**МЕХАНИЗМ РАБОТЫ РЫНКА**

Любая домашняя хозяйка под рынком понимает городской базар. Вероятно, многие согласятся и с тем, что рынком является любой магазин, лавка или супермаркет. Однако рынок следует понимать еще шире: для зубного врача рынок – это люди, у которых болят зубы; для оптового торговца – товарная биржа и т. д. Рыночная система предполагает, что могут продаваться земельные участки, дома и другая недвижимость, различные ценные бумаги (акции, облигации, долговые обязательства), доллары и другая валюта. Поэтому рынком является фондовая биржа, т. е. финансовое учреждение, где совершаются сделки по купле-продаже ценных бумаг; валютная биржа или пункт по обмену валюты. Сделки могут совершаться непосредственно между продавцом и покупателем, при посредстве брокерской фирмы, при помощи компьютеров. Но в любом случае должен быть установлен прямой или опосредованный контакт между продавцом и покупателем.

РЫНОК – это форма контактов между продавцами и покупателями товаров и услуг, недвижимости, ценных бумаг и валюты. На основе этих контактов совершаются сделки купли-продажи предметов торговли.

Рынок как экономическое явление претерпел несколько стадий своего развития, прежде чем предстал перед нами в своем современном виде. Но, несмотря на сложности эволюции, он сохранил свое родовое значение как экономические отношения между продавцами и покупателями по поводу товарного обмена.

Зарождение и развитие рыночной системы было обусловлено следующими причинами:

1. Развитие разделения труда. Разделение труда предполагает такой метод производства, когда группа людей или отдельный производитель выполняет строго определенный вид работ, специализируется на изготовлении определенного вида продукции или ее части.

Разделение труда создало возможность и необходимость обмена, вылившегося позднее, при появлении денег, в куплю-продажу. Обмен стал возможным, поскольку в результате специализации у производителя появились значительные излишки продукции. Разделение труда ведет к росту производительности труда, что, в свою очередь, делает возможным не только полностью удовлетворить потребности производителя в данном продукте, который он производит, но и создавать его в количестве большем, чем требуется самому производителю.

Например, гончару для собственного потребления не нужно было столько посуды, сколько он мог изготовить, лишнюю можно было продать или обменять на другие товары.

2. Естественная ограниченность производственных возможностей человека. Даже самый способный человек может произвести лишь небольшое количество благ. Ограничены в обществе не только производственные возможности человека, но и все другие факторы производства (земля, техника, сырье). Их общее количество имеет пределы, а применение в какой-либо одной сфере исключает возможности такого же производственного использования в другой. В экономической теории это явление получило название закона ограниченных ресурсов. Ограниченность ресурсов преодолевается посредством обмена одного продукта на другой через рынок.

3. Возможность (свобода) для каждого экономического субъекта обеспечивать свои интересы. Рынок предполагает свободу конкурентного поведения, свободу хозяйствования, защиту интересов конкретного товаропроизводителя. Внерыночное регулирование хозяйства неизбежно в любой системе, однако чем меньше скован товаропроизводитель, тем больше простора для развития рыночных отношений.

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. Все хозяйственные субъекты тесно взаимодействуют на рынке, образуя взаимосвязанный «поток» купли-продажи.

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.

4. Частная собственность. Другой важнейшей причиной возникновения рыночной экономики явилась частная собственность во всех ее многообразных формах.

Под частной собственностью понимается форма юридического закрепления за гражданином или группой людей прав владения, пользования и распоряжения каким-либо имуществом, независимо от того, используют ли они его для личного потребления или для осуществления предпринимательской деятельности.

Частный собственник вправе самостоятельно распоряжаться произведенным товаром и решать, где его продать, кому, на каком рынке и по какой цене. В условиях безраздельного господства государственной формы собственности возможности развития рынка ограничены, поскольку отсутствуют свободные, независимые от плановых органов производители и продавцы.

Рыночные отношения покоятся на экономической свободе, которая означает для продавцов и покупателей свободу выбора. Каждый из участников рынка в своих действиях при обмене удовлетворяет личный (частный) интерес, который различается у продавцов и покупателей. Покупатель стремится получить максимум полезности от приобретенного товара, продавец – максимум денежного дохода. В ходе обмена эти разные интересы приходят к определенному компромиссу: устанавливается цена, по которой продавец соглашается продать товар, а покупатель оплатить его. Между тем свободные цены являются важнейшим условием успешного развития рыночной экономики. Именно цены служат тем индикатором, который определяет, что производить. Производить необходимо то, чего в данный момент на рынке недостаточно. Если данного товара не хватает, то на него устанавливается высокая цена. Высокая цена будет стимулировать и производителей к увеличению выпуска недостающей продукции.

СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК – это целостная система экономических отношений между покупателями и продавцами, складывающихся в связи с формированием свободных цен, колеблющихся в зависимости от динамики спроса и предложения.

СПРОС – это платежеспособная потребность, т.е. то количество товаров и услуг, которое потребители готовы приобрести при данном уровне цен.

ПРЕДЛОЖЕНИЕ – это то количество товаров, которое производители доставили на рынок и готовы продать по определенной цене.

Очень часто под рынком понимается более широкое понятие – РЫНОЧНАЯ ЭКОНОМИКА или РЫНОЧНАЯ СИСТЕМА. Она представляет собой саморегулирующуюся децентрализованную систему взаимосвязи всех хозяйственных процессов, ориентирующуюся в своем развитии на результаты товарного обмена.

В рыночной экономике выпуск, цены и уровень доходов устанавливаются не централизованно, а на основе добровольного соглашения продавцов и покупателей. Обратные связи, исходящие от потребителей, в зависимости от их выбора тех товаров, которые они приобрели, становятся индикатором общественно необходимой пропорциональности.

Отсутствие или ослабление механизма обратных связей становится сигналом угнетения рыночной экономики, замещением ее административной системой, что чревато подавлением материального интереса у производителей, появлением и расширением товарного дефицита.

Одной из важных черт рыночной системы является наличие конкуренции. КОНКУРЕНЦИЯ – это борьба между производителями товаров и услуг за рынки сбыта своей продукции и за получение дохода от ее продажи. Конкуренция является особым способом взаимодействия рыночных субъектов.

Роль конкуренции в хозяйственной жизни общества глубока и многогранна. Способствуя росту наиболее эффективных производств и вымывая неэффективные хозяйственные звенья, конкуренция выступает в качестве механизма регулирования народнохозяйственных пропорций. Она проявляет себя как способ, ориентирующий предпринимателей на повышение эффективности хозяйствования.

Само наличие конкуренции, с одной стороны, указывает на возможность закрепления за хозяйствующими субъектами определенной экономической свободы, а с другой стороны, что особенно важно, указывает на рассредоточение экономической власти среди агентов рынка, позволяющее им осуществлять свободный выбор. Поэтому роль конкуренции не исчерпывается лишь ограниченными воздействиями, а одновременно служит и питательной средой предпринимательских структур.

Обеспечивая равные принципы состязательности, конкуренция противодействует абсолютному доминированию какого - либо из преимуществ фирм, изначально обусловливая существование самых разновидных их типов и форм.

Крупные предприятия выигрывают за счет экономической мощи и масштабности производства. Малые, напротив, компенсируют свою экономическую слабость предпринимательской гибкостью. В то время как специализированные предприятия выигрывают благодаря своей способности к приспособляемости, «фирмы - новаторы» пользуются преимуществами первопроходцев. Отсутствие абсолютных преимуществ делает их сосуществование неизбежным. При этом следует иметь в виду, что, если конкуренция как таковая в принципе предполагает существование разных по масштабу и форме организации предпринимательских структур, то реальное их многообразие в экономике зависит от степени ее жесткости.

Наконец конкуренция - это условие рыночной активности. Задавая критерии эффективности и ориентируя рынок на поиск лучших условий хозяйствования, конкуренция обусловливает необходимость непрерывного совершенствования форм и способов хозяйствования, становясь «вечным двигателем» развития самой рыночной функции. Не столько повышение качества и сокращение затрат, но и поиск новых рынков, создание новых товаров и услуг; применение новых методов предпринимательства становится повседневной заботой конкурентов.

Для более полного понимания сущности рынка и его механизмов в экономической теории вводится понятие СВОБОДНОГО, или СОВЕРШЕННО КОНКУРЕНТНОГО, РЫНКА. Это некоторая идеальная модель рынка, в которой конкуренция ничем не ограничена.

Совершенная конкуренция существует в таких сферах деятельности, где действуют достаточно много мелких продавцов и покупателей идентичного (одинакового) товара, и поэтому ни один из них не в состоянии повлиять на цену товара,

Здесь цена определяется свободной игрой спроса и предложения в соответствии с рыночными законами их функционирования. Этот тип называют «рынок свободной конкуренции».

Существование огромного количества покупателей и продавцов означает, что ни один из них не владеет большой информацией о рынке, чем остальные продавцы, придя на рынок, застает уже сложившийся уровень цен, изменить который вне его власти, ведь рынок сам диктует цену в каждый момент времени. Такая ситуация позволяет новым продавцам на равных условиях (цена, технология, юридические условия) с уже существующими продавцами приступить к производству продукции. С другой стороны, продавцы могут и спокойно покинуть рынок, что подразумевает возможность беспрепятственного выхода с рынка. Свобода «рыночного» перемещения создает условия для того, чтобы на рынке всегда происходило изменение количества производителей. В то же самое время у оставшихся продавцов по-прежнему отсутствует возможность контролировать рынок, поскольку они представляют мелкое производство и их крайне много.

Теперь сформулируем основные характеристики рынка совершенной конкуренции:

• большое количество мелких продавцов и покупателей;

• продаваемый продукт однороден у всех производителей и покупатель может выбрать любого продавца товара для осуществления покупки;

• невозможность контроля над ценой и объемом купли-продажи создает условия для постоянного колебания этих величин под влиянием изменения рыночной конъюнктуры;

• полная свобода «входа» на рынок и «ухода».

В реальной экономической действительности рынок совершенной конкуренции в строгом теоретическом значении практически не встречаются. Он представляет собой так называемую «идеальную» структуру, подразумевая, что свободная конкуренция существует скорее как абстрактная идея, к которой реально существующие рынки могут лишь в большей или меньшей степени стремиться. Но все-таки в экономической практике имеются рынки некоторых товаров, больше всего подходящие под критерии данной рыночной структуры (например, рынок ценных бумаг или рынок сельскохозяйственной продукции). Здесь количество продавцов и покупателей настолько велико и они достаточно «малы», что за редким исключением ни один человек или группа не в состоянии контролировать рынок по отдельным видам ценных бумаг или сельскохозяйственной продукции. Причем товары на этих рынках у всех производителей полностью идентичны и последние владеют полной информацией об изменениях на рынке. Все это подтверждает необходимость использования для такого рынка особой - «биржевой» - формы организации.

Теперь рассмотрим РЫНОК НЕСОВЕРШЕННОЙ КОНКУРЕНЦИИ. Рынки, на которых либо покупатели, либо продавцы принимают в расчет свою способность воздействовать на рыночную цену, являются несовершенно конкурентными.

Многие рынки, как, например, рынки автомобилей, крупяных изделий для завтрака и фирменных ресторанных блюд, являются несовершенно конкурентными.

Фирма является «несовершенной» до тех пор, пока ее кривая спроса понижается и напоминает кривые спроса целых отраслей, а не горизонтальную линию спроса каждого мелкого совершенного конкурента в отрасли с совершенной конкуренцией.

На несовершенно конкурентных рынках индивидуальные продавцы могут влиять на цену, которую они получают за свою продукцию. Прикидывая, как им максимизировать прибыли, они, естественно, принимают в расчет эту способность.

Насколько несовершенной может быть несовершенная конкуренция? Крайним случаем является наличие единственного продавца, обладающего практическим могуществом полного монополиста. В своей отрасли он является единственным производителем. И не существует другой отрасли, выпускающей сколько-нибудь близкий заменитель его продукции.

Рынок несовершенной конкуренции является действительно реальным рынком, структура которого сложилась на настоящий момент в результате технического прогресса и масштабных эффектов. Однако несовершенная конкуренция принимает различные формы. В самом общем случае их три:

а) МОНОПОЛИЯ (чистая). Производство сосредоточено только на одной фирме или корпорации, которая и производит данный вид продукции. Естественно, что производитель обладает очень высокой степенью контроля над ценами продукции;

б) ДУОПОЛИЯ. Производство данного и однородного вида продукта сосредоточено на двух фирмах. Каждый производитель ограничен в возможностях контролировать цены (частичный контроль над ними);

в) ОЛИГОПОЛИЯ. Это относительно небольшое количество фирм, причем возможности контроля над ценами ограничены в большей степени, чем при дуополии; фирмы (корпорации) производят однородную продукцию (возможна незначительная ее дифференциация).

Монополистическая конкуренция характеризуется множеством производителей, выпускающих дифференцированную продукцию, но однородную по функциональному назначению, причем подобная дифференциация может быть как воображаемая, так и реальная; контроль над ценами очень слабый.

Из изложенного ясно, что существуют два полюса рыночных структур. Первый из них характеризует рынок совершенной конкуренции. Второй - чистую монополию. Оба эти полюса следует рассматривать как весьма условные, в том смысле, что реальные рынки располагаются либо ближе к одному полюсу, либо ближе к другому. В самом деле, признать наличие чистой монополии очень трудно, по крайней мере, по двум причинам:

- во-первых, на монопольную продукцию всегда, или почти всегда, можно найти заменитель или товар субститут;

- во-вторых, в условиях открытой международной торговли, можно вместо национального продукта приобрести аналогичный или близкий к нему товар заграничный.

С другой стороны, трудно представить себе и рыночную структуру, соответствующую чистой конкуренции. Считается, что рынок сельскохозяйственной продукции удовлетворяет требованиям совершенной конкуренции. Во многом это так. Однако при ограниченных земельных участках нелегко удовлетворить требованиям свободного вхождения в рынок. Кроме того, сами производители сельхозпродукции обычно не выходят непосредственно на рынок, то есть в сферу обращения, а работают либо по договорам, либо по биржевым заказам.

В связи с этим следует выделить ситуацию, так называемых, естественных монополий. Строго говоря, это действительно чистая монополия, но обусловлено это не искусственными препятствиями для вступления в отрасль, а причинами, связанными с эффективностью, когда деятельность одной фирмы очевидно эффективнее, чем наличие множества конкурирующих организаций. Иначе говоря, речь идет об эффекте масштаба. Примеров естественной монополии достаточно много: местное обеспечение электроэнергией, газом, услуги телефонной связи.

Специалисты по теории конкуренции отмечают, в общем, ограниченные возможности формирования со стороны производителей цен на производимую продукцию. Это важно, поскольку даже для несовершенной конкуренции рыночная среда достаточно эффективна. Но при этом следует помнить, что конкурентная борьба представляет собой процесс, уходящий в далекое прошлое, процесс, который плохо или хорошо, но отрегулирован в традиционных рыночных государствах, а наличие барьеров позволяет поддерживать производственные мощности на том уровне, при котором обеспечивается удовлетворение платежеспособного спроса как потребительских благ, так и товаров производственного потребления.

Рынок выполняет следующие ФУНКЦИИ:

1. Посредническая. Рынок напрямую соединяет производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) продуктов, предоставляя им возможность общаться друг с другом на экономическом языке свободной купли-продажи товаров, свободных цен, свободной игры спроса и предложения.

2. Ценообразующая. Возникает при столкновении товарного спроса и предложения, а также благодаря конкуренции среди покупателей и продавцов. В результате взаимодействия этих трех рыночных сил и складывается цена.

3. Информирующая (информационная). Цены как бы сообщают предпринимателю о текущем состоянии экономики.

4. Регулирующая. Из менее выгодных отраслей с пониженными ценами (перепроизводство продукции) капиталы перетекают в более прибыльные сферы бизнеса с повышенными ценами (недопроизводство).

5. Стимулирующая. Стимулируется хозяйственная эффективность с помощью рыночных цен. Цены «вознаграждают» дополнительной прибылью тех, кто производит товары, наиболее нужные потребителям, и лучшего качества, кто совершенствует свое производство, увеличивает его производительность, снижает издержки.

6. Оздоравливающая (санирующая). Очень жесткая, но оправданная. Рынок «очищает» экономику от ненужной и неэффективной хозяйственной деятельности. Предприниматели, которые не учитывают запросы потребителей, не заботятся о рентабельности к прогрессированности своего производства, завышают цены и плохо управляют бизнесом, терпят поражение в конкурентной борьбе и «наказываются» банкротством, и наоборот, общественно полезные и эффективно работающие предприятия процветают и развиваются.

Прежде всего, функционирование рынка порождает ВНЕШНИЕ ЭФФЕКТЫ – положительные и отрицательные последствия, которые имеют место, когда производство или потребление материальных благ или услуг оказывает влияние на людей, не являющихся непосредственными участниками рыночного обмена (продавцами или покупателями).

ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЙ ВНЕШНИЙ ЭФФЕКТ – это эффект, возникающий, когда выгоду от рыночной сделки двух сторон получает третья сторона, непосредственно в этой сделке не участвующая. Примером такого эффекта может служить строительство плотины для ГЭС. Такая плотина дает возможность контролировать сток воды для живущих ниже по течению реки, а также образует живописное водохранилище, привлекательное с точки зрения отдыха. Примером положительного внешнего эффекта может служить и возможность получения отдельным человеком дополнительного образования. Применяя полученные знания, человек может повысить эффективность своего труда, от чего выиграет не только он сам, но и общество в целом.

ОТРИЦАТЕЛЬНЫЙ ВНЕШНИЙ ЭФФЕКТ – это эффект, возникающий, когда часть затрат, связанных с совершением рыночной сделки между двумя сторонами, несет третья сторона, непосредственно в этой сделке не участвующая. Примером такого эффекта является так называемое вторичное курение, когда от курения одного человека страдают окружающие. В сфере производства отрицательный внешний эффект возникает, когда происходит выброс дыма или иных загрязнений в воздух или ближайшие водоемы, осуществляемый, например, химическими заводами.

Рынок предполагает использование механизма государственного регулирования для решения различных проблем. Регулировать отрицательные внешние эффекты рыночного производства обязано государство. Существуют следующие методы:

- меры запрета;

- продажа прав на загрязнение;

- налоги на загрязнение.

Положительный внешний эффект называют *выгодой третьего лица*, а отрицательный – *издержками третьего лица*.

Деятельность предприятия, порождающая отрицательный внешний эффект, ведет к издержкам третьего лица и в то же время приносит определенные выгоды этому предприятию. Например, собственник сталелитейного завода, не вкладывающий средства в очистное оборудование, экономит на издержках производства стали. Это позволяет снизить цену на сталь и получить важное преимущество в конкурентной борьбе. В этом случае государство обязано защитить интересы третьих лиц за счет ограничения неоправданных преимуществ сталелитейного завода. Оно должно принять закон об охране окружающей среды, на основе которого оштрафовать фирмы, допускающие отрицательные внешние эффекты, а полученные средства использовать для финансирования программ, направленных на решение экологических проблем. Одновременно у фирм, допускающих отрицательные внешние эффекты, появляется стимул вложить средства в очистные сооружения, чтобы избежать штрафных санкций.

Государство может также ввести дополнительный налог на прибыль предприятий, загрязняющих окружающую среду, и использовать полученные средства для очистки водоемов или, наоборот, выплачивать дотации производителям образовательных услуг или обучающимся либо и тем и другим, чтобы сделать образование более доступным для большинства граждан.

Существуют множество видов рынков, главные из которых можно сгруппировать по следующим трем признакам.

# ***Основные виды рынков***

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| с точки зрения соответствия действующему законодательству | по экономическому назначению объектов рыночных отношений | по пространственному признаку |
| - легальный рынок  - нелегальный (черный) рынок | -потребительский рынок  -рынок средств производства  - рынок капиталов  - рынок рабочей силы  - рынок информации  - финансовый рынок  - валютный рынок и др. | - местный рынок  - национальный рынок  - международный региональный рынок  - мировой рынок  - региональный рынок |

Каждый из этих рынков, в свою очередь, можно разделить на **составляющие элементы**. Так рынок средств производства включает рынок земли, станков, кормов, газа и т.д.; рынок информации - рынки научно-технических разработок, ноу-хау, патентов и др.; финансовый рынок - рынки ценных бумаг, банковских ссуд и других кредитных ресурсов.

И теория, и практика на протяжении длительного периода времени показывает, что рыночный механизм не является идеальным в том смысле, что он порождает определенные неустойчивые явления. Здесь можно различить два рода неустойчивости. Во-первых, неустойчивость, порождаемую замкнутым характером регулирующего рыночного механизма. Иначе говоря, это система подчиняется законам автоматических систем управления, которой, в принципе свойственна тенденция к колебательным явлениям, что и регистрируется фактами периодических спадов, подъемов и кризисов производства. Хотя в настоящее время и выработана более или менее эффективная антикризисная политика, однако наличие неустойчивости, как имманентно присущей рыночной системе, не вызывает сомнения. Другой тип неустойчивости связан с конкуренцией. В основе ее лежит закономерность, известная как неравномерность развития производительных сил. Она проявляется как внутри отдельной национальной экономики, так и в международном плане. Согласно этой закономерности, на данный момент времени рыночный спрос обеспечивается товарами, производимыми различными технологическими способами производства, причем это различие касается, главным образом, эффективности или прогрессивности той или иной технологии. Иначе говоря, в рассматриваемой системе существуют производители, для которых издержки производства, как средние, так и предельные ниже среднеотраслевых, равно как существуют производители, для которых эти показатели превышают средние. Такое явление является типичным для конкурентного рынка. Поэтому создается реальная и объективная основа для концентрации производства, то есть слияния капиталов и его сосредоточения в собственности относительно небольшого числа предпринимателей.

Хотя рынок и не является идеальным по своей сути, но при правильном его использовании государством и умелой коррекцией он превращается в мощный инструмент развития общества.

**СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ:**

1. Экономическая теория. Учебник. / Под ред. И. П. Николаевой. - М.: «Проспект», 2000.

2. Варламова А. Конкуренция и монополия. // «РИСК», 1997.

3. Основы экономической теории. Учебник. / Под ред. С. И. Иванова. – М.: «Вита-Пресс», 2004.