Введение

Учение об экономике началось еще в рабовладельческом обществе. Древнегреческий философ Аристотель (III век до н.э.) ввел понятие науки «экономия», в которой рассматривалась организация хозяйства в поместье рабовладельца.

Экономическая теория как наука (система знаний о существовании экономики) возникла в 17–18 вв. Ее основной задачей было выяснить как создать богатство в государстве. Первоначально возникла школа экономистов- меркантилистов. Представители этой школы считали, что основное богатство общества – деньги, золото. Поэтому главный упор они делали на развитие торговли и накопление золота. Ярким представителем этой школы является Антуан д`Монкретьен.

В след за этой школой появилось учение физиократов («физио»-природа; «крат»-власть). Эта школа признавала в качестве источника богатства производство, но ограничивала его одной отраслью – сельским хозяйством. Ярким представителем этой школы является Франсуа Кенэ.

Наиболее обоснованные ответы на все вопросы дала классическая школа английских экономистов Уильяма Петти и Адама Смита, Давида Риккардо. Они установили, что богатство государства возникает во всех отраслях материального производства. Источниками богатства являются природные ресурсы и труд людей. Согласно их теории природа – «Мать богатства» снабжает людей средствами жизни и производства – уголь, нефть и т.д. «Отцом богатства» является труд людей. Экономический и социальный прогресс в обществе зависит от количества и качества продуктов, создаваемых трудом.

Опираясь на теоретические основы различных экономических школ, можно сформулировать определение современного производства - это две взаимосвязанные сферы:

* Материальное производство, которое создает благо, продукты в отраслях промышленности и сельского хозяйства, строительства и т.д. и оказывает материальные услуги (транспорт, торговля...);
* Нематериальное производство, в котором создаются духовные, нравственные ценности (здравоохранение, культура, образование, спорт и т.д.).

В настоящее время понятие экономики рассматривается в нескольких аспектах:

1. Совокупность производственных отношений, экономический базис общества;
2. Экономика – способ взаимодействия отраслей народного хозяйства;
3. Экономика – совокупность хозяйственных отраслей, обеспечивающая общество жизненно необходимыми благами и услугами. Экономика как народное хозяйство (национальная экономика) состоит из отдельных отраслей, комплексов отраслей, экономических районов и инфраструктуры;
4. Экономика – наука о хозяйственных связях и отношениях.

Рынок: понятие, цели, основные функции

Ресурсы, которыми обладает общество, всегда ограничены. Поэтому каждое государство должно выбирать, как использовать эти ресурсы, на производство каких товаров и услуг их направить. Каждое общество решает для себя три проблемы экономической организации:

1. Что производить?
2. Для кого производить?
3. Как и сколько производить?

Эти вопросы решаются путем организации экономической системы. Принято различать 4 основных типа экономических систем:

* Плановая (административно-командная, централизованная);
* Смешанная;
* Традиционная (натуральное хозяйство);
* Рыночная.

Рыночная экономика – такая экономическая система, в которой решение относительно того что, как и для кого производить является результатом взаимодействия продавцов и покупателей на рынке.

Рынок ассоциируется с рыночной экономикой в целом, становится сокращением термина «рыночная экономика». Однако рыночная экономика предполагает высокий уровень развития рынка и ей характерны такие основные черты, как свобода предпринимательства, свободное ценообразование (исключается государственное вмешательство в процесс установления цен на многие виды товаров, цены дают обширную оперативную информацию о спросе и предложении товаров, об издержках производства, о положении на рынках отдельных регионов, страны и мирового сообщества); конкуренция (регулирует цены и количество производимых товаров). В конечном итоге любой субъект, преследуя свои собственные интересы, более действенным образом служит интересам общества.

Рынок – понятие многомерное. В узком понимании его можно рассматривать как любое место торговли (обмена) товарами и услугами. В более широком смысле рынок – совокупность процессов торговли, актов купли-продажи, вне зависимости от того, где они происходят.

Рынок – это совокупность экономических отношений по поводу купли-продажи товаров и услуг по ценам, устанавливающимся на основе спроса и предложения в результате конкуренции.

Объектами рынка являются товары и деньги. В условиях развитых рыночных отношений в качестве товаров выступает не только производимая продукция (товары и услуги), но и факторы производства (земля, труд, капитал). В качестве денег при этом обычно рассматриваются все финансовые активы, важнейшими из которых являются сами деньги.

Субъектами рынка являются продавцы и покупатели. В качестве продавцов и покупателей выступают домохозяйства, фирмы (предприятия, бизнес), государство (правительство):

* Государство. Оно действует через систему государственных учреждений и бюджетных организаций, которые выполняют функции государственного регулирования экономики. Государство в лице правительства осуществляет закупки товаров (рабочую силу, товары народного потребления, государственного пользования, вооружение, научные исследования, разработки, проекты, духовные и культурные ценности и т.д.). В качестве продавца государство продает услуги, землю, природные ресурсы, жилье, другие товары, находящиеся в государственной собственности, например, продукцию государственных предприятий. Обычно объем государственных продаж на рынке существенно ниже объема государственных закупок, ибо основную долю денежных поступлений государство получает не за счет продаж на рынке, а посредством взимания налогов;
* Предприятие, фирмы функционируют ради получения дохода (прибыли) и являются основными поставщиками на рынок разнообразных услуг и товаров. Они могут продавать принадлежащее им имущественные ценности и материальные запасы, в том числе земельные участки, здания, сырье, оборудования. Приобретают предприятия в основном рабочую силу у домашних хозяйств, необходимую им продукцию других предприятий, природные ресурсы у их владельцев, деньги в виде кредитов и ценные бумаги;
* Домашнее хозяйство – единица, состоящая из 1 и более человек, функционируя в потребительском секторе. Домашние хозяйства продают на рынке свой труд и способны продавать принадлежащие им товары в виде земли, капитала, имущества, отдельных видов товаров и услуг потребительского назначения. Предметом покупок выступают потребительские товары и услуги, финансовые активы, недвижимость.

Все участники рыночной деятельности заинтересованы друг в друге, благополучие одного участника рынка зависит от благополучия других. Даже один и тот же субъект рынка может быть и в составе домашнего хозяйства, и государственного учреждения, и участником бизнеса. Например, работая по найму государственным служащим, он является представителем правительственной организации; владея ценными бумагами какой-либо корпорации, он представляет бизнес; расходуя свой доход на цели личного потребления.

Все участники рыночных отношений являются реальными собственниками и имеют свои экономические интересы, которые могут совпадать или противоречить интересам других субъектов. Домашние хозяйства стараются максимально удовлетворить свои желания и потребности; фирмы – получить максимальную прибыль, государство – достигнуть максимального благосостояния общества. Каждый из них занимает определенное место в системе общественного разделения труда и, чтобы реализовать свои экономические интересы, должен предложить то, что необходимо другим субъектам – носителям рыночных отношений.

В разных странах рынок проявляется по-разному. Это связано с тем, что в разных странах не одинаковый удельный вес рыночных отношений, существуют свои подходы к методам регулирования, национальные традиции. Поэтому часто говорят о рынке, определяя его национальную принадлежность: российский рынок, американский рынок.

Цели, которые преследует рынок.

1. Получение максимальной прибыли при минимальных затратах;
2. Удовлетворение потребностей покупателей;
3. Достижение оптимального уровня цен;
4. Экономическая свобода субъектов.

Рынок выполняет следующие функции:

* Регулирующая функция – наиболее важная. В рыночном регулировании большое значение имеет соотношение спроса и предложения, влияющее на цены. Реализация данной функции позволяет находить ответы на вопросы что, как и для кого производить. Растет цена – это сигнал к расширению производства, падает – к сокращению. Рынок подсказывает производителям, что им производить, от производства каких товаров и услуг отказаться или уменьшить объем их выпуска. Не менее ценную информацию дает рынок и потребителям. На ее основе они постоянно делают выбор, каким именно способом им лучше всего удовлетворять свои многочисленные потребности. В итоге капитал из менее выгодных отраслей с пониженными ценами переливаются в более прибыльные отрасли с повышенными ценами. Через механизм закона стоимости, спроса и предложения рынок способствует установлению основных микро- и макропропорций в экономике, обеспечивает динамичную пропорциональность в товарообороте между различными регионами и национальными хозяйствами;
* Ценообразующая функция: реализуется при столкновении спроса и предложения, а также благодаря действию сил конкуренции. В результате свободной игры этих рыночных сил складываются цены на товары и услуги, устанавливается подвижная связь между стоимостью и ценой, чутко реагирующая на изменения в производстве, в потребностях, в конъюнктуре;
* Стимулирующая функция: посредством цен рынок стимулирует освоение достижений научно-технического прогресса, снижение затрат, повышение качества, расширение ассортимента товаров и услуг. Так как каждый субъект рыночных отношений непосредственно на себе ощущает результаты принимаемых решений, он заинтересован в наиболее рациональном использовании имеющихся у него ресурсов;
* Распределительная функция: получаемые субъектами рынка доходы представляют собой в основном выплаты за факторы производства, которыми они обладают. Величина дохода зависит от количества и качества фактора производства и от цены, которая устанавливается на рынке на этот фактор;
* Информационная функция. Рынок представляет собой богатый источник информации, знаний, сведений, необходимых хозяйствующим субъектам. Он дает, в частности, объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые поставляются на рынок. Наличие информации позволяет каждой фирме постоянно сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка;
* Посредническая функция. Экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обменяться результатами своей деятельности. В нормальной рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика продукции. В то же время продавцу предоставляется возможность выбирать наиболее подходящего покупателя;
* Санирующая функция. Рынок очищает общественное производство от экономически слабых, нежизнеспособных хозяйственных единиц, и вместе с тем поощряет развитие наиболее эффективных, предприимчивых, перспективных структур. Предприятия, которые не учитывают запросы потребителей, терпят убытки и становятся банкротами, а общественно полезные и эффективно работающие предприятия успешно развиваются.

В экономической литературе иногда выделяются и некоторые другие функции рынка: активизация экономических интересов, повышение восприимчивости экономики к научно-техническому прогрессу, сведение производительных сил в единую систему, стимулирование эффективности экономической деятельности, сведение потребностей с производством, создание условий для эффективности кооперации труда.

Реализация отмеченных функций позволяет говорить о важной роли рынка в современной экономике. В конечном счете, как можно заключить из указанных выше функций, роль рынка сводится, прежде всего, к нахождению оптимального решения проблем что, как и для кого производить; обеспечению равновесия спроса и предложения и сбалансированного развития экономики; дифференциации товаропроизводителей с точки зрения эффективности их деятельности.

Большую часть своей истории человечество прожило при натуральном хозяйстве. Переход от натурального хозяйства к товарному связан с формированием нескольких предпосылок:

* Автономность товаропроизводителей (самостоятельность производства, свобода конкурентного поведения, свобода характера и форм хозяйствования в интересах конкретного производителя);
* Распределение труда между производителями: связано с развитием и углублением общественного разделения труда, в том числе специализации и кооперации производства.

На определенном этапе стало ясно, что при возрастающих потребностях сообщество людей не может обеспечить себя всем необходимым, поэтому различные группы стали специализироваться на выпуске определенных видов товаров и обменивать их на все остальное необходимое для жизни.

Наличие этих предпосылок в обществе и делает рыночную, товарную форму связей преобладающей. Рынок, с присущей ему конкуренцией, создает прочную основу товарного хозяйства (производства).

Условия функционирования рынка

Для успешного функционирования рынка и выполнения его функций необходимо соблюдение ряда условий:

* свобода экономической, хозяйственной, предпринимательской деятельности;
* свободные рыночные цены, которые устанавливаются на основе взаимодействия спроса и предложения;
* конкуренция, которая является основой рынка;
* гибкое государственное регулирование рынка, не подавляющее и не разрушающее рынок;
* устойчивые денежная и финансовая системы;
* стабильная политическая обстановка.

В качестве условий для нормального функционирования рынка некоторые экономисты также выделяют:

* многообразие форм собственности;
* товаропроизводитель должен быть хозяином средств производства и свободно распоряжаться результатами своего труда;
* свобода производственной и коммерческой деятельности всех участников общественного производства;
* четко налаженная система денежно-кредитных и финансовых отношений;
* поддержание здоровой конкуренции;
* развитая инфраструктура.

Функционирование рыночной экономики осуществляется на основе определенных принципов. В их числе можно выделить:

* Экономическая свобода деятельности субъектов экономики;
* Всеобщность рыночных отношений;
* Равноправие рыночных субъектов;
* Свободное ценообразование;
* Саморегулирование хозяйственной деятельности;
* Договорный характер отношений;
* Экономическая ответственность субъектов;
* Самофинансирование;
* Конкуренция;
* Государственное регулирование экономики.

Классификация рынков

Рынок имеет свою структуру.

Структура рынка – это внутреннее строение, расположение, порядок отдельных элементов рынка.

Можно назвать следующие признаки структуры рынка:

* тесные связи между ее элементами;
* определенная устойчивость этих связей;
* целостность, совокупность данных элементов.

Не смотря на отсутствие общепринятой классификации рынков, их можно разделить на группы по определенным признакам:

1. Организационный признак (степень 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.

1. Пространственный признак:

* Местный рынок;
* Региональный рынок;
* Национальный рынок;
* Рынок покупателей;
* Рынок продавцов;
* Рынок государственных учреждений;
* Рынок промежуточных продавцов – посредников и др.

1. Функциональный признак (экономическому назначению объектов рыночных отношений):

* Рынок товаров и услуг;
* Рынок труда;
* Финансовый рынок;
* Информационный рынок;
* Рынок недвижимости;
* Валютный рынок.

Помимо этого рынок делится:

По характеру продаж:

* Оптовый;
* Розничный;
* Фьючерсный.

По степени регулируемости:

* Регулируемый;
* Не регулируемый.

По уровню насыщения:

* Равновесный;
* Избыточный;
* Дефицитный.

По соответствию законодательным нормам:

* Легальный;
* «Черный».

По товарным группам:

* Рынок товаров производственного назначения;
* Рынок потребительских товаров (например, продовольствия);
* Рынок сырья и материалов и т.д.

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 и т.д.

Выделяют также следующие виды рынков:

* Рынки товаров и услуг, куда включают рынки потребительского назначения, услуг, жилья и зданий непроизводственного назначения;
* Рынки факторов производства, в состав которых входят рынки недвижимости, орудий труда, сырья и материалов, энергетических ресурсов, полезных ископаемых;
* Финансовые рынки, т.е. рынки капиталов (инвестиционные рынки), кредитные, ценных бумаг, валютно-денежные рынки;
* Рынки интеллектуального продукта, где в качестве объектов купли-продажи выступают инновации, изобретения, информационные услуги, произведения литературы и искусства;
* Рынки рабочей силы, представляющие собой экономическая форма движения (миграции) трудовых ресурсов (рабочей силы).

В реальной практике основные виды рынков подразделяют на различные субрынки, или рыночные сегменты.

Сегментация рынка – это разделение потребителей данного товара на отдельные группы, предъявляющие к товару неодинаковые требования. Сегментация рынка может быть проведена разными путями с использованием различных факторов:

1. С учетом географических факторов можно выделить группы потребителей по регионам, административному делению, плотности населения, климатическим условиям.
2. С учетом демографических факторов можно сгруппировать потребителей по возрасту, полу, размеру семьи, уровню доходов, профессиональному составу, уровню образования, религиозной принадлежности, национальному составу.
3. С учетом поведения различных групп потребителей можно выделить следующие сегменты рынка:
   * приобретение товаров носит случайный характер;
   * поиск выгод при покупке товаров;
   * статус постоянного клиента;
   * эмоциональное (положительное, негативное, безразличное) отношение к товару.
4. Потребителей также можно разделить на группы:

* по социальному составу (с различной степенью достатка);
* стилю жизни (элитарный, молодежный, спортивный и т.д.);
* личным качествам (амбициозные, авторитарные, импульсивные).

Типы и виды рынков не изолированы, а неразрывно связаны и существуют как единая рыночная система, все элементы которой находятся в определенных соотношениях друг с другом. Роль этих соотношений, пропорций исключительно велика.

Заключение

В заключение хотелось бы сказать, что рыночная система наиболее эффективна и гибка для решения экономических проблем. Она формировалась не одно столетие, приобрела цивилизованные формы и, скорее всего, будет определять экономический облик будущего во всех странах мира.

Список литературы

1. Гребнев Л.С., Нуреев Р.М. Экономика. Курс основ: Учебник. – М.: Вита-Пресс, 2000 г.
2. Книги по экономике и бизнесу: Аннотированный справочник, изданный на русском языке; М. «Солсистем»; Финансы и статистика. 1996 г.
3. Курс экономики; Учебник. Под редакцией Б.А. Райзеберга – 3-е издание, дополненное и доработанное – М.; «Инфра-М», 2000 г.