

ТЕМА 5. РЫНОК И МЕХАНИЗМ ЕГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Рынок – место, где продают и покупают товары (услуги).

Это самое простое, но одновременно и самое поверхностное понятие рынка.

В настоящее время существует множество определений рынка.

По мере развития общественного производства понятие «рынок» становилось все более емким и воспринималось, по существу, синонимом сферы обращения.

В словаре В. Даля **рынок** трактуется как **сфера товарного обращения.**

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Рынок – это обмен, организованный по законам товарного производства и обращения.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Рынок, в отличие от бытового значения этого слова (место, где встречаются продавцы и покупатели определенного товара), в науке определяется как **совокупность условий, благодаря которым покупатели и продавцы товара (услуг) вступают в контакт друг с другом с целью покупки или продажи этого товара (услуги).**

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Есть и определение рынка как действительного пространства, на котором:

- взаимодействуют предложение и спрос на те или иные блага (товары и услуги)
- существуют способы их взаимодействия.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Многие ученые-экономисты рассматривают **рынок** как **конкурентный механизм**:

- управляющий движением спроса и предложения
- отражающий их взаимодействие через систему цен.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

В широком значении **РЫНОК**—это такая организация общественного производства, при которой производители товаров ориентируются на спрос покупателей, сами решают:

- 1) когда, в каком количестве и какие товары производить;
- 2) как эти товары производить (из каких ресурсов и с помощью каких технологий);
- 3) для какого потребителя производить.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

**Для нормального функционирования рынка
необходимы следующие основные условия:**

- 1) свобода предпринимательской деятельности;
- 2) конкуренция;
- 3) наличие различных форм собственности;
- 4) свободное ценообразование;
- 5) наличие необходимых структурных элементов рынка, таких как спрос, предложение, цена;
- 6) развитие инфраструктуры рынка;
- 7) стабильные финансовая и кредитно-денежная системы.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Наиболее полно сущность рынка раскрыта в модели *свободного рынка*.

Мировой экономической наукой сформулированы признаки, определяющие сущность феномена свободного рынка.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Первый признак.

Неограниченное число участников конкуренции,
абсолютно свободный доступ на рынок и такой же
выход из него.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Это означает, что каждый человек имеет право заниматься предпринимательством или прекратить подобную деятельность.

Сделать это можно по-разному:

- открыть свое дело,
- принять непосредственно участие в труде,
- нанять работников,
- купить акции,
- приобрести государственные облигации,
- положить деньги в банк,
- инвестировать их в недвижимость (землю, дом).

Свободному рынку присущи любые формы собственности.

Всякий человек имеет право купить нужные ему товары и услуги.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Второй признак.

*Абсолютная мобильность материальных,
трудовых, финансовых и прочих ресурсов.*

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Участник конкуренции вкладывает свои деньги, допустим, в акции не просто так, а ради увеличения дохода.

Рассчитывать на это он может только в том случае, если в результате перемещения его капитала производство расширяется, а объем продажи возрастает.

Это происходит, когда привлекаются дополнительные ресурсы, применяются более эффективные их комбинации, осваиваются передовые технологии.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Третий признак.

Полная информированность каждого участника конкуренции о предложении и спросе, ценах, нормах прибыли и т.п.

Без этого человек не в состоянии сделать правильный, наилучший для себя выбор между, скажем, покупкой дома и приобретением акций (какой максимальный доход могут принести акции).

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Четвертый признак.

Абсолютная однородность одноименных продуктов, что выражается в отсутствии торговых марок и других индивидуальных характеристик качества товара.

Наличие же торговой марки ставит продавца в привилегированное, монопольное положение, а это уже не свободный рынок.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Пятый признак.

Ни один участник свободной конкуренции не в состоянии оказывать влияние на решения, принимаемые другими участниками.

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

Современный рынок отличается сложной структурой.

Для лучшего понимания сущности рыночных отношений ученые-экономисты предлагают следующую классификацию рынков

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

- По географическому признаку
 - Внешний
 - Внутренний
- По уровню насыщения
 - Равновесный
 - Избыточный
 - Дефицитный
- По характеру конкуренции
 - Оптовый
 - Розничный
- По экономической значимости
- По типу конкуренции
- По степени регуляции

Рынок
ресурсов

Рынок
совершенно
й
конкуренции

Регулируем
ый

Рынок
конечных
товаров

Рынок
несовершен
ной
конкуренци
и

Нерегулиру
емый

1. ЭКОНОМИЧЕСКАЯ СУЩНОСТЬ РЫНКА. КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

В системе рыночного регулирования главную роль контролирующего механизма играет конкуренция, заставляющая производителей удовлетворять общественные потребности наилучшим образом. Механизм рыночной конкуренции принуждает производителей к эффективной деятельности, использованию прогрессивных технологий, совершенствованию качественных характеристик и обновлению ассортимента товаров.

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Мировой и национальный опыт показывает, что рынок влияет на все стороны жизни общества.

Сущность рынка находит свое выражение в его экономических функциях.

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

- ценообразующая
- информационная
- регулирующая
- посредническая
- санирующая

Функции рынка

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Посредническая функция. Рынок соединяется в единую систему экономически обособленных товаропроизводителей и потребителей.

Экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обменяться результатами своей деятельности.

Без рынка невозможно определить, насколько взаимовыгодна та или иная технологическая и экономическая взаимосвязь между конкретными участниками общественного производства.

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Современное производство основано на разделении труда, поэтому абсолютное большинство продуктов создается не для собственного а для «чужого» потребителя.

Именно рынок служит мостом, через который продукт поступает от производителя к потребителю по схеме: «производство – рынок – потребитель».

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Регулирующая функция. Самая важная функция связана с воздействием рынка на все сферы экономики, прежде всего на производство.

Рынок дает ответ на вопросы: что, как и для кого производить.

Рынок немыслим без конкуренции.

Важную роль в рыночном конкуритровании имеет соотношение спроса и предложения, существенно влияющее на цены. Растет цена — это сигнал к расширению производства, падает цена — сигнал к сокращению.

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Неблагоприятное соотношение товара на рынке, отражающее несоответствие его общественным потребностям, вынуждает производителя переориентировать ресурсы на создание другого товара, потребность в котором не удовлетворена. Поэтому рынок способствует перераспределению ресурсов производства, стремясь приблизить ассортимент товаров к структуре общественных потребностей.

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Ценообразующая функция. В результате взаимодействия производителей и потребителей, спроса и предложения на товары и услуги на рынке формируется цена, отражающая полезность товара и издержки на его производство.

В экономике существуют **затратный** и **рыночный** механизмы ценообразования.

Суть **затратного** подхода состоит в том, что величина цены товара становится в зависимость от издержек производства и обращения.

Рынок признает только общественно необходимые затраты труда на производство данной продукции, только их согласен оплатить покупатель.

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Информационная функция. Через постоянно меняющиеся цены, процентные ставки на кредит рынок дает участникам производства объективную информацию о количестве, ассортименте и качестве товаров и услуг, которые поставляются на рынок.

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Санитрующая функция. Рыночный механизм — неблагоприятная система, жесткая, подчас даже жестокая, которой присущи социальное расслоение, беспощадность по отношению к экономически слабым производителям.

С помощью конкуренции рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, хозяйственно нежизнеспособных единиц и, напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и эффективным предприятиям (фирмам).

2. ФУНКЦИИ РЫНКА

Рынок есть взаимодействие спроса и предложения посредством цены.

Экономическая теория именно так и представляет рынок, строя модели рыночной зависимости между спросом, предложением и ценой, а также изучая влияния на них отдельных факторов.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

Инфраструктура рынка – комплекс отраслей, подотраслей и сфер деятельности, главная задача которых – обеспечить бесперебойное функционирование рыночного механизма и непрерывность воспроизводственного процесса при реализации товаров и услуг на основе цен, достигаемых на рынке равновесием платежного спроса и предложения.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

Развитая инфраструктура рынка создает предпосылки для ускорения оборачиваемости средств в экономике, процесса реализации вновь созданной стоимости.

Инфраструктура обладает способностью быстро реагировать на сигналы, идущие от спроса к предложению.

Это позволяет рынку оперативно справляться с возникающими диспропорциями и дефицитами в экономике, а значит, поддерживать в ней необходимое равновесие.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

Основные элементы инфраструктуры рынка.

1. Рынок.

В настоящее время сложилось огромное число различных видов рынка.

Главное место среди них принадлежит рынкам капиталов, ресурсов, труда и валюты.

Кроме того, различают

- государственный,
- монопольный и
- свободный рынки.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

Факторы, влияющие на развитие рынка.

Рыночные процессы испытывают воздействие множества факторов.

В краткосрочном периоде приоритет принадлежит таким факторам, как:

- 1) изменение уровня цен;
- 2) маневрирование товарными запасами;
- 3) регулирование денежных доходов потребителей.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

Факторы, влияющие на развитие рынка.

Рыночные процессы испытывают воздействие множества факторов.

В краткосрочном периоде приоритет принадлежит таким факторам, как:

- 1) изменение уровня цен;
- 2) маневрирование товарными запасами;
- 3) регулирование денежных доходов потребителей.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

В долгосрочном периоде все перечисленные выше факторы сами зависят от:

- 1) динамики производительности общественного труда и эффективности общественного производства;
- 2) уровня пропорциональности экономики в целом;
- 3) изменения в структуре личного потребления.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

2. Торговля.

Инфраструктура рынка включает также торговлю как специфическую отрасль народного хозяйства со всеми ее разнообразными формами (среди них оптовая и розничная торговля, торговые предприятия, аукцион, ярмарки, коммерческие посреднические центры, товарные биржи).

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

3. Рыночные институты – коммерческие банки, фондовые биржи, страховые компании, аудиторские конторы, биржи труда, юридические конторы, информационные центры, рекламные бюро.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

Рыночные институты включают в себя биржи, банки, посреднические структуры, маркетинговые, консалтинговые, аудиторские и правовые организации, страховые компании, средства деловой коммуникации, транспорт, систему подготовки кадров, информационные системы и др.

Условно рыночную инфраструктуру можно подразделить по видам объединений (баз) субъектов инфраструктуры, главная задача которых — обеспечение функционирования рынка.

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

Среди таких объединений выделяют:

1) *организационные объединения рыночной инфраструктуры* (биржи, оптовые, брокерские, дилерские и другие посреднические организации, коммерческие структуры крупных промышленных объединений, комбинатов, концернов, предприятия мелкооптовой и розничной торговли);

2) *материальную базу рыночной инфраструктуры* (складское и тарное хозяйство, транспортные системы);

3) *информационные базы рыночной инфраструктуры* (информационные и справочные системы по продукции производственно-технического назначения и товарам народного потребления, производителям и потребителям продукции и услуг, ценам, курсам валют, банковским процентам, котировочным ценным бумагам);

3. СУЩНОСТЬ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА. РЫНОЧНЫЕ ИНСТИТУТЫ

4) кредитно-расчетную базу рыночной инфраструктуры (банковские и страховые учреждения, кредитно-сберегательные структуры, обеспечивающие бесперебойность расчетов при реализации товаров и услуг, создание необходимых товарных запасов и финансовых резервов, а также финансирование инвестиций);

5) кадровую базу рыночной инфраструктуры (специалисты различной квалификации и специальности, необходимые для предприятий и организаций рыночной инфраструктуры);

6) организации, осуществляющие подготовку и переподготовку кадров соответствующих специальностей;

7) органы трудоустройства;

8) нормативно-правовую базу рыночной инфраструктуры (нормы и правила регламентации отношений субъектов рыночного хозяйства в процессе реализации товаров и услуг, гарантирующие на рынке правопорядок и учет интересов общества).

4. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

Не являясь идеальным, рыночный механизм, тем не менее, обладает рядом преимуществ, присущих только ему:

- Эффективное распределение ресурсов, смягчающее проблему ограниченности ресурсов.
- Возможность успешного функционирования при наличии весьма ограниченной информации (иногда достаточными считаются сведения об уровне цены и издержках).
- Гибкость, высокая адаптивность к меняющимся условиям, быстрая корректировка неравновесия.
- Оптимальное использование достижений НТР (стремясь получить максимальную прибыль, предприниматели идут на риск, разрабатывая новые товары, вводя в производство новейшие технологии).
- Регулирование и координация деятельности людей без принуждения, то есть свобода выбора и действий экономических субъектов.
- Способность к удовлетворению разнообразных потребностей людей, повышению качества товаров и услуг.

4. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

Недостатки рыночного механизма

- Не способствует сохранению невозпроизводимых ресурсов.
- Не имеет экономического механизма защиты окружающей среды (необходимы законодательные акты).
- Не создает стимулов для производства товаров и услуг коллективного пользования (образование, здравоохранение, оборона).
- Не обеспечивает социальную защиту населения, не гарантирует право на труд и доход, не перераспределяет доход в пользу необеспеченных.
- не обеспечивает фундаментальные исследования в науке.
- Не обеспечивает стабильного экономического развития (циклические подъемы, безработица и т.д.)

Все это предопределяет необходимость государственного вмешательства, которое дополняло бы рыночный механизм, но не вело его к деформации.

4. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

К провалам рынка относятся:

Естественные монополии – одна фирма удовлетворяет весь спрос на продукцию, так как, чем больше она производит, тем ниже ее средние издержки.

К естественным монополиям относят железные дороги, энергетическую систему страны, метрополитен и т.д.

Усиление конкуренции, т.е. появление других фирм-производителей, снижает эффективность использования ограниченных ресурсов, так как новым фирмам в ходе конкурентной борьбы пришлось бы прокладывать параллельные коммуникации;

4. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

Информационная асимметрия - проявляется в том, что один экономический агент обладает большей информацией о каком-либо предмете или явлении, чем его партнер.

В этом случае он оказывается в более выигрышном положении и может извлечь из него сверхприбыль.

Информационная асимметрия особенно сильно проявляется в таких отраслях, как образование и здравоохранение, так как человек не в состоянии оценить заранее квалификацию учителя или врача.

При свободном рынке (без вмешательства государства) такая ситуация привела бы к ухудшению качества образования и медицинских услуг, и, следовательно, снизила бы благосостояние общества;

4. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

Внешние эффекты – ситуация, когда действия какого-либо экономического агента сказываются на третьих лицах, не имеющих отношения к данному экономическому агенту.

Примером негативного внешнего эффекта может послужить загрязнение окружающей среды производственным предприятием, громкая музыка у соседей и т.п.

В то же время бывают и позитивные внешние эффекты, например, расположение пасеки рядом с плодовым садом (пчелы опыляют цветы, увеличивая урожайность и количество меда).

Поскольку при свободном рынке производитель не интересуется создаваемыми им внешними эффектами, и в большинстве случаев они наносят вред, государство должно взять на себя контроль за ними;

4. ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ РЫНОЧНОГО МЕХАНИЗМА

Общественные блага – блага, которыми пользуются все члены общества без исключения, а их объем и качество не зависят от количества потребителей.

К таким благам относятся национальная оборона, свод законов, правопорядок, система здравоохранения и т.д.

Рынок не в состоянии производить такие блага, поскольку он не может обеспечить оплату этих благ (так как никого невозможно исключить из пользования этим благом).

Государство, собирая налоги, в состоянии обеспечить финансирование общественных благ.

5. ВХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ РЫНКА

Предприятия, потенциально готовые выйти на рынок товаров и услуг, должны четко представлять себе, что их появление на рынке неизбежно приведет к перераспределению рынка (или его сегмента), обострению конкуренции и снижению цен.

Реальность проникновения новых предприятий на рынок зависит от уровня входных барьеров, препятствующих такому проникновению.

Характер барьеров может быть разным.

Они могут быть обусловлены:

- высоким уровнем капиталоемкости, вследствие чего предприятие экономит на масштабах производства (автомобильная промышленность),

- тарифными скидками (воздушные перевозки),
- территориальным размещением магазинов (розничная торговля),

- «естественной монополией», (газо и водоснабжение, энергетика).

5. ВХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ РЫНКА

К входным барьерам относятся

- контроль над ограниченными видами экономических ресурсов,
- лучшими каналами сбыта,
- криминогенное влияние на рынок, в том числе и раздел сфер влияния между криминальными структурами.

Входные барьеры воздвигаются и при:

- получении авторских прав,
- выдаче государством патентов и лицензий.

Отсутствие патента лишает изобретателя всяких привилегий.

Так проявляется правовая природа данного барьера: есть патент — есть право, нет патента — нет и прав.

5. ВХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ РЫНКА

У барьеров, связанных с научно-техническими достижениями, есть не только правовая, но и экономическая составляющая.

Их собственник обладает уникальными знаниями, которые недоступны конкурентам вне зависимости от правовых норм, а просто потому, что только изобретателю известны все детали новшества. Эти специальные знания («ноу-хау») оберегают монополию изобретателя на новшество.

Породить монополию могут и определенные меры политики правительства.

Так, введение импортных пошлин ограничивает конкуренцию со стороны иностранных фирм и стимулирует монополизацию внутреннего рынка.

5. ВХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ РЫНКА

У барьеров, связанных с научно-техническими достижениями, есть не только правовая, но и экономическая составляющая.

Их собственник обладает уникальными знаниями, которые недоступны конкурентам вне зависимости от правовых норм, а просто потому, что только изобретателю известны все детали новшества. Эти специальные знания («ноу-хау») оберегают монополию изобретателя на новшество.

Породить монополию могут и определенные меры политики правительства.

Так, введение импортных пошлин ограничивает конкуренцию со стороны иностранных фирм и стимулирует монополизацию внутреннего рынка.

5. ВХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ РЫНКА

Конкуренция принимает явно выраженный агрессивный характер, когда с появлением новых видов товаров формируются новые сегменты рынка, проникновение на которые может принести высокую прибыль.

В этих условиях более крупные предприятия, стремясь увеличить свою долю на рынке, действуют наступательно, скупая более мелкие предприятия, внедряя на них новые технологии и расширяя выпуск продукции под своей торговой маркой.

Входные барьеры удерживают новых конкурентов от попыток утвердиться на рынке. Смысл их состоит в том, чтобы сделать затраты, связанные с проникновением на рынок, настолько высокими, чтобы под угрозу была поставлена сама окупаемость инвестированных капиталов.

Таким образом, входные барьеры существуют для того, чтобы увеличить предпринимательский риск для потенциальных конкурентов.

6. ВЫХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ РЫНКА

Конкурентная борьба носит наиболее ожесточенный характер в депрессивных отраслях с высокими выходными барьерами, т.е. когда затраты на уход с рынка

- консервацию производства,
- выплату компенсации увольняемому персоналу и т.

д.

превышают расходы, связанные с продолжением конкурентной борьбы.

Выходные барьеры также обуславливают сохранение монополий, так как принуждают хозяйственные единицы продолжать функционировать в отраслях, где низкая рентабельность или отсутствуют доходы на капитал (судостроение, сталелитейная промышленность).

6. ВЫХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ РЫНКА

Примерами выходных барьеров могут служить:

- необходимость списания крупных инвестиций;
- нежелание утратить свой имидж;
- честолюбие менеджера;
- вмешательство правительства;
- профсоюзная оппозиция;
- протесты поставщиков и клиентов.

6. ВЫХОДНЫЕ БАРЬЕРЫ РЫНКА

Таким образом, выходные барьеры могут иметь:

- социально-политический,
- экономический и
- эмоциональный характер.

Последний касается ситуации, когда предприятия, преуспевающие в новых отраслях, упорно держатся за свое прежнее дело, несмотря на потери.

Такие случаи редки, но они обычно создают серьезные трудности для предприятий, образующихся в соответствующих отраслях.