

**ТЕМА «РЫНОЧНАЯ СИСТЕМА И
ЗАКОНЫ ЕЕ
ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ»»**

Рынок - это определенная форма хозяйственных связей между производителями и потребителями в сфере обмена.

В условиях господства рынка главными субъектами экономической системы являются:

- **товаропроизводитель** (т.е. тот, кто производит товары и оказывает услуги);
- **потребитель** (т.е. тот, кто приобретает для удовлетворения своих потребностей необходимые товары и услуги).

В экономической системе рынок выполняет следующие функции:

- **информационную**, которая заключается в выявлении спроса на товары и услуги и дает представление об их возможной цене и качестве;
- **регулирующую**, способствующую изменению структуры производства, перераспределению ресурсов и установлению цен в соответствии с платежеспособными потребностями;
- **стимулирующую**, нацеливающую производителей на снижение затрат труда на единицу продукции и повышение эффективности производства;
- **интегрирующую**, объединяющую результаты взаимодействия первых трех функций, что способствует общественному признанию рыночной экономической системы.

В процессе исторического развития рынок постоянно видоизменялся и сегодня существует как целая система рынков, которая состоит из:

Виды рынков:

- рынка потребительских товаров и услуг;
- рынка средств производства;
- рынка рабочей силы;
- рынка инвестиций (т.е. долгосрочных вложений);
- рынка ценных бумаг (акций, облигаций, приносящих доход); рынка иностранных валют;
- рынка интеллектуальной деятельности;
- рынка информации.

Главными экономическими законами являются:

- **закон стоимости**, формирующий уровень средней цены товара (услуги) между ценами спроса и предложения;
- **закон спроса**, утверждающий, что снижение цены товара (услуги) ведет к тому, что больше количество покупателей хотят и могут приобрести этот товар (услугу);
- **закон предложения**, показывающий, что повышение цены товара (услуги) ведет к росту его предложения на рынке.

Цена товара - это денежное выражение стоимости товаров и услуг.

Роль и значение цены в экономике определяется ее функциями:

- **информационной**, при которой цена информирует покупателя о предложении товара и о том, сколько продавец хочет за него получить. Данная информация формирует позицию покупателя, определяя величину спроса на товар;
- **стимулирующей**, при которой цена может поощрять тех производителей, которые добиваются наилучших результатов;
- **ориентирующей**, т.е. помогающей производителю и потребителю сделать свой выбор;
- **перераспределительной**, т.е. направляющей капитал в наиболее эффективные и прибыльные отрасли.

В зависимости от форм товарно-денежного обмена существует несколько видов цен :

- оптовые и розничные;
- мировые и внутренние;
- базисные и контрактные.

Еще одним элементом рыночного саморегулирования является **конкуренция**.

Конкуренция - это соперничество между участниками рыночных отношений за лучшие условия производства и купли-продажи.

Виды конкуренции:

1. **совершенной** (когда на рынке имеется много производителей, выпускающих однородную продукцию. Об этом хорошо информирован потребитель, а вход и уход с рынка производителя не сложен);
2. **несовершенной** (когда производители могут иметь определенный контроль за ценами своей продукции).

Несовершенная конкуренция реализует себя через следующие модели:

- **монополия** (чистая) - господство на рынке одного предпринимателя, группы предпринимателей или государства;
- **монополистическая конкуренция** - рыночная ситуация, при которой большое количество производителей предлагает сходный, но не совсем идентичный товар (например - рынок чая, кофе, обуви и т. п.);
- **олигополия** - особая рыночная структура, при которой на рынке доминирует несколько фирм.