.

1. Рынок интегрирует (соединяет) сферы производства и потребления.
2. Рынок выполняет роль главного контролера конечных результатов производства.

Именно в рыночном обмене непосредственно выявляется в какой мере качество и количество созданных продуктов соответствует нуждам покупателей.

1. Стимулирующая функция: рыночный обмен – это способ осуществления экономических интересов продавцов и покупателей.

Для продавцов – доходно или убыточно реализовывать товары.

Для покупателей – разорительно или выгодно их приобретать.

1. Санирующая функция – рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых хозяйственных единиц.

Классификация рынков.

**Система рынков** — это единая совокупность множества рынков различного назначения. Такая совокупность образовалась под воздействием ряда факторов.

****

Схема 1. Современная рыночная система

• рынок услуг (сюда входят многообразные виды коммунального и бытового обслуживания, финансовые и страховые операции, коммерческие, социальные, культурные, духовные и иные услуги);

• рынок труда (для работодателей и наемных работников);

• рынок научных и опытно-конструкторских разработок (продуктов научных исследований, готовых для освоения в производстве);

• рынок ссудных капиталов (сфера купли и продажи временно свободных денежных средств, используемых в производственных целях);

• рынок ценных бумаг (акций, облигаций и других документов, приносящих доход);

• рынок валют (национальные и международные учреждения, через которые производятся покупка, продажа, обмен иностранных денежных единиц и денежные расчеты с другими государствами);

• рынок духовных благ (область купли-продажи продуктов интеллектуальной деятельности ученых, писателей, художников и др.).

Широкое и глубокое развитие рыночных отношений необычайно повысило их активную экономическую роль. Рынок обеспечивает производство всей совокупностью субъективных, материальных, научно-технических, интеллектуальных и финансовых условий развития. Все крупные производственные отрасли сильно зависят от специализированного рыночного воздействия. Не случайно национальное хозяйство получило название рыночной экономики. Этим не отрицается вообще значение товарного производства. Речь идет только о новом состоянии экономического организма, когда все его клетки испытывают воздействие рыночных отношений.

**2. Формы и типы рыночных связей.**

Формы торговли

Рыночные связи различаются по признакам торговых сделок. Эти сделки можно классифицировать следующим образом.

1. По ***способам связи между участниками рынка*** различаются такие виды торговли как *прямая* и через *торговых посредников*. Производитель или владелец товара непосредственно продает его потребителю. Производитель сбывает полезную вещь сначала торговому посреднику, а тот перепродает ее потребителю. Посредничество бывает многозвенным, когда в нем последовательно участвует несколько перекупщиков вещей.

2. В зависимости ***от видов оплаты товаров*** выделяются следующие формы торговли:

а) *бартерная торговля*: безденежный обмен одного вида товара на другой;

б) продажа благ *за наличные деньги* (или с оплатой по чеку). Так население приобретает нужные вещи на потребительском рынке;

в) реализация продукции *по безналичному расчету* (оплата производится по перечислению: по поручению покупателя банк снимает с его счета деньги и переводит на счет продавца). Данным способом чаще всего приобретаются средства производства;

г) продажа товара *наложенным платежом* (потребитель, живущий далеко от торгового предприятия, получает желаемую вещь, выкупая ее путем перечисления денег продавцу);

д) реализация товаров *в кредит* (покупатель получает благо, обычно внося за него небольшую плату и в обмен на обязательство выплатить остальные деньги в оговоренные сроки). Такая форма торговли предполагает обилие товаров, и она развивается к выгоде покупателей и продавцов;

е) предоставление вещей *в прокат* за определенную плату (в этом случае оплачивается время пользования благом).

3. С ***учетом объема продаж*** различают две формы реализации товаров — *оптовая торговля*: продукты закупаются оптом (крупными партиями) торговыми посредниками у производителей на торговых ярмарках и через товарные биржи; *розничная торговля*, которая означает куплю-продажу преимущественно потребительских благ в небольших количествах. Таким способом отдельные лица приобретают нужные им продукты в магазинах, торговых палатках, на продовольственных и вещевых рынках.

Типы рынков.

Рынок в одном важном отношении прямо противоположен натуральному хозяйству. В этом хозяйстве потребителю зачастую не предоставляется возможность выбирать по его желанию те или иные блага. Рынок же в принципе способен обеспечить его участникам максимальную степень экономических свобод. Данные свободы позволяют покупателю выбирать интересующие его товары из множества взаимозаменяемых и независимых благ. Потребитель может также отыскать тех продавцов, кто лучше обслужит и продаст продукт по сходным условиям. Продавец свободен выбирать наиболее подходящего покупателя и распоряжаться вырученными от продажи деньгами по своему усмотрению. И покупатель, и продавец могут без ограничений выбирать условия торговой сделки.

По степени развитости этих и иных хозяйственных свобод

рынки можно подразделить на три типа: а) свободный; б) нелегальный; в) регулируемый.

Свободный рынок обладает максимумом экономических свобод в их классическом понимании, о котором сказано выше. Между тем определение «свободный рынок» требует уточнения в двух отношениях: для кого он свободен и от кого? Свободным такой рынок является для его участников. Им принадлежит так называемый экономический суверенитет (полная независимость). Так, продавцы сами решают, что продавать, кому сбывать продукты и по какой цене. Подобным суверенитетом обладают и покупатели. В силу этого на свободном рынке экономические связи строятся только по горизонтали. Между контрагентами (от лат. contrahens — договаривающийся) складываются партнерские отношения на основе хозяйственного договора, контракта (соглашения, устанавливающего права и обязанности для обеих сторон на какой-то срок).

Рынок первого типа свободен от вмешательства государства и строгого правового регулирования. Ради истины нужно признать, что такая свобода имеет неприглядную сторону. Из-за своеволия субъектов рынка и несоблюдения ими «правил игры» этот тип рынка получил нелестные названия — «дикий», «нецивилизованный».

Второй тип рынка — нелегальный — близок по характеру поведения его участников к первому типу. Но они существенно различаются между собой. Нелегальный рынок включает в себя его разновидность — теневую торговлю. Она ведется с нарушением законов и правил купли-продажи обычных товаров (при отсутствии необходимых патентов, лицензий, при неуплате рыночных сборов, налогов и т.п.). Нелегальным является и черный рынок. На нем подпольно торгуют товарами, которые законом запрещено реализовывать (например, наркотики, оружие).

Рынок третьего типа — регулируемый, подчиненный определенному порядку, который закреплен в правовых нормах и поддерживается государством. Такой порядок обусловлен объективными причинами. Прежде всего важную роль сыграли резко возросший уровень концентрации и централизации производства и расширение масштабов фактического обобществления экономики. Крупные предприятия уже не могут, как было прежде, вслепую работать на неизвестный им рынок, подверженный стихийным переменам. Чтобы не рисковать огромными капиталами, они стремятся заблаговременно обеспечить себе рынки сбыта, охотно идут на выполнение выгодных им государственных заказов. Характерно, что по предварительным заказам фирм и государства в США реализуется, например, до 60% автомобилей, до 100% станков.

**3. Рыночная цена и законы ее динамики.**

Рынок как совокупность сделок продажи и купли товаров (и услуг) можно представить в виде следующей формулы: **«продавцы — товары — рыночные цены — деньги — покупатели»**. Согласно этой формуле продавцы (с их товарами) с помощью цен соединяются с покупателями (с их деньгами).

Приведенной формуле можно придать более краткий вид: **предложение (П) — цена (Ц) — спрос (С), или П — Ц — С.**

Здесь **под предложением** подразумевается **сумма товаров, которую продавцы готовы продать при разном уровне цены**. **Рыночная цена — это фактическая цена, которая устанавливается в соответствии с предложением и спросом товаров. Спрос — платежеспособная потребность, сумма денег, которую покупатели могут и намерены заплатить за нужные им блага.**

Между предложением, ценой и спросом складываются такие взаимосвязи, которые носят характер экономических законов.

**Экономический закон — это существенная причинно-следственная связь между определенными явлениями**.

При изучении законов рынка мы будем выяснять следующие причинно-следственные связи: а) между рыночной ценой и предложением отдельного частного продавца; б) между ценой и массовым спросом; в) между массовым предложением многих продавцов и рыночной ценой; г) между массовым спросом многих покупателей и рыночной ценой.

Закон предложения по цене.

Есть ли причинно-следственная связь между рыночной ценой и предложением?

Предположим, что на каком-то местном рынке продаются яблоки. По мере увеличения цены количество предлагаемых для продажи яблок будет возрастать. Это показано на условном примере в шкале предложения (табл. 1).

*Таблица 1*



Шкала предложения показывает, сколько товаров продавцы готовы продать по разным ценам. Приводимые цифры раскрывают зависимость предложения от цены.

**Закон предложения** по цене характеризует следующую количественную зависимость предложения (П) от цены (Ц). **Чем выше рыночная цена, тем в большей мере растет предложение продуктов со стороны продавца. И наоборот: чем ниже цена, тем ниже предложение.**

Данную взаимосвязь можно наглядно представить на графике (рис 1)



Рис 1. Кривая предложения по цене.

**Степень изменения объема предложения в ответ на увеличение рыночной цены характеризует эластичность (гибкость) предложения**. Под эластичностью предложения понимается степень его изменений в зависимости от динамики цены. Мерой этого изменения является коэффициент эластичности



Предложение по цене бывает эластичным и неэластичным. Это различие особенно важно для производителя продукции, который заранее прогнозирует степень эластичности новых изделий.

*Эластичным предложение* становится, когда его величина изменяется на больший процент, чем цена. Как показывает опыт многих стран, коэффициент эластичности предложения — при условии равновесия цен и за длительный период — имеет тенденцию к возрастанию, т.е. рост цен на определенную величину в несколько большей степени вызывает увеличение производства.

*Неэластичным предложение* бывает, если оно не изменяется при повышении или снижении рыночных цен. Это характерно для многих товаров в краткосрочном периоде. Например, низка эластичность для скоропортящихся продуктов, которые невозможно хранить в больших количествах (скажем, клубнику). К тому же предложение слабо изменяется (по сравнению со спросом), ведь довольно трудно переключать производство на выпуск новых изделий, перераспределять в связи с этим ресурсы для изменения количества выпускаемых товаров. Следовательно, знание динамики коэффициента эластичности предложения полезно для предвидения объема производства в зависимости от изменения цен.

Закон спроса по цене.

Какова количественная связь между рыночной ценой и индивидуальным спросом покупателя?

Опять предположим, что на том же местном рынке люди приобретут разное количество яблок, если их цена будет повышаться так, как показано в шкале спроса (табл. 2).

*Таблица 2.*



**Закон спроса по цене** выражает следующую количественную зависимость спроса (С) одного покупателя от цены (Ц). **Чем выше рыночная цена товара, тем меньше спрос на него со стороны частного покупателя.** Например, в нашей стране повышение цен на подписные издания в 1991—2003 гг. привело к сокращению объема подписки. Действует и обратная зависимость: чем ниже рыночная цена, тем больше спрос. Такая количественная зависимость представлена в виде графика (рис. 3).



Рис 2. Кривая спроса по цене.

**Степень количественного изменения покупок в ответ на динамику рыночных цен характеризует эластичность (или неэластичность) спроса**. Под эластичностью спроса подразумевается степень изменения количества покупок («чувствительность» их объема) в зависимости от цены. Мерой такого изменения служит коэффициент эластичности спроса (Кс):



*Эластичным спрос* бывает тогда, когда его величина изменяется на больший процент, чем цена. Величина эластичности спроса по цене — всегда отрицательное число, ибо числитель и знаменатель дроби всегда имеют разные знаки. В США опытным путем были получены такие оценки эластичности по цене (за долгосрочный период, со знаком «минус»): канцелярские принадлежности — 0,6, бензин — 1,5, жилье — 1,9, кино — 3,9.

*Неэластичный спрос* проявляется, если платежеспособная потребность покупателя не чувствительна к изменению цен. Скажем, как бы ни возрастали или ни понижались цены на соль, спрос на нее неизменен. Знание коэффициента эластичности спроса имеет важное значение для прогнозирования объема спроса населения при изменении уровня рыночных цен.

Закон цены по массовому предложению.

Поменяем местами причину и следствие в графиках уже рассмотренных рыночных процессов. Теперь независимой переменной (причиной) будет выступать предложение, а зависимой (следствием) — цена. Иначе говоря, речь пойдет о том, как — при прочих одинаковых условиях — массовое предложение продавцов влияет на рыночную цену.

Представим, что в высокоурожайный год продавцы яблок значительно увеличили их предложение на рынке. Но в этом случае большое число продавцов яблок столкнется с трудностями их продажи и будет вынуждено снизить общую для них рыночную цену.



Рис 3. Кривая цены по массовому предложению.

Стало быть, **закон цены по массовому предложению выражает следующую количественную зависимость: чем выше массовое предложение товаров, тем меньше уровень цены. И наоборот: рыночная цена будет расти при уменьшении объема предложения большого числа продавцов.**

Эта зависимость наглядно представлена на графике (рис. 3).

По вертикальной оси откладываются величины объема определенного товара, предлагаемого продавцами. На горизонтальной оси показано увеличение уровня рыночной цены за единицу товара. Кривая Цп – Цп показывает закономерное изменение уровня цены по массовому предложению. Наконец, рассмотрим динамику рыночной цены в зависимости от спроса большого числа покупателей.

Закон цены по массовому спросу

Как и при анализе предыдущего закона, мы будем считать независимой переменной (причиной) массовый спрос, а зависимой (следствием) — рыночную цену. Благодаря этому можно выяснить, в какой мере спрос массы покупателей — при прочих неизменных условиях — воздействует на рыночную цену.

Предыдущий опыт выяснения закономерных количественных зависимостей подсказывает, что если предложение продавцов остается неизменным, то возрастание массового покупательского спроса вызывает повышение рыночной цены. Ибо если, допустим, объем продаж товаров не увеличивается, а спрос не только не удовлетворяется, но еще и возрастает, то неизбежным следствием становится повышение уровня цены, уплачиваемой за единицу продукции. В этом случае будет действовать такая количественная зависимость между массовым спросом и рыночной ценой, которая прямо противоположна закону индивидуального спроса по рыночной цене.

Значит, **закон цены по массовому спросу характеризует следующую количественную зависимость: чем больше объем массового спроса покупателей, тем выше уровень рыночной цены. И наоборот: рыночная цена снизится при сокращении объема спроса.**

Данная зависимость представлена на графике (рис. 4). На вертикальной оси показано нарастание объема спроса товара, покупаемого потребителями; на горизонтальной оси — увеличение уровня цены за единицу товара. Кривая Цс – Цс иллюстрирует закономерную динамику цены по массовому спросу.



Рис 4. Кривая цены по массовому спросу.

Равновесие спроса и предложения.

Итак, анализ закона предложения по цене и закона спроса по цене выявил регулирующее воздействие рыночной цены на индивидуальный покупательский спрос и частное предложение, а стало быть, на экономическое положение продавца и покупателя. Нами обнаружены два варианта такого регулирования, при которых одна сторона рыночной сделки выигрывает, а другая — проигрывает.

Первый вариант: рыночная цена возрастает, а это ведет, с одной стороны, к снижению спроса, с другой — к увеличению предложения. В результате экономический выигрыш оказывается у производителей и продавцов (они увеличивают выпуск и сбыт товаров, получая больше дохода).

Второй вариант: цена на товары снижается, что способствует, с одной стороны, расширению спроса, а с другой — сокращению предложения. В итоге экономически выигрывают покупатели (на ту же сумму денег они приобретают больше благ).

Спрашивается: есть ли третий вариант, по которому экономические интересы продавца и покупателя совпадают?

Вернемся к рассмотренным графикам законов предложения по цене (рис. 1) и спроса по цене (рис. 2). Если одновременно совместить кривые предложения и спроса, то в точке пересечения Р получим равновесие спроса и предложения (рис. 5).



Рис 5. Установление равновесного количества предложения и спроса.

Эта точка равновесия свидетельствует о единстве экономических интересов покупателя и продавца.

Если из точки Р опустить перпендикуляр на ось абсцисс, то в точке КР определим равновесное количество. Оно показывает величину товарной массы (в данном случае количество яблок), которая удовлетворяет пожелания покупателя и продавца.

Проекция точки Р на ось ординат — точка ЦР определяет равновесную цену. Это тот уровень рыночной цены, который одинаково приемлем для участников рыночной сделки.

Все сказанное свидетельствует о том, что равновесная цена и равновесное количество обладают следующими необыкновенными свойствами.

1. Товаров представлено на рынке не больше и не меньше, чем нужно для потребления людей. Все затраты на производство благ окупаются их продажей по равновесной цене. Следовательно, достигнутое равновесие свидетельствует о наибольшей экономической эффективности сложившейся рыночной ситуации. Французский экономист М. Аллэ вывел теоремы с такими фундаментальными положениями: «...всякая равновесная ситуация рыночной экономики является ситуацией максимальной эффективности, и, наоборот, всякая ситуация максимальной эффективности является равновесной ситуацией рыночной экономики».

2. В точке равновесия выражен и наибольший социальный эффект. За равновесную цену потребитель приобретает предельное (для его дохода) количество полезностей.

3. На рынке не обнаруживается ни избытка товаров (количества, которое излишне для продажи при данном объеме доходов населения), ни дефицита благ.

Контрольные вопросы

1. Дать понятие рынка и назвать особенности современного организованного рынка.
2. Назвать и охарактеризовать современную рыночную систему.
3. Какие основные формы торговли Вам известны?
4. Назовите типы рынков, приведите их характерные черты.
5. Дать понятие рыночной цены и назвать ее виды.
6. Дайте понятие «спроса» и «предложения». Назовите факторы, воздействующие на спрос и предложение.
7. Охарактеризуйте механизм действия законов спроса и предложения.
8. Дать понятие «равновесной цены».

Экономический тренинг.

Задание №1.

Изобразите кривую спроса и предложения, найдите равновесную цену и равновесное количество товаров

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Цена за 1 пару носков, руб | Покупатели готовы купить, тыс.шт. | Продавцы готовы продать, тыс.шт |
| 10 | 25 | 5 |
| 15 | 23 | 10 |
| 20 | 18 | 20 |

Задание №2.

Конкуренция на рынке - это благо или зло? Почему?

Задание №3.

Кому выгоден дефицит товаров на рынке. Почему? Кому выгодно перепроизводство товара. Почему?