\*\*\*

Кафедра «Теоретические основы экономики»

КУРСОВАЯ РАБОТА

по экономической теории на тему

«Рынок: сущность, функции, условия возникновения, структура.

Проблема формирования конкурентных рынков в России»

 Автор – студентка \*\*\*

 (1 курс, 315 ЭУП)

 Научный руководитель –

 \*\*\*

\*\*\* – 2007

Содержание

Введение…………………………………………………………………………...3

Глава 1 «Рынок» как экономическая категория………………………………...5

* 1. Множественность определений рынка. Эволюция взглядов на рынок…...5
	2. Условия возникновения рынка……………………………………………...10
	3. Сущность рынка: родовые черты, функции и роль в общественном произ­водстве……………………………………………………………………………13
	4. Многокритериальный характер системы и структуры рынка……………21

Глава 2 Проблема формирования конкурентных рынков в России………….29

2.1 Конкуренция как необходимый элемент рынка…………………………...29

Заключение……………………………………………………………………….33

Список используемой литературы……………………………………………...36

Введение

Данная курсовая работа посвящена теме, в которой раскрывается сущ­ность рынка, его виды и функции, являющейся оптимальной на сегодняшний день, так как жизнь общества непосредственно связана с рынком. С древних времен существования человечества рынок определялся как место торговли товарами. Он и сейчас существует в виде колхозных рынков, где реализу­ются, главным образом, продукты питания. Есть и вещевые рынки, где про­даются товары народного потребления, но их удельный вес в общем объеме товарооборота сравнительно небольшой.

В современной экономике России рынок играет важную роль в развитии предпринимательской сферы деятельности. Рынок интересует предпринима­теля, прежде всего по двум направлениям:

1) положение товара, который он уже производит, и ситуация, склады­вающаяся вокруг него;

2) возможности для расширения своей доли рынка путем увеличения поставок товара или начала производства нового товара, в котором ощуща­ется потребность на этом рынке.

Следовательно, экономического эффекта можно достичь путем изучения рынка.

Рынок также генерирует эквивалентные, то есть экономически равноправные отношения во всех областях производства, на всех уровнях хозяйственной жизни, культивирует знание, професиональность, компетентность, творческое отношение к работе.

Рынок, который базируется на правовых основах, является экономической «технологией», с помощью которой создаются условия для эффективного хозяйствования, динамизма производства. Такие конкретные проявления эффективности, как производительность труда, качество работы, экономичность производства, научно-технический прогресс, в значительной мере предопределяются рыночно-конкурентной средой.

Рынок является «измерительным устройством» человеческого труда. Вся гамма качеств, которые несет в себе энергия человеческого труда, в конечном итоге находит свое выражение в форме числа (стоимость товара, цена товара) в рыночной среде. Элементами товарности есть не только материальные вещи, предметы и услуги, а и результаты интеллектуального трудат – идеи, управленческие решения, изобретения, результаты художественной деятельности и т.п. Невоспроизведенная уникальность «подарков природы» (земли, воздух, воды и др.) также является элементом товарности и потому также имеет свою ценовую оценку.

Кроме того, рынок стабилизирует денежное обращение, поддерживает авторитет национальных денежных единиц; создает действующий механизм мотивации работы; поддерживает «здоровье» сферы потребления; стимулирует разные формы бизнеса; утверждает уважение к писаным и неписаным правилам человеческого сосуществования.

Все выше сказанное свидетельствует о том, что социальное и экономическое развитие России невозможно без развития ее рыночной системы.

Цель темы – раскрыть экономическую сущность рынка, его наиболее важные функции, условия возникновения и структуру. Кроме того, необхо­димым элементом рыночного механизма является конкуренция и, нашей це­лью ставится выявить проблемы формирования конкурентных рынков в Рос­сии.

Для осуществления этой цели необходимо выполнить следующие за­дачи. Во-первых, определить сущность экономической категории рынка, ос­новные функции рынка и изучить условия его возникновения. Во-вторых, выявить преимущества и негативные аспекты рынка.

Глава 1 «Рынок» как экономическая категория

1.1 Множественность определений рынка. Эволюция взглядов на рынок

Понятие «рынок» многогранно, он многолик, поэтому достаточно трудно охарактеризовать его однозначно. По мере развития общественного производства и обращения это понятие неоднократно менялось.

Первоначально рынок рассматривался как базар, место розничной тор­говли, рыночная площадь. Это самое упрощенное, узкое понимание рынка. Объясняется оно тем, что появился рынок еще в период разложения перво­бытного общества, когда обмен между общинами только становился более или менее регулярным, лишь приобретал форму товарного обмена, который осуществлялся в определенном месте и в определенное время. Первона­чально рынок имел примитивные формы. Так, по наблюдениям этнографов, на острове Калимантан и в районах нынешней Малайзии рыночные отноше­ния осуществлялись следующим образом: продавцы, положив свои продукты для обмена, уходили, чтобы дать возможность покупателям свободно осмот­реть товары; если покупатель решался приобрести предложенные ему то­вары, он оставлял свои и уходил; затем возвращались продавцы и в случае согласия забирали оставленные покупателем предметы, взамен оставив свои.

С развитием ремесла и городов торговля, рыночные отношения расши­ряются, за рынками закрепляются определенные места, рыночные площади. Такое понимание рынка сохранилось и до нашего времени как одно из значе­ний слова. До недавнего времени в бытовом представлении россиян рынок как место купли-продажи ассоциировался с колхозными рынками, базарами и ярмарками. Магазины розничной и оптовой торговли не принято было на­зывать рынками. Отсюда искаженное представление о рынке даже в самом простом его понимании.

По мере углубления общественного разделения труда и развития товар­ного производства понятие «рынок» приобретает все более сложное толкова­ние, которое находит отражение в мировой экономической литературе. Так, французский экономист-математик А.О. Курно считает, что под термином «рынок» следует понимать не какую-нибудь рыночную площадь, а в целом всякий район, где отношения покупателей и продавцов свободны, цены легко и быстро выравниваются. В таком определении рынка сохраняется простран­ственная его характеристика, но она не является исчерпывающей, добавля­ются новые черты.

С дальнейшим развитием возможность разрыва купли-продажи уже не отражает реальность, ибо формируется новая структура общественного про­изводства – сфера обращения, которая характеризуется обособлением мате­риальных и трудовых ресурсов, затрат труда с целью выполнения определен­ных специфических для обращения функций. В результате возникает новое понимание рынка как формы товарного и товарно-денежного обмена (обра­щения), которое получило наибольшее распространение в нашей экономиче­ской литературе. Так, в учебнике «Политическая экономия» (М.: Политиздат, 1988. С. 511) указывается, что рынок – это обмен, организованный по зако­нам товарного производства и денежного обращения. В толковых словарях В.А. Даля и С.И. Ожегова приводится значение рынка как места розничной торговли и сферы товарного обмена. Здесь очень важно подчерк­нуть, что рынок – это сфера не только товарного обмена, но и обращения, куда вклю­чается и обращение денег, в том числе современный рынок ценных бумаг.

Если рассматривать рынок со стороны субъектов рыночных отношений, то возникают новые определения рынка как совокупности покупателей (Ф. Котлер. «Основы маркетинга») и всякой группы людей, вступающих в тес­ные деловые отношения и заключающих крупные сделки по поводу любого товара (А. Маршалл. «Принципы экономической теории»).

Но это всего лишь одна сторона рынка. Такие определения неполны, так как не охватывают всю совокупность субъектов рыночных отношений (про­изводителей, потребителей и посредников), не включают отношения произ­водства, распределения, потребления в сфере обращения.

С появлением товара «рабочая сила» рынок приобретает всеобщий ха­рактер, он все более проникает в само производство: покупка не только средств производства, но и рабочей силы становится условием производства.

Воспроизведенный аспект характеристики весьма важен. Понятие «ры­нок» расширяется до понимания его как элемента воспроизводства совокуп­ного общественного продукта, как формы реализации, как совокупность эко­номических отношений, с помощью которых осуществляется обращение об­щественного продукта в товарно-денежной форме или сфера реализации части совокупного общественного продукта, в которой проявляются прису­щие данному способу производства экономические отношения по поводу производства и потребления материальных благ.

 В российской экономической литературе наибольшее распространение получило определение рынка как системы экономических отношений про­давцов и покупателей.

Между определением рынка как сферы обращения и совокупности кон­кретных экономических отношений есть принципиальная разница: в первом случае акцент делается на объект рыночных отношений – наличие товарно-материальных ценностей и денежных средств; во втором – на отношения, выражающие сущность категории «рынок».

Рынок рассматривают также как систему или тип общественных связей между субъектами хозяйствования.

Как известно, существует два типа хозяйственных связей:

– натурально-вещественные, безвозмездные, в соответствии с объемом и структурой потребностей;

– товарные, осуществляемые по средством рынка.

Характерными чертами второго типа отношений являются взаимные со­глашения обменивающихся сторон, эквивалентная возмездность, свободный выбор партнеров, конкуренция. Товарные (рыночные) связи возможны только на основе свободной купли-продажи товаров и услуг. Прямое жесткое фондирование, использование карточек и другие ограничения свидетельст­вуют о деформации рыночных связей. По форме жесткое фондирование или распределение по карточкам, скорее, при­ближается к первому типу хозяйст­венных связей, хотя и сопровождается формальными актами купли-продажи. Отсюда, будет справедливым понима­ние рынка как конкурентной формы связей между хозяйственными субъек­тами.

В товарных отношениях, осуществляемых по средствам рынка, очень важную роль играют не только прямые (производство – рынок – потреби­тель), но и обратные (потребитель – рынок – производство) хозяйственные связи. Академик В.С. Немчинов писал, что «если не принимать во внимание обратные связи, то можно создать такую окостенелую механическую сис­тему, в которой… вся система залимитирована сверху донизу на каждый данный момент и в каждом данном пункте… такая… система будет тормо­зить социальный и технический прогресс, под напором реального процесса хозяйственной жизни рано или поздно она будет сломана». Эти слова оказа­лись пророческими. Административно-хозяйственная система хозяйствова­ния, по существу отвергавшая рынок и роль обратных связей в прогрессив­ном развитии общества, оказалась в середине 80-х гг. XX в. в глубоком кри­зисе и реформируется в новую систему.

Теоретически доказано, а мировым историческим опытом подтвер­ждено, что механизм обратных связей есть непрерывное условие устойчиво­сти и эффективности любой экономической системы. Попытки заменить об­ратные связи административным командованием неизбежно оборачиваются деформацией не только рынка, но и всей экономической системы. Возникают глубокие диспропорции, всеохватывающий дефицит, экономические инте­ресы утрачивают свою роль движущей силы экономического развития.

Таким образом, можно выделить еще одно понимание рынка – как об­щественной формы организации и функционирования экономики, при кото­рой обеспечивается взаимодействие производства и потребления без посред­нических институтов, регулирующих деятельность производителей и потре­бителей, прямое и обратное воздействие на производство и потребление. Так, В.В. Герасименко пишет, что обмен товаров через рынок становится формой системы экономических отношений рыночной экономики и организация этой системы обмена товаров, ее институты, процесс этого обмена, его субъекты, сами товары, которые функционируют в рамках этой системы, - все приобре­тает имя «рынок».

В последнее время все чаще появляются определения рынка как системы экономических отношений, возникающих на основе устойчивого взаимодей­ствия товарного и денежного обращения.

То, что рынок включает не только отношения по купле-продаже, но и социально-экономические отношения (различные конкретные формы органи­зации рынка и т.д.), дает основание рассматривать его в функционирующей экономической системе как самостоятельную подсистему. Вся экономиче­ская система представляет собой совокупность различных подсистем в тес­нейшей взаимосвязи и взаимозависимости. Схематично экономическую сис­тему можно представить рис. 1.1.

1 – рынок как самостоятельная

 подсистема хозяйствования

2 – государство как подсистема

 хозяйствования

3 – натуральное хозяйство

 как подсистема

Рис. 1.1 Экономическая система как совокупность подсистем

В экономической системе в целом функционируют три самостоятельные подсистемы. В зависимости от того, какая подсистема имеет наибольший удельный вес, характеризуется и экономическая система в целом: если пре­обладает рынок, система – рыночная, так возникает рыночная экономика; если преобладает государство – административно-командная; если преобла­дает натуральное хозяйство, такова и система.

Рассмотренные определения свидетельствуют о различных ступенях в историческом процессе познания рынка как экономического явления и рас­крывают разные грани этого явления. Обобщающая характеристика рынка представлена на рис. 1.2.

Сфера обращения

Форма движения совокупного общественного продукта

Самостоятельная подсистема в экономической системе

Тип хозяйственных связей

Рынок

Форма организации и функционирования экономики

 (рыночная экономика)

Рис. 1.2 Обобщающая характеристика рынка

Иногда под рынком ошибочно понимают условия реализации товаров. Действительно, на рынке складываются условия реализации товаров и услуг, которые относятся не только к аспекту рынка, сколько к аспекту производ­ства, распределения и потребления. Условия рынка характеризуют его со­стояние, а не сущность.

1.2 Условия возникновения рынка

В процессе становления и развития товарно-денежных отношений фор­мируется такой важнейший их элемент, как рынок. Поэтому причины воз­никновение товарно-денежных отношений раскрывают и причины возникно­вения товарного обращения и рынка. Вместе с тем рынок (как отдельный элемент) - это сложное образование, он имеет свою собственную структуру, для его функционирования и развития необходимы специфические условия.

Важнейшими историческими условиями возникновения рынка являются следующие.

Первое условие – общественное разделение труда, возникшее в глубо­кой древности. История знает ряд крупных ступеней общественного разделе­ния труда. Первая из них – отделение скотоводства от земледелия, вторая – выделение ремесла как самостоятельной отрасли, третья – возникновение ку­печества. Затем стали дробиться отрасли, углублялась специализация от­дельных производств. Этот процесс бесконечен, он объективно связан с рос­том производительности труда.

Разделение труда неизбежно требует обмена. Уже древние скотоводы нуждались в продуктах земледелия, а земледельцы соответственно в пище. Обмен все более расширялся. Сначала он шел лишь внутри общины, затем возник межобщинный обмен. Первоначально он имел примитивные формы.

Бартер – одна из простейших форм обмена. Конечно, ему еще далеко до подлинного рынка. Ведь интересы «покупателя» и «продавца» могли не сов­падать. Тогда приходилось совершать не один, а несколько обменов, чтобы за свой продукт получить то, что требовалось. Развитие обмена привело к по­явлению денег, которое расширило стимулы к производству тех или иных товаров специально для продажи. Только тогда и смогло появиться товарное производство в подлинном смысле слова, т.е. производство таких изделий, которые нужны их производителю не для собственного потребления, а в ка­честве носителя стоимости, позволяющего получить взамен десятки других нужных для него предметов. Иными словами, появилось производство на рынок, для удовлетворения потребностей других людей. Это и означает спе­циализацию в производстве тех или иных благ и услуг. Специализация, в свою очередь, определяется принципом сравнительного преимущества, то есть способностью производить продукцию при относительно меньшей аль­тернативной стоимости. Эта категория является одним из центральных поня­тий в экономической теории. Производители обладают разными навыками, умением, по разному обеспечены ограниченными ресурсами. Например, два человека, А и В, производят обувь и платья. Субъект А за месяц может изго­товить 2 пары обуви или сшить 4 платья. Производитель В соответственно 4 пары обуви или 16 платьев. Альтернативная стоимость одной пары обуви субъекта А равна двум платьям; у субъекта В альтернативная стоимость пары обуви равна четырем платьям. Относительно меньшая альтернативная стои­мость (издержки упущенных возможностей) производства обуви – у произ­водителя А. Следовательно, ему следует полностью сосредоточиться (спе­циализироваться) на производстве обуви, другому производителю целесооб­разнее специализироваться на производстве платьев, так как именно это благо имеет относительно меньшую альтернативную стоимость у производи­теля В. Принцип сравнительного преимущества как процессы специализации в рамках отдельного предприятия, так и в международных масштабах.

Второе условие – это экономическая обособленность или автономность производителей, возможность или свобода для каждого экономического субъекта стремиться к обеспечению своих частичных интересов и разделение труда между товаропроизводителями. Товарный обмен обязательно предпо­лагает стремление к эквивалентности. Никто не хочет проиграть, т. е. хочет получить взамен своего товара эквивалентное количество другого. А такое стремление возникает на основе экономической ограниченности, обособлен­ности интересов. Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности. В дальнейшем она начала опираться и на коллективную соб­ственность, но обязательно ограниченную каким-то локальным кругом инте­ресов (кооперативы, товарищества, акционерные общества, государственные предприятия, смешанные предприятия, т.е. с государственным участием, и т.д.). Если в обществе субъекты хозяйственной деятельности не наделены правами собственности, то рынок существовать не может. Д. Хайман писал, что рынки могут существовать только для продуктов, права собственности на которые могут легко устанавливаться, реализовываться и передаваться.

Эти два условия выражают глубинное противоречие рыночной эконо­мики, которое выражается в объективной необходимости, с одной стороны, всеобщей взаимосвязи производителей из-за общественного разделения труда, а с другой – всеобщего обособления производителей. Именно послед­нее определяет наличие системы товарных, рыночных отно­шений.

Третье условие – разрешение проблемы трансакционных издержек - из­держек в сфере обмена, связанных с передачей прав собственности. Они включают расходы, связанные с получением разрешения (лицензии) на вы­бранную субъектом хозяйственную деятельность, с поиском информации, на ведение переговоров, по измерению свойств товаров, определенную дань рэ­кетирам (если речь идет о России) и т.д. Если эти расходы выше предпола­гаемого дохода, то рынок таких товаров не будет создан.

Для эффективного функционирования рынка необходимо и четвертое условие – самостоятельность производителя, свобода предпринимательства, свободный обмен ресурсов. Чем меньше скован производитель, тем больше развит рынок. Свободный обмен позволяет сформироваться свободным це­нам, которые укажут производителям ориентиры наиболее эффективных на­правлений их деятельности.

1.3 Сущность рынка: родовые черты, функции и роль

в общественном произ­водстве

Рынок – это экономическая категория,1и как экономическая категория он тесно связан с обменом, обращением, торговлей, торговыми услугами. Из анализа определений рынка известно, что он стал результатом естественно-исторического развития обмена и условий, породивших товарное хозяйство. Рынок возник 6-7 тыс. лет назад, развивался и продолжает развиваться в на­стоящее время. Он есть результат цивилизации. В чем же единство и разли­чия связанных с рынком категорий?

Обмен можно рассматривать с двух сторон: как процесс движения това­ров и услуг, своего рода общественного обмена веществ; создания опреде­ленных общественных отношений, в которые вступают индивидуумы при этом обмене веществ.

Как экономическая категория обмен выражает вторую сторону, то есть представляет собой экономические связи между людьми как производите­лями и потребителями по поводу движения результатов труда, полученных не для собственного потребления, а для других, для удовлетворения общест­венных потребностей. Именно благодаря обмену разрозненные, хозяйственно обособленные товаропроизводители и потребители вступают в контакты.

Необходимо различать обмен в широком смысле – это обмен деятельно­стью, услугами, опытом, результатами и т.д., и обмен в узком смысле – это обмен только результатами труда или продуктообмен. Последний в условиях товарного хозяйства принимает форму товарного обмена (Т – Т).

Товарное обращение – более развитая форма товарного обмена. Это то­варный обмен, осуществляемый при посредстве денег (Т – Д – Т) на основе взаимной возмездности и эквивалентности, взаимного соглашения участни­ков данного процесса.

Торговля – это деятельность людей по осуществлению товарного обмена и актов купли-продажи. Товарные сделки товаровладельцев – продажа (об­мен товара на деньги); единство обоих этих актов и заключение таких сделок составляют суть торговой деятельности.

Торговые услуги – отношения посреднической деятельности людей, осуществляющих куплю-продажу товаров. То обстоятельство, что операции по купле-продаже товаров (в чистом виде) не создают продукт и потому удовлетворяют общественные потребности в реализации товара не в качестве вещи, а в качестве своей деятельности, дает основание назвать эту деятель­ность услугой. Обособление торговой деятельности от производителя това­ров (которому оказывают услугу по реализации его товара, более быстрому и экономичному возмещению затрат на производство этого товара) и от потре­бителей (им оказывают услуги по удовлетворению их платежеспособного спроса) – другое важное обстоятельство для появления торговых услуг, кото­рые можно разделить на основные и дополнительные.

К основным торговым услугам относятся такие торговые операции, как изучение покупательского спроса, товарных источников торговцами, рек­лама, организация различных выставок, заключение хозяйственных догово­ров, разовых сделок, показ товаров, создание благоприятных условий для реализации товаров: прием, выдача и хранение денег, связанных с реализа­цией товаров, оформление различных документов, учет и контроль за движе­нием товарной массы и многие другие.

К дополнительным товарным услугам относятся услуги, связанные с продолжением процесса производства в сфере обращения (транспортировка, упаковка, хранение и т.д.), существование которого обусловлено полным обособлением производства от сферы обращения.

В сфере обращения имеют место услуги финансовой и кредитной сис­тем, которые удовлетворяют потребности самостоятельного движения стои­мости в денежной форме и в строгом смысле не являются торговыми услу­гами. Такое представление о торговых услугах составлено на основе методо­логии К. Маркса, его анализа сущности торгового капитала, известного еще с древних времен.

Торговый капитал – капитал, функционирующий в сфере обращения, по Марксу, представляет собой обособившуюся часть промышленного (товар­ного) капитала. Практически это означает, что промышленник, вкладываю­щий свой капитал в производство товаров, сам не занимается их реализацией, а передает эту функцию специальным торговым предприятиям. Товарный капитал становится как бы агентом промышленного, осуществляет его торго­вое обслуживание. Экономический смысл такого обособления состоит в том, что торговец экономит промышленнику время и деньги, ибо осуществляет реализацию товаров быстрее (лучше знает условия реализации, спрос поку­пателей и т.д.) и с меньшими затратами. Вступление торгового капитала в процесс реализации товаров служит основанием для участия его в дележе общей массы прибавочной стоимости и получении торговой прибыли. Дви­жение товарного капитала характеризуется формулой Д – Т – Д′, где Д – деньги, Т – товар, а Д′ - деньги с приращением, с торговой прибылью. Торго­вая прибыль как расчетная категория выступает как разница между покупной и продажной ценой, получение которой является определяющим мотивом деятельности торговца.

Первоначальной формой торгового капитала был купеческий капитал, основой возникновения которого послужили отделение ремесла от земледе­лия, а затем города от деревни. С возникновением денег и образо­ванием ме­стных рынков происходит выделение особой группы лиц – купцов, специали­зировавшихся на посреднических операциях в сфере товарного об­мена.

Купеческий капитал служил одним из важных факторов первоначаль­ного накопления капитала. Его роль была сложной и противоречивой. С од­ной стороны, он способствовал накоплению денежного имущества в руках немногих, росту и концентрации производства, ибо в ряде случаев купцы пе­реходили от простого посредничества к организации производства с целью получения прибыли. С другой стороны, наживая колоссальные прибыли за счет неэквивалентного обмена, купцы подвергали основную массу населе­ния, приобретавшего у них товары, чудовищной эксплуатации.

В эпоху свободной конкуренции торговый капитал обособляется от промышленного довольно сильно. В настоящее время все заметнее начинает проявляться противоположная тенденция. Крупные промышленные компа­нии создают часто собственную сбытовую сеть, стараясь держать под кон­тролем реализацию и потребление своих товаров.

Рынок – это конкретная форма проявления товарного обмена и обраще­ния, где функционирует торговый капитал и не только он.

Отсюда рынок как экономическая категория есть совокупность конкрет­ных экономических отношений и связей между покупателями и продавцами, а также торговыми посредниками по поводу движения товаров и денег, от­ражающая экономические интересы субъектов рыночных отношений и обес­печивающая обмен продуктами труда.

Единство всех вышеназванных категорий заключается в том, что они выражают единую сущность – экономические связи между людьми в про­цессе движения товаров, а различие состоит в том, что каждая категория на­ходится в определенной субординации, в определенном приближении или отдалении от сущности (обмен – сущность 1-го порядка; обращение – 2-го; рынок – 3-го порядка).

Суть рыночных отношений сводится к возмещению затрат продавцов (товаропроизводителей и торговцев) и получению ими прибыли, а также удовлетворению платежеспособного спроса покупателей на основе свобод­ного взаимного соглашения, возмездности, эквивалентности и конкурентно­сти. Именно это составляет родовые, сущностные черты рынка. Материаль­ную основу рыночных отношений составляет движение товара и денег. Но так как рынок функционирует в определенной экономической системе и, раз­виваясь, превращается в самостоятельную подсистему, то это не может не обуславливать специфику форм его проявления. Наличие специфических черт у рынка (ассортимент товаров, организация рынка, традиции и т.д.) по­зволяет говорить о московском, российском, японском и дру­гих рынках.

Сущность рынка находит свое выражение в главных его экономических функциях, выражающих основное назначение данной категории и отражаю­щих ее сущность (рис. 1.3).

Интегрирующая

Посредническая

Регулирующая

Функции рынка

Информационная

Реализации интересов

рыночных субъектов

Контролирующая

Экономичности

Ценообразующая

(эквивалентная)

Стимулирующая

Рис. 1.3 Важнейшие функции рынка

Интегрирующая функция состоит в соединении сферы производства (производителей), сферы потребления (потребителей), а также торговцев-по­средников, во включении их в общий процесс активного обмена продуктами труда и услугами. Без рынка производство не может служить потреблению, а потребитель не сможет удовлетворить свои потребности.

Рынок содействует углублению общественного разделения труда и росту интеграционных процессов в экономике. Эта функция актуальна сей­час для России и может служить важным аргументом в пользу заключения между республиками и регионами экономического соглашения по созданию условий для функционирования единого всероссийского рынка.

Регулирующая функция предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассор­тиментной структуре, сбалансированность спроса и предложения по цене, объему и структуре, пропорциональность в производстве и обмене между ре­гионами, сферами национальной экономики.

Рынок дает ответы на вопросы: что производить? для кого производить? как производить?

На рынке действует регулирующая «невидимая рука», о которой писал А. Смит: «Предприниматель имеет в виду свой собственный интерес, пресле­дует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направ­ляется к цели, которая совсем не входит в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, более действенным способом служит интересам об­щества, чем тогда когда сознательно стремится служить им».

Современный рынок регулируется не только «невидимой рукой», но и государством.

Стимулирующая функция состоит в побуждении производителей к соз­данию новой продукции, необходимых товаров с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли, стимулировании научно-технического прогресса и на его основе – интенсификации производства и эффективности функционирования всей экономики. Выполнение рынком стимулирующей функции очень важно для развития экономики. Без давления рынка работ­ники предприятия будут избирать директорами не лучших специалистов, а наиболее популярных и менее требовательных людей, а в результате про­изойдет падение объемов производства и уровня индивидуального матери­ального благосостояния.

Ценообразующая (или эквивалентная) функция – это установление цен­ностных эквивалентов для обмена продуктов. При этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты, выявляет ценность товара посредством определения не только количества затраченного труда, но и его пользы.

Контролирующая функция рынка выполняет роль главного контролера конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере ну­ждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

Посредническая функция обеспечивает встречу экономически обособ­ленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда. Без рынка невозможно определить на сколько взаимовыгодна та или иная экономическая и технологическая связь между участниками общественного производства. Потребитель имеет возможность выбора оптимального про­давца-поставщика, а продавец – наиболее подходящего покупателя.

Информационная функция дает участникам рынка через постоянно ме­няющиеся цены, процентные ставки на кредит объективную информацию о спросе и предложении товаров и услуг на рынке. Современный рынок пре­вращается в «гигантский компьютер», собирающий и обрабатывающий ог­ромные объемы информации и выдающий обобщенные данные о состоянии и условиях реализации товаров и услуг.

Функция экономичности предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров) и соразмерно­сти спроса населения с заработной платой.

Функция реализации интересов рыночных субъектов обеспечивает взаимосвязь этих интересов по принципу, сформулированному А. Смитом: «Дай мне то, что мне нужно, и ты получишь то, что тебе нужно…» Экономи­ческий интерес продавцов состоит в получении большого дохода, а покупа­теля – в удовлетворении потребности с наименьшими затратами. Соединение этих интересов предполагает обмен нужными друг другу полезностями и эк­вивалентность рыночной сделки.

Из сущности рынка и его функций логически вытекает и его роль в про­цессе общественного воспроизводства. Понятия «функция рынка» и «роль рынка» тесно связаны между собой. Функция и роль – это как бы ступени по­знания одного и того же объективного процесса. Функция непосредственно выражает сущность явления и определяет роль категории, которая ей соот­ветствует.

Роль рынка в общественном производстве сводится к следующему:

1. Выдавать сигнал производству с помощью обратных «первичных» связей: что, в каком объеме и какой структуре следует производить.

2. Уравновешивать спрос и предложение, обеспечивать сбалансирован­ность экономики.

3. Дифференцировать доходы товаропроизводителей в соответствии с эффективностью их работы и нацеленностью на покрытие рыночного спроса.

4. «Санитарная» роль рынка сводится к вымыванию неконкурентоспо­собных предприятий и свертыванию устаревших производств.

Такова сущность рынка как политэкономической категории, свойствен­ная в той или иной степени всем этапам развития цивилизации, но одновре­менно это сложное социально-философское понятие. Рынок имел место во всех цивилизациях, но его роль в них значительно различается. Тот факт, что рыночные отношения и сегодня далеки от совершенства, связан, возможно, с тем, что в природе совершенство вообще недостижимо.

1.4 Многокритериальный характер системы и структуры рынка

Структура рынка – это внутреннее строение, расположение, порядок от­дельных элементов рынка, их удельный вес в общем объеме рынка.

Признаками любой структуры являются:

– тесная связь между ее элементами;

– определенная устойчивость этих связей;

– целостность, совокупность данных элементов.

Совокупность всех рынков, расчлененных на отдельные элементы на ос­нове самых разнообразных критериев, образует систему рынков.

Рынок в целом характеризуется весьма богатой и сложной структурой. Описание его структуры зависит от выбранных критериев.

Можно выделить следующие критерии для характеристики структуры и системы рынка.

По объектам структура рынка может быть представлена в виде следую­щей схемы (рис. 1.4).

Потребительский рынок

Рынок факторов производства

Денежный рынок

Структура рынка

Рынок инноваций

Рынок информации

Рынок недвижимости

Рынок ценных бумаг

Рис. 1.4 Структура рынка

с учетом критерия объекта рыночных отношений

По объектам рыночного обмена можно выделить и агрегированные (ук­рупненные) рынки: товарный (средств производства, товаров и услуг, труда или рабочей силы, ноу-хау) и денежный (денежный, ценных бумаг, валют­ный, инвестиций и др.). Можно выделить и частные рынки отдельных товар­ных групп или товаров (мяса, одежды, обуви кожаной, резиновой и т.д.).

Потребительский рынок в нашей стране до недавнего времени состоял из предприятий государственной и кооперативной торговли, общественного питания, колхозных рынков и мелких предприятий частной, семейной и ин­дивидуальной торговли. Он включает рынки товаров и услуг (бытовых, ком­мунальных, транспортных). Эта сфера обеспечивает удовлетворение потреб­ностей различных социальных групп, каждой семьи, каждого человека. Здесь в наибольшей степени проявляются колебания спроса и предложения, ин­фляции, денежного обращения. Данный рынок оказывает непосредственное воздействие на благосостояние нации. В рамках этого рынка выделяется про­довольственный рынок и рынок промышленных товаров.

Рынок жилья до недавнего времени в нашей стране существовал в виде купли-продажи частных домов, дач и других владений подобного рода, а также кооперативных квартир, которые могли быть проданы и куплены. В связи с приватизацией государственного жилого сектора можно ожидать формирования полноценного, а не ограниченного узкой зоной обмена или теневой продажи «по доверенности» рынка жилья, охватывающего все виды жилой площади. Это покончит с вопиющей социальной несправедливостью, когда одни люди (зачастую обеспеченные) получают жилье бесплатно, а дру­гие покупают за полную стоимость. Рынок жилья – это часть рынка недви­жимости.

Рынок труда, или рабочей силы, в принципе существовал всегда. Однако в нашей экономике рабочая сила не была объектом свободной купли-про­дажи в связи с ее плановым распределением, внеэкономическим принужде­нием к труду (борьба с тунеядством) и государственными тарифами оплаты труда, отсутствием свободной системы найма и увольнений. До недавнего времени отрицался товарный характер рабочей силы. Развитие рынка рабо­чей силы предполагает признание за каждым индивидуумом права свободной продажи своей рабочей силы по собственному выбору, желанию и по рыноч­ной цене на основе контракта между работником и нанимателем. Рынок труда представляет собой куплю-продажу услуг всех работающих, включая услуги неквалифицированных и квалифицированных рабочих, управляющих, руководителей фирм. Важнейшим механизмом этого рынка является биржа труда, где формируется спрос и предложение рабочей силы. Другой состав­ной частью рынка факторов производства является рынок реального капи­тала, к нему следует отнести прежде всего товары и услуги производствен­ного назначения или те товары и услуги, которые непосредственно не пред­назначены для удовлетворения потребностей населения, но косвенным обра­зом (через поставляемое оборудование, машины, технологии, сырье, мате­риалы) направленные на решение задач по удовлетворению потребностей общества в необходимых благах. Для данного рынка характерна устойчи­вость производственных связей, крупномасштабность коммерческих опера­ций и долгосрочный характер отношений между партнерами, ибо, как пра­вило, с этим рынком сопряжено решение проблем инвестиций или капиталь­ных вложений. К разновидности данного типа рынка можно отнести продук­цию научного производства, которая определяет совершенствование техно­логий, техники, систем организации и управления хозяйственными и соци­ально-экономическими процессами. Это тот рынок, для которого характерны самый высокоинтеллектуальный и творческий труд, сверхсовременные инве­стиционные товары и материалы, а также с которыми связана высокая сте­пень риска, особенно в области фундаментальных и прикладных исследова­ний. Объектами купли-продажи являются патенты, лицензии, ноу-хау (зна­ния и опыт), инжиниринг, опытные образцы и т.п.

Другим структурным подразделением рынка является рынок земли. Под землей в данном случае понимаются не только земельные участки для сель­скохозяйственного производства, строительства или других нужд, но и недра земли, полезные ископаемые. Поэтому на рынке земли встречаются предста­вители и сельского хозяйства, и строительной индустрии, и промышленно­сти, и государственных структур. Большинство сделок на данном рынке свя­зано не с куплей-продажей земли, а лишь с передачей земли на определен­ный срок в аренду. В данном случае исключительное право собственности остается за собственником, который реализует экономические отношения владение посредством присвоения ренты. Новый хозяин-арендатор получает абсолютное право собственности на срок арендного соглашения, но за это он вынужден ежегодно платить действительному собственнику ренту. Присвое­ние земельной ренты представляет собой экономическую форму реализации собственности ценой земли.

Особое место занимает денежный рынок. Если на обычном товарном рынке деньги выполняют посредническую функцию в обмене товарами и вы­ступают мерилом цены товаров, то на финансовом рынке деньги сами стано­вятся полноправным товаром, цена за их использование согласно законам рынка устанавливается на основе спроса и предложения. Она принимает форму процента, т.е. дохода, получаемого за предоставленные в ссуду деньги. Предложения денег прежде всего формируется за счет сбережений населения, а также накоплений предприятий и организаций. Причем предло­жение денег обусловлено стремлением их владельцев к получению процента. Спрос на деньги возникает у хозяйственных агентов, а также у государства, когда собственных средств оказывается недостаточно для финансирования тех или иных хозяйственных проектов и программ. Поэтому спрос на деньги связан с нехваткой денежных ресурсов у хозяйственных агентов и государ­ства. Вступая в кредитную сделку, обе стороны находят взаимное удовлетво­рение интересов: одни получают столь необходимые им денежный ресурсы, другие получают доход в форме процента за предоставленную ссуду, кото­рую к тому же через определенный срок им должны будут вернуть заем­щики.

Рынок денег и валюты официально в нашей экономике отсутствовал или носил теневой характер. В крайне ограниченной форме валютный рынок ох­ватывал только сферу внешнеэкономических отношений. Нормальное функ­ционирование этого рынка потребовало создания фондовых и валютных бирж, на которых продается и покупается валюта за рубли по мировому, го­сударственному свободному и аукционному курсу.

Рынок ценных бумаг тесно связан с рынком капитала, ибо он представ­ляет реально существующий капитал в титулах собственности – акциях, об­лигациях, векселях. Фактически происходит раздвоение капитала на реаль­ный и фиктивный, каждый из которых, несмотря на взаимную предопреде­ленность, получает самостоятельное движение, обращение. Реальный капи­тал – это фонды предприятий (здания, сооружения, машины и оборудование, сырье и материалы). Фиктивный капитал отражает реальный капитал в цен­ных бумагах; они получают хождение как самостоятельный товар и обла­дают, как и любой другой товар, ценой, которая называется курсом ценных бумаг.

На рынке ценных бумаг существуют две организационные формы тор­говли ценными бумагами: фондовые биржы, где обращаются ценные бумаги прежних выпусков, и внебиржевой оборот, в процессе которого происходит первичное размещение новых эмиссий акций и облигаций, а также прода­ются и покупаются акции и облигации прошлых выпусков не самых крупных корпораций. Движение ценных бумаг вызывает перелив капиталов из одних производств и отраслей в другие на основе более выгодного их вложения и, следовательно, структурные сдвиги в экономике.

Рынок информационных продуктов – это особый рынок, предметом ку­пли-продажи здесь являются книги, газеты, картины, различного вида рек­лама и великое множество других предметов и видов деятельности, несущих людям необходимую информацию. Такой рынок у нас существует. Но если понимать информационный продукт в широком смысле слова, включая в него и интеллектуальный, т.е. научный, культурный, духовный, образова­тельный продукт, то рынок подобной продукции только формируется. Опре­деленное распространение получают в качестве объекта купли-продажи про­граммы для ЭВМ.

Информационный рынок выступает в роли предвестника будущего со­стояния прочих рынков. Информационный рынок объективно связан с обес­печением самых разнообразных и многоплановых сведений о состоянии дел на том или ином рынке, с целью принятия адекватных решений в соответст­вии со складывающейся ситуацией. Поэтому информационный рынок в его прямом функциональном назначении сводится к обеспечению хозяйственных субъектов самой разнообразной информацией краткосрочного и среднесроч­ного характера.

Рынок инноваций, т.е. нововведений, изобретений, рационализаторских предложений, практически также отсутствовал в нашей экономике. Переход к рыночной экономике дает основание рассматривать инновации как товар, который целесообразно продавать по рыночным ценам, что, несомненно, должно привести к ускорению научно-технического прогресса.

Рынок лицензий – это часть рынка инноваций. Объектом купли и про­дажи здесь служат патентные и беспатентные лицензии на передачу изобре­тений, технологического опыта, промышленных секретов и коммерческих знаний, использование товарных знаков и т.д. Это торголя технологией. В современных условиях наибольшее распространение в международной прак­тике получили лицензионные соглашения, предусматривающие комплексный технологический обмен с предоставлением ноу-хау и инжиниринговых услуг по промышленной реализации передаваемой технологии. По субъектам раз­личают рынки:

1. покупателей;
2. продавцов;
3. государственных учреждений;
4. промежуточных продавцов – посредников.

На рынке покупателей предложение должно превышать спрос, тогда по­купатель сравнивает между собой разные сорта товаров, их цены и оказывает предпочтение тому или иному товару. Здесь есть конкуренция производите­лей и торговцев, что характерно для современных развитых национальных и международных рынков.

Рынок продавцов характеризует значительное превышение спроса над предложением. Здесь главную роль играет количество товаров и услуг, каче­ству уделяется минимальное внимание. Ни о предпродажном, ни о послепро­дажном сервисе не упоминается, все продается сразу, как бы «с колес», так как конкуренция между производителями отсутствует, товарный ассорти­мент беден. Торговля работает по принципу: «Бери, что дают!»

Рынок государственных учреждений включает совокупность актов ку­пли-продажи государственных организаций, федерального правительства, штатов, местных органов власти, закупающих или арендующих товары, не­обходимые им для выполнения своих основных функций по отправлению власти.

Рынок промежуточных продавцов выражает совокупность экономиче­ских отношений лиц и организаций, приобретающих товары для перепро­дажи или сдачи их в аренду другим потребителям с выгодой для себя. По общественному разделению труда различают рынки:

1) местный (локальный);

2) региональный;

3) национальный;

3) мировой.

Мировой рынок – это не только совокупность национальных рынков различных государств, экономические связи между которыми определены международной торговлей (в том числе торговля лицензиями, услугами, ме­ждународное перемещение капиталов и т.д.), но и качественно новый уро­вень.

Выделяют следующие виды рынков:

по уровню насыщения:

1) равновесный;

2) дефицитный;

3) избыточный;

по степени зрелости:

1) неразвитый;

2) развитый;

3) формирующийся;

по степени ограниченности конкуренции:

1) свободный;

2) монополистический;

3) олигополистический;

4) смешанный;

по соответствию действующему законодательству:

1) легальный;

2) нелегальный («черный» и «серый»);

по организации рыночного обмена:

1) оптовый;

2) розничный;

3) экспортный;

4) импортный;

с учетом ассортимента товаров:

1) замкнутый рынок, где товары только первого производителя;

2) насыщенный рынок, где множество сходных товаров многих произ­водителей;

3) рынок широкого ассортимента, где есть ряд видов товаров, связанных между собой и направленных на удовлетворение одной или нескольких свя­занных между собой потребностей;

4) смешанный рынок, на котором обращаются разнообразные товары, не связанные между собой.

В экономике зарубежных стран выделяют аукционы, долгосрочные кон­тракты, телефонно-телексный рынок, разовые сделки, биржевую торговлю.

Глава 2 Проблема формирования конкурентных рынков в России

2.1 Конкуренция как необходимый элемент рынка

Конкуренция является необходимым элементом рыночного механизма. Однако характер конкуренции может быть различным, что существенно влияет на способ достижения рыночного равновесия.

Конкуренция в экономике – это соперничество экономи­ческих субъек­тов за лучшую реализацию своих экономических интересов. Соперничаю­щими экономическими субъектами являются продавцы и покупатели товаров (рис. 2.5).

Конкуренция

Покупатели

Субъекты

Продавцы

Товары продавцов

Деньги покупателей

Предмет

Рис. 2.5 Конкуренция в экономике

Лучшая реализация экономических интересов для первых будет озна­чать получение в результате продажи товаров большего денежного дохода, для вто­рых – получение меньшими денежными затратами большего коли­че­ства необходимых товаров и услуг. Конкуренция среди продавцов ведется за деньги покупателей, а среди покупателей – за товары продавцов.

Значение конкуренции:

Во-первых, конкуренция обеспечивает равноправное положение участ­ников экономических отношений – продавцов и покупателей. Равноправие создается и поддерживается свободой выбора: покупатель имеет возмож­ность выбрать определенного контрагента из нескольких или многих продав­цов какой-то необходимой ему продукции, такая же возможность имеется и у продавца – добровольно решить вопрос о географическом месте, времени и условиях предложения своего товара.

Во-вторых, конкуренция создает одно из главных условий, необходимых для эффективного выполнения ценой координирующих функций. Свободное ценообразование – это основной элемент рыночного механизма, а значит, можно утверждать, что конкуренция является условием жизнеспособности всей рыночной системы. Только в условиях конкуренции рынок может эф­фективно выполнять функ­ции распределения ресурсов и конечных товаров.

В-третьих, конкуренция выступает как контрольная система эффек­тив­ности частного предпринимательства. Конкуренция проверяет бизнес на сте­пень его соответствия общественным интересам. Не все предприятия эту проверку выдерживают, в результате конкуренции происходит непрерывная выбраковка неэффективных структур.

В-четвертых, конкуренция создает заинтересованность в совершен­ство­вании экономических ресурсов, их производственных комбинаций, снижении издержек на единицу выпускаемой продукции, научно-техническом обнов­лении производства.

В различных отраслях экономики складывается разное состояние конку­ренции. Между полюсами – чистая конкуренция и чистая монополия – на­хо­дятся такие типы конкуренции, как монополистическая конкуренция и оли­гополия.

Чистую, или свободную, конкуренцию принято еще называть совершен­ной конкуренцией, а три других типа – объединять назва­нием несовершен­ная конкуренция.

Чистая конкуренция представляет собой рыночную ситуа­цию, когда многочисленные, независимо действующие произ­водители продают иден­тичную (стандартизированную) продук­цию, и ни один из них не в состоянии контролировать рыноч­ную цену.

Таким идентичным, или стандартизированным, товаром может быть, например, пшеница, кукуруза, сахар, акции компании. Каждый из продав­цов при этом не в состоянии повлиять на цену товара, складывающу­юся на рынке. Продавец на таком рынке является «ценополучателем».

Монополистическая конкуренция – это такая рыночная си­туация, когда многочисленные продавцы продают схожие това­ры, стремясь придать им ре­альные или мнимые уникальные качества.

Примеры такой конкуренции следующие: «жевательная резинка, очи­щающая зубы», «журнал для деловой женщины», «автомобиль для тропи­ков», «свежий хлеб», «шампунь, укрепляющий корни волос».

Соперничающие субъекты могут использовать здесь как ценовые, так и неценовые методы конкуренции. Возможность применения последних, в от­личие от условий чистой конкуренции, связана с диф­ференциацией продукта: конкуренты предлагают его разновидности, стремясь убедить покупателя в превосходстве своих спецификаций товара. И поэтому здесь являются дос­тижимыми конкурентные преи­мущества в результате совершенствования ка­чества продукта, усло­вий его продажи, дизайна, упаковки, рекламы и т. д.

Существуют рынки, на которых, как правило, действует относительно небольшое количество крупных фирм. Строго определить количество таких субъектов экономисты обычно не берутся, но можно встретить, например, такую количественную характеристику олигополистического рынка, где число конкурентов составляет от трех до пяти. Ее, видимо, можно принять в виде некоторого ориентира. Примерами такой конкурентной ситуации в Ук­раине могут быть рынки бытовых холодильников, стиральных машин, сига­рет, магнитофонов, локальные рынки ряда товаров и услуг в городах.

Олигополия – это господство на рынке нескольких фирм, производящих идентичные или схожие товары.

В условиях олигополии возможна как ценовая, так и неценовая кон­ку­ренция. Но ценовые методы соперничества обычно оказываются менее эф­фективными. Между предприятиями существует тесная взаимоза­висимость. Если один из конкурентов снизил цены, другие вынуждены будут адекватно отвечать, иначе обнаружится слишком большая потеря покупателей и при­были. Сделав ответный ход, они, одновременно, и сведут на нет усилия це­нового лидера.

Чистая, или абсолютная, монополия – это такая рыночная ситуация, при которой имеется только один продавец товара, у которого нет близких заме­нителей.

Абсолютный монополист не выступает в роли «ценополу­чателя», он – «ценоустановитель». Он полностью контролирует пред­ложение товара.

Общественное регулирование деятельности естественных монополий может осуществляться на основе использования различных форм. Обыч­но государство прибегает к ценовому контролю, устанавливая или конкретные значения цен, или их предельные уровни для предприятий-монополистов. Нередко государство для таких субъектов определяет территорию деятельно­сти, контролирует качество продукции. Степень ограничений еще зависит от того, является ли естественный монополист частной или государственной структурой.

Таким образом, конкуренция имеет отрицательные и положительные черты. Негативные последствия конкуренции: вытеснение мелких произво­дителей большим капиталом, разорение одних и обогащение других, усиле­ние социальной несправедливости, значительное возрастание имущественной дифференциации населения, обострение безработицы, инфляции и т.п.

Конкуренция имеет и положительные черты. Она является движущей силой рыночной экономики. В условиях конкуренции побеждает тот, кто создает высококачественную продукцию при наименьших затратах произ­водства на основе научно-технических достижений, передовой организации работы. Конкуренция приносит пользу обществу: стимулирует экономию ма­териальных, трудовых и финансовых ресурсов, принуждает постоянно об­новлять ассортимент, пристально следить за научно-техническими новин­ками и активно внедрять их в производство.

Заключение

Рынок – это система экономических отношений возникающих на основе устойчивого взаимодействия товарного и денежного обращения.

На основании предыдущих двух разделов данной курсовой работы можно сделать следующие краткие выводы.

1. Рынок представляет собой способ координации действий экономиче­ских субъектов, обеспечивающий согласование их экономических интересов на основе ценовой системы и конкуренции. Для рыночной связи свойственны равноправ­ное положение участников, применение принципа экономичес­кой выгоды, полная экономическая ответственность участников за свои действия.

2. Рынок обеспечивает доведение готового товара до потреби­теля, снаб­жение производства ресурсами, установление соответствия произведенного продукта и затрат на него об­щественным потребностям, распределение ре­сурсов и конеч­ных товаров.

3. Главными условиями формирования рыночной связи выступают на­личие на рынке свободных предпринимателей и конкуренция.

4. Рынки можно классифицировать по географическому фактору, объек­там купли-продажи, соотношению спроса и пред­ложения, уровню конкурен­ции.

5. Рынок выдвигает определенные требования к личным качествам и по­ведению экономических субъектов: инициа­тивность, самоответственность, умение распорядиться свобо­дой, готовность к риску и др.

Преимущества рынка:

1) Он обеспечивает эффективное распределение ресурсов, т.е. потребно­сти проявляются на рынке и в соответствие с потребностями производители создают необходимые товары.

2) Рынок формирует у фирмы гибкость, адаптивность к окружающей среде, т.е. фирма должна приспосабливаться к рынку.

3) Рынок стимулирует развитие научно-технического прогресса, так как для получения максимальной величины прибыли необходимо снизить из­держки производства, а основным способом снижения издержек производ­ства является использование новых, более совершенных технологий.

4) Рынок обеспечивает удовлетворение разнообразных потребностей и повышение качества товаров и услуг.

5) Рынок связан со свободой действий предпринимателей, т.е. предпри­ниматель свободен в выборе.

6) Рынок позволяет успешно функционировать даже при наличии не­полного объема информации о рыночных процессах.

Основное экономическое преимущество рыночной системы заключается в ее постоянном стимулировании эффективности производства. Экономика производит то, что требуют потребители, путем применения самой эффек­тивной технологии. Рыночная система функционирует и корректируется ав­томатически в результате индивидуальных, децентрализованных решений, а не централизованных решений правительства.

Необходимо подчеркнуть, что не существует экономической системы без слабостей и недостатков. И централизованно планируемая экономика, и свободная рыночная экономика неизбежно представляют собой несовершен­ные институты, которым одновременно свойственны преимущества и недос­татки.

Негативные аспекты рынка:

1) Рынок не ориентирован на сохранение невоспроизводимых ресурсов.

2) Рынок оказывает негативное воздействие на окружающую среду.

3) Рынок не стимулирует производство товаров и услуг коллективного пользования, т.е. услуги здравоохранения, образование, возмещение эколо­гических проблем.

4) Рынок не гарантирует права на труд, соответственно в любой рыноч­ной экономике имеется определенный процент безработицы.

5) Рынок не ориентирован на развитие нации, рыночная экономика сни­мает национальные особенности.

6) Рынок ориентирован на потребности людей, имеющих деньги.

7) Рынок сопряжен с нестабильностью, то есть с экономическими кризи­сами.

Итак, рынок является одним из наибольших достижений цивилизации, общеэкономическим явлением, характерным для любого способа производства, где действуют законы товарного хозяйства. Рыночные отношения динамичны, они несут в себе не только генетическую память экономических преобразований, осуществленных человечеством, а и особенности исторических, экономических, естественных, социально-политических, национальных, культурных и других условий развития разных стран.

Список использованной литературы

1. А.С. Багданов, А.Н. Голиков и др., учебник «Курс экономической теории», Киров – 1993.

2. Кирцнер И. Конкуренция и предпринимательство / Пер. с англ. Под ред. проф. А.Н. Романова. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2001. – 239 с.

3. Курс экономической теории. Учебное пособие под ред проф. Чепу­рина М.Н., проф. Киселевой Е.А. Изд-во «АСА», Киров, 1995.

4. Лемешевская Л.В. Экономическая теория: тесты, ситуации, задачи: Учеб. пособие / Л.В. Лемешевская – Мн.: Книжный Дом; Мисанта, 2005. – 336 с.

5. НП «Редакция журнала "Вопросы экономики"», Институт экономики РАН. Главный редактор А.И. Абалкин, - М.: № 4, 2007. – 160 с.

6. Райзберга Б.А. Курс Экономики. – М: Оракул, 1997. – 34 с.

7. Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профес­сиональном бизнесе М.: Маркет ДС, 2006. – 458 с.

8. Хайман Д. Современная микроэкономика: анализ и применение. М., 1992, Т. 1. 354 с.

9. Шишкин А.Ф. Экономическая теория: Учебное пособие для вузов. 2-е изд.: В 2 кн. Кн. 1. – М.: Гуманит. Изд. Центр ВЛАДОС, 1996. – 656 с.: ил.

10. Экономика: Учебник / Под ред. А. С. Булатова. – М.: Издательство БЕК, 1997.

11. Экономическая теория. Микроэкономика – 1,2: Учебник / Под общ. ред. заслуженного деятеля науки РФ, проф., д-ра экон. Наук Г.П. Журавле­вой. – 2-е изд., испр. и доп. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006. – 934 с.

12. Яковец Ю. Революция в экономике. М.: Экономика, 1990. 122 с.