

РЫНОЧНЫЙ МЕХАНИЗМ

Лекция к.м.н. Немченко И.А.

Учебные вопросы:

1. Понятие рынка и его функции.
2. Субъекты и объекты рынка.
3. Классификация рынков.
4. Рынки факторов производства: рынки труда, капитала, земли.
5. Рынок ценных бумаг. Модели обмена (торга). Простой, американский, голландский, двойной аукционный торги.
6. Рынки взаимосвязанных товаров и услуг.
7. Рыночное ценообразование и рыночное равновесие. Механизм взаимодействия спроса и предложения.

РЫНОК - есть тип хозяйственных связей между субъектами хозяйствования, это общественная форма функционирования экономики.

РЫНОК - это форма движения общественного продукта и услуг.

Условия, способствовавшие возникновению рынка:

- 1-е условие – общественное разделение труда, которое возникло в глубокой древности. Первая стадия общественного разделения труда – отделение скотоводства от земледелия, вторая – выделение ремесла, третья – возникновение купечества. Затем стали дробиться отрасли, углублялась специализация отдельных производств. Разделение труда с неизбежностью требует обмена.
- 2-е условие – экономическая обособленность производителей. Эта обособленность исторически возникает на базе частной собственности. Товарный обмен предполагает стремление к эквивалентности.
- 3-е условие – самостоятельность производителя, свобода предпринимательства.

В развитом индустриальном обществе рынок представляет собой социальный механизм, осуществляющий постоянную связь между производителями и потребителями экономических благ.

Функции рынка:

1. Информационная.

Через меняющиеся цены, ставки рынок дает участникам производства информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве товаров и услуг.

2. Посредническая.

Рынок позволяет продавцу и покупателю найти друг друга.

3. Ценообразующая.

Рынок признает лишь общественно необходимые затраты, только их оплатит покупатель.

4. Регулирующая.

Рынок дает ответ на вопросы: что производить? Для кого? Как производить? Рынок немыслим без конкуренции (внутриотраслевой и межотраслевой).

Рынок выдает сигналы производству по выработке определенных товаров и услуг, их увеличению или сокращению и таким образом уравнивает спрос и предложение.

5. Санирующая.

С помощью конкуренции рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, нежизнеспособных хозяйств, объективно формирует корпус умелых предпринимателей, дисциплинирует субъектов рыночных отношений. Дифференциация товаропроизводителей ведет к утверждению нового, прогрессивного в жизни общества.

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) уравнивать спрос и предложение, обеспечивать сбалансированность экономики;
- 3) дифференцировать 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.

Субъекты рынка:

- Субъектами рынка являются **продавцы и покупатели**.
- В качестве продавцов и покупателей выступают **домохозяйства** (в составе одного или нескольких лиц), **фирмы** (предприятия), **государство**. Большинство субъектов рынка действуют одновременно и как покупатели, и как продавцы.
- К **домашним хозяйствам** принято относить тех, кто осуществляет операции, связанные с ведением домашнего хозяйства, т.е. преимущественно с потреблением. Домашние хозяйства, предоставляя бизнесу факторы производства (рабочую силу, землю, капитал и др.), которыми они располагают, стремятся получить большие доходы. Полученные доходы используются ими на приобретение необходимых товаров, а также для создания сбережений. Как потребители домашние хозяйства независимы, т.е. они вправе принимать решение самостоятельно, но эта независимость ограничивается размерами доходов.
- **Предприятия** – юридические лица, представляющие собой сеть контрактов, по которым передаются права, обязанности и меры ответственности определенного круга лиц. Они осуществляют производственную деятельность, а также инвестирование производства и занимаются различными видами предпринимательской и коммерческой деятельности с целью извлечения прибыли.
- Основные функции **государства** состоят в обеспечении общественных потребностей и безопасности членов общества. Оно ведет хозяйственную деятельность, активно вмешивается в экономику, используя различные формы и методы.

Объекты рынка:

- Объектами рынка являются **товары и деньги**.
- **В качестве товаров** выступает не только произведенная продукция, но и факторы производства (земля, труд, капитал), услуги.
- **В качестве денег** — все финансовые средства, важнейшими из которых являются сами деньги.

Классификация рынков

1. По организационному признаку (степени ограничения конкуренции):

- Рынок совершенной (свободной) конкуренции характеризуется наличием многих продавцов, однородностью продукции. Продавец продукции не имеет возможности влиять на уровень цен.

- Рынок монополистической конкуренции характеризуется наличием многих продавцов. Товар имеет определенные свойства, которые отличают его от других. Продавец способен влиять на цену своей продукции (в определенной мере).

- Олигополистический рынок характеризуется наличием немногих продавцов. Они предлагают однородную или дифференцированную продукцию. Цены устанавливаются по типу лидерства, т.е. большинство фирм стремится установить такую же цену, как и наиболее крупные фирмы на этом рынке.

- Монополистический рынок характеризуется наличием одного продавца. Он устанавливает максимально высокую цену, но в пределах платежеспособного спроса.

Классификация рынков

2. По пространственному признаку:

- Местный рынок
- Региональный рынок
- Национальный рынок
- Рынок покупателей
- Рынок продавцов
- Рынок государственных учреждений
- Рынок промежуточных продавцов – посредников

3. По функциональному признаку (по экономическому назначению объектов рыночных отношений):

- Рынок товаров и услуг
- Рынок труда
- Финансовый рынок
- Информационный рынок
- Рынок недвижимости
- Валютный рынок

Классификация рынков

По характеру продаж:

- Оптовый;
- Розничный;
- Фьючерсный;

По степени регулируемости:

- Регулируемый;
- Не регулируемый;

По уровню насыщения:

- Равновесный - когда спрос равен предложению;
- Избыточный - предложение превышает спрос;
- Дефицитный - спрос превышает предложение.

По соответствию законодательным нормам:

- Легальный;
- «Черный».

По товарным группам:

- Рынок товаров производственного назначения;
- Рынок потребительских товаров (например, продовольствия);
- Рынок сырья и материалов.

Классификация рынков

По степени зрелости:

- Неразвитый рынок;
- Развитый рынок;
- Формирующийся рынок.

По характеру ассортимента товаров:

- Замкнутый рынок, на котором представлены товары только первого производителя;
- Насыщенный рынок, на котором представлено множество сходных товаров многих производителей;
- Рынок широкого ассортимента, на котором есть ряд видов товара, связанных между собой и направленных на удовлетворение одной или нескольких связанных между собой потребностей;
- Смешанный рынок, на котором имеются разнообразные товары, не связанные между собой.

По отраслевому признаку:

- Рынок автомобилей;
- Рынок нефти;
- Рынок компьютерной техники.

Виды рынков:

- **Рынок факторов производства**, в состав которых входят рынки природных ресурсов, труда, капитала, земли.
- **Потребительский рынок** (продовольствия, одежды, мебели и т.д.).
- **Финансовый рынок.**
Он разделяется на:
 - а) денежный рынок (рынок краткосрочных кредитных операций, краткосрочных ценных бумаг, валютный, учетный, межбанковский рынки);
 - б) рынок капиталов (рынки средне- и долгосрочных ценных бумаг и банковских кредитов).
- **Рынок услуг.**
По своей сути, рынок услуг является разновидностью товарного рынка и вместе с этим, имеет ряд специфических черт.
Сюда входят многообразные виды сервиса: коммунальное и бытовое обслуживание, финансовые и страховые операции, коммерческие, медицинские, социальные, культурные, духовные и иные услуги.

- Определение Ф. Котлера:
«**Услуга** – любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем – либо. Производство услуг может быть, а может и не быть связано с товаром в его материальном виде». «Под услугами понимают огромное разнообразие видов деятельности и коммерческих занятий».

В структуре рынка услуг занимает особое место рынок медицинских услуг.

- **Рынок медицинских услуг** - это совокупность медицинских технологий, изделий медицинской техники, методов организации медицинской деятельности, фармакологических средств, врачебного воздействия и профилактики.
- Медицинские услуги как блага удовлетворяют человеческую потребность в медицинской помощи, в охране и укреплении здоровья.
- **Задача медицинской деятельности – не создавать какое-либо благо, которое может быть присвоено, а изменить неблагоприятное состояние человека до такого состояния, которое можно считать благом.**

Черты медицинской услуги:

- **Неосвязаемость медицинских услуг.**
- **Индивидуальный характер.**
- **Неразрывность процессов предоставления и потребления.**
- **Сложность структуры медицинской услуги.**
- **Неоднородность качества.**
- **Недостаточная объективность оценки результативности медицинской услуги.**
- **Высокая социальная направленность**

Виды рынков:

- **Рынок информационных материалов и информационных услуг**
Основной способ избежать ошибочного решения - получить больше информации прежде, чем начать действовать. На рынках, где информации недостаточно, появляются посредники, которые собирают и продают информацию, создаются фирмы, специализирующиеся на сборе информации о спросе и предложении.
- **Рынок технологий.**
Мировые рынки технологий служат своеобразным полигоном, на котором проходят решающие испытания и осуществляется отбор нововведений, разрабатываемых в научно-исследовательских и производственно-технических подразделениях различных стран.
- **Рынок духовных благ.**
Область купли-продажи продуктов интеллектуальной деятельности ученых, писателей, художников и др..

В экономике все элементы рынка взаимосвязаны между собой и не могут существовать изолировано друг от друга. Так образуется единая рыночная система.

- **Рынки факторов производства** — это рынки труда, капитала, земли, полезных ископаемых, информации, знаний, интеллектуальных способностей, предпринимательского таланта.
- **Все факторы производства**, используемые в хозяйственной деятельности, можно разделить на две группы:
 - 1) материальные, к которым относятся капитал и земля;
 - 2) социальные, в составе которых выделяют труд и предпринимательский талант.

- **Рынок труда** - специфический рынок, имеющий ряд отличий от товарных рынков. Здесь регуляторами являются не только экономические, но и социальные и социально-психологические факторы, отнюдь не всегда имеющие отношение к цене рабочей силы — заработной плате. Предложение рабочей силы определяется в первую очередь демографическими факторами: уровнем рождаемости, темпами роста численности трудоспособного населения, его половозрастной структурой.
- Помимо демографического фактора динамика рынка труда зависит от **степени экономической активности различных групп трудоспособного населения**, оцениваемая отношением численности занятых и безработных к общей численности трудоспособного населения в данной группе.

Рынок капитала

Рынок капитала представляет собой совокупность материальных и денежных ресурсов, обращающихся на рынке и используемых в качестве факторов производства.

Капитал - это материальные и денежные ресурсы, используемые в производстве товаров и услуг. При этом главной его чертой является способность приносить доход. Капитал функционирует и в виде определенной суммы денег — денежный капитал, и как совокупность средств производства или капитальных активов - средств производства (производственный капитал), и как накопленный объем профессиональных знаний, производственного опыта (человеческий капитал).

- Наиболее часто выделяют следующие **формы капитала**:
 - **промышленный**, действующий в материальной сфере производства;
 - **торговый**, используемый в сфере реализации товаров и услуг;
 - **инвестиционный**, который применяется в сфере долгосрочных капитальных вложений;
 - **ссудный**, выступающий в виде накопленной суммы денег.

Значительную часть капитала составляют **капитальные активы**:

- основной капитал: здания, сооружения, машины, оборудование, транспортные средства, электронно-вычислительная техника, которые используются в течение длительного времени.

- оборотный капитал: запасы сырья, материалов, товаров, денежных средств на предприятии и в расчетах с поставщиками материалов и товаров и покупателями.

Рынок земли

- С экономической точки зрения **земля как фактор производства** — это те производительные блага, которые не являются результатом человеческого труда и даны самой природой. К ним относятся земельные площади, лесные массивы, водные ресурсы, полезные ископаемые в недрах земли, воздушный бассейн, животный и растительный мир.
- Важнейшей характеристикой земли является ее ограниченность и невозобновляемость (за исключением живой природы). Земля — это не только фактор производства, но и жизненное пространство, в котором осуществляется деятельность людей.
- Будучи объектом хозяйствования, земля в условиях рыночной экономики включается в сферу товарного оборота, она продается и покупается. По поводу ее использования складываются земельные или аграрные отношения. Они характеризуются прежде всего **землевлданием**, основу которого составляет собственность на землю, и **землепользованием**, которое определяет субъектов хозяйственной деятельности на данной земле. Землевлдление и землепользование, как правило, не совпадают. Несовпадение землевлдления и землепользования является одним из условий возникновения **земельной ренты**. Другим условием ее возникновения следует назвать ограниченность земли как фактора производства. А в этой связи предложение земли на рынках факторов производства неэластично.
- Как и любой фактор, земля в соединении с другими факторами производства приносит доход. Этот доход принято называть **рентой**. В свою очередь, отношения, связанные с ценообразованием и распределением доходов от использования земли как фактора производства, называются **рентными**.

Рынок ценных бумаг

- Возникновение и обращение капитала, представленного в ценных бумагах, тесно связано с функционированием рынка, на котором происходит купля-продажа материальных ресурсов. С появлением ценных бумаг (фондовых активов) происходит как бы раздвоение капитала. С одной стороны, существует **реальный капитал**, представленный производственными фондами, с другой - его отражение в **ценных бумагах**.
- **Ценной бумагой** является документ, удостоверяющий с соблюдением установленной формы и обязательных реквизиторов имущественные права, осуществление или передача которых возможны только при его предъявлении. С передачей ценной бумаги переходят все удостоверяемые ею права в совокупности.
- С экономической точки зрения ценная бумага — представитель капитала.

Фундаментальные свойства ценных бумаг:

- **обращаемость** как способность продаваться и покупаться на рынке, а также выступать в качестве самостоятельного платежного инструмента;
- **доступность для гражданского оборота** как способность быть предметом гражданских сделок;
- **стандартность** как наличие стандартного представления, реквизитов, что делает ее товаром, способным обращаться;
- **документальность** — ценная бумага есть документ;
- **регулируемость и признание государством**, что обеспечивает снижение рисков по ценной бумаге и повышение доверия инвесторов;
- **рыночность** - неразрывно связаны с соответствующим рынком, являются его отражением;
- **раскрытие информации** - должен быть обеспечен равный доступ к информации о ценных бумагах различных эмитентов;
- **ликвидность**;
- **риск**;
- **доходность**.

Классы ценных бумаг:

- **ОСНОВНЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ;**
- **ПРОИЗВОДНЫЕ ЦЕННЫЕ БУМАГИ.**

Основные ценные бумаги - это ценные бумаги, в основе которых лежат имущественные права на какой-либо актив, обычно на товар, деньги, капитал, имущество, различного рода ресурсы и др.

Основные ценные бумаги, в свою очередь, можно разбить на две подгруппы:

- первичные ценные бумаги.
- вторичные ценные бумаги
- Первичные ценные бумаги основаны на активах, в число которых не входят сами ценные бумаги (обеспеченные активами). Это, например, акции, облигации, векселя, закладные и др.
- Вторичные ценные бумаги — это ценные бумаги, выпускаемые на основе первичных ценных бумаг; это ценные бумаги на сами ценные бумаги: warrants на ценные бумаги, депозитарные расписки и др.

Производная ценная бумага - это бездокументарная форма выражения имущественного права (обязательства), возникающего в связи с изменением цены лежащего в основе данной ценной бумаги биржевого актива.

Основные виды ценных бумаг

(с точки зрения их экономической сущности)

- **АКЦИЯ** - единичный вклад в уставный капитал акционерного общества с вытекающими из этого правами;
- **ОБЛИГАЦИЯ** - единичное долговое обязательство на возврат вложенной денежной суммы через установленный срок с уплатой или без уплаты определенного дохода;
- **БАНКОВСКИЙ СЕРТИФИКАТ** - свободно обращающееся свидетельство о депозитном (сберегательном) вкладе в банк с обязательством последнего выплаты этого вклада и процентов по нему через установленный срок;
- **ВЕКСЕЛЬ** - письменное денежное обязательство должника о возврате долга, форма и обращение которого регулируются специальным законодательством - вексельным правом;
- **ЧЕК** - письменное поручение чекодателя банку уплатить чекополучателю указанную в нем сумму денег;

Основные виды ценных бумаг

(с точки зрения их экономической сущности)

- **КОНОСАМЕНТ** - документ (контракт) стандартной (международной) формы на перевозку груза, удостоверяющий его погрузку, перевозку и право на получение;
- **ВАРРАНТ** –
 - а) документ, выдаваемый складом и подтверждающий право собственности на товар, находящийся на складе;
 - б) документ, дающий его владельцу преимущественное право на покупку акций или облигаций какой-то компании в течение определенного срока времени по установленной цене;
- **ОПЦИОН** - договор, в соответствии с которым одна из сторон имеет право, но не обязательство, в течение определенного срока продать (купить) у другой стороны соответствующий актив по цене, установленной при заключении договора, с уплатой за это право определенной суммы денег, называемой премией;
- **ФЬЮЧЕРСНЫЙ КОНТРАКТ** - стандартный биржевой договор купли-продажи биржевого актива через определенный срок в будущем по цене, установленной в момент заключения сделки.

- По видам применяемых моделей обмена (торга) рынок ценных бумаг классифицируется на стихийный и аукционный.
- На стихийном рынке правила заключения сделок, требования к ценным бумагам - товарам, к участникам и т.д. не установлены, торговля осуществляется произвольно, в частном контакте продавца и покупателя.
- **Аукцион** - такая публичная продажа ценных бумаг, при которой торги проходят по заранее установленным аукционным правилам.
- **Аукционные рынки характеризуются:**
 - а) публичными гласными торгами,
 - б) открытым соревнованием покупателей и продавцов в назначении ценовых и других условий сделок по ценным бумагам,
 - в) наличием механизма сопоставления заявок и предложений о продаже и установления таких заявок и предложений, которые взаимно удовлетворяют друг другу и могут служить
- основанием для заключения сделок

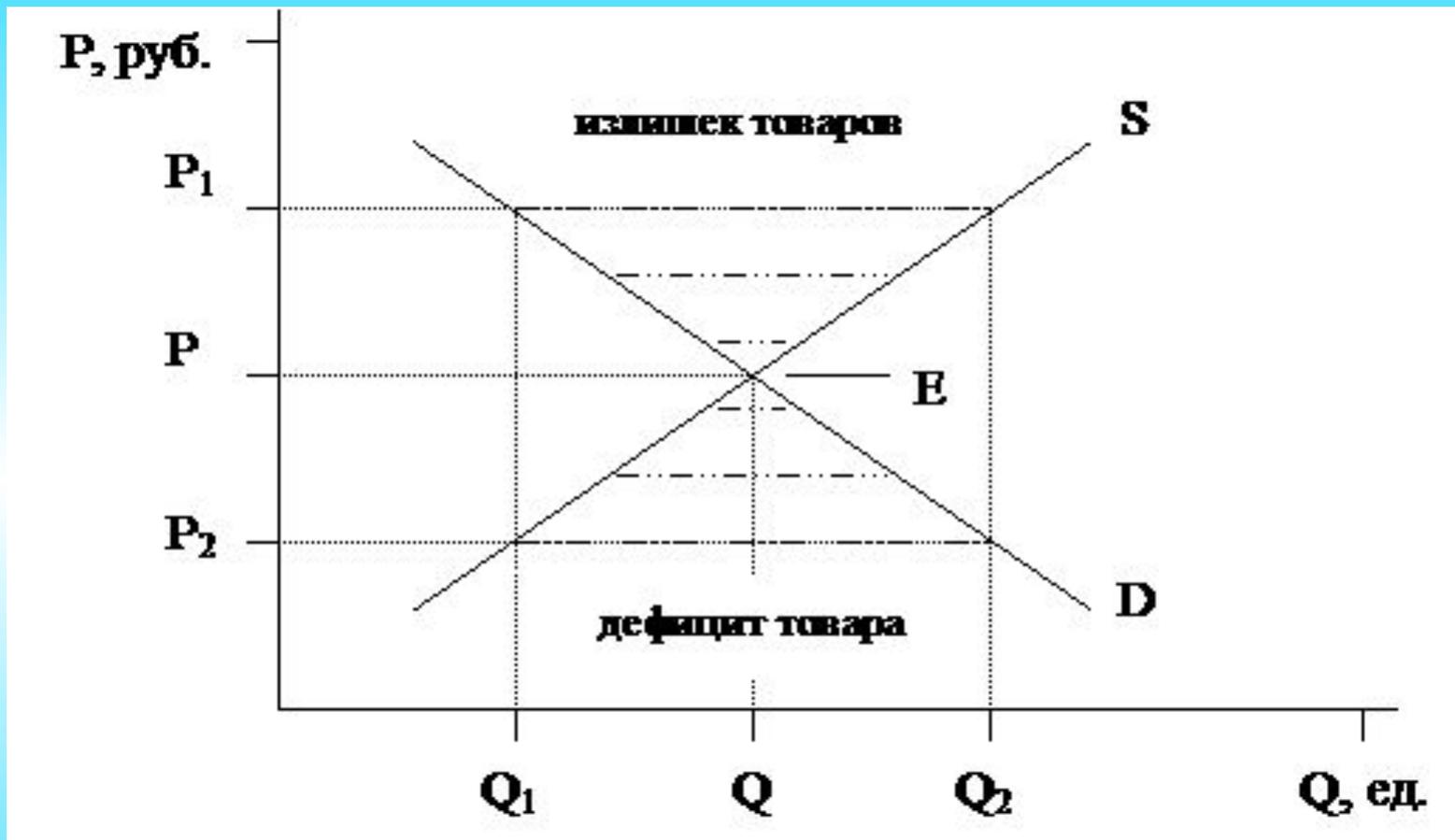
Аукционные рынки

- Простой аукционный рынок.
- Американский (дискриминационный) аукцион.
- Голландский аукцион.
- Двойные аукционные рынки:
 - онкольные рынки;
 - непрерывные аукционные рынки.

Рыночная цена

- устанавливается под воздействием спроса и предложения. Рыночную цену называют еще ценой равновесия, поскольку она находится на том уровне, когда продавец еще согласен продавать (по более низкой цене продажа будет убыточна), а покупатель уже согласен купить (по более высокой цене покупка будет убыточна).
- **Равновесная цена** – это такая цена, при которой объем спроса равен объему предложения, и этот объем соответственно является равновесным объемом. **Ситуация на рынке, когда объем спроса равен объему предложения называется рыночным равновесием.** При данной равновесной цене желание и готовность покупателей приобрести товар, а так же желание и готовность продавцов его продать совпадают.

Равновесие на рынке



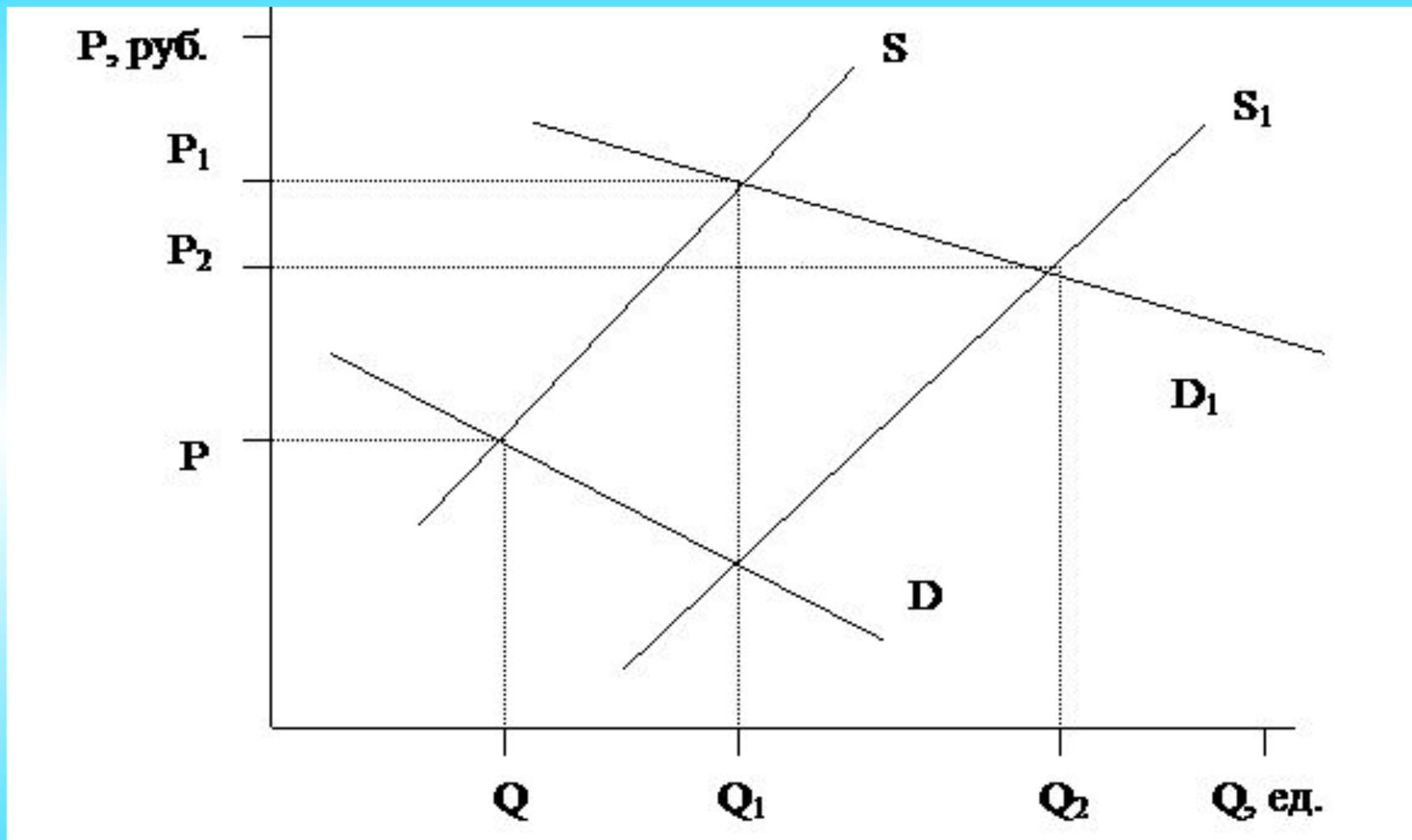
Условные обозначения:

- P – равновесная цена;
- Q – равновесный объем продаж;
- E – точка равновесия.

Закон рыночного ценообразования

1. Цена на рынке стремится к такому уровню, при котором спрос равен предложению.
2. Если под воздействием неценовых факторов произойдет изменение в спросе или предложении, то установится новая равновесная цена, соответствующая новому состоянию спроса и предложения.

Спрос, предложение, цена



- Повышение спроса на графике отразится как сдвиг кривой спроса вправо (из положения D в положение D_1).

Равновесие

может быть устойчивым и неустойчивым, локальным и глобальным.

- Устойчивое равновесие, в свою очередь, бывает **абсолютным и относительным**. Абсолютное равновесие имеет место в случае установления единой равновесной цены, относительное – при небольших отклонениях от нее.
- Если равновесие достигается лишь в определенных пределах колебания цены, то говорят о **локальной устойчивости**. Но при этом устойчивость достигается лишь в определенном интервале. Если же равновесие устанавливается при любых отклонениях цен от равновесной цены, то устойчивость носит глобальный характер.
- **Установление равновесия** может происходить в результате циклических колебаний. Если колебания носят затухающий характер, равновесие устанавливается по истечении времени. Если колебания носят равномерный или взрывной характер, то цена равновесия не формируется.

ВЫВОДЫ:

1. В рыночной экономике существует механизм, обеспечивающий согласование интересов продавцов и покупателей на рынках:

- фирмы могут расширять и сужать производство в зависимости от изменения спроса, иными словами, они свободны в выборе объема и структуры выпуска;
- цены гибкие, изменяются под воздействием спроса и предложения;
- наличие конкуренции, без которой рыночный механизм спроса и предложения действовать не будет.

2. Если на рынке произойдет какое-то событие, которое нарушит сложившееся равновесие (например, изменение вкусов потребителей и соответствующее изменение спроса), то:

- фирмы-производители обязательно среагируют на изменение рыночных условий (например, увеличение спроса приведет к росту цены данной продукции, поскольку спрос покажет производителям, куда следует направить свои усилия);
- начнется процесс приспособления производителей и потребителей к новым условиям, в результате сформируются новая рыночная цена и новый объем производства, соответствующие изменившимся условиям.

БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!