

# 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.