

ПОНЯТИЕ РЫНКА В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТЕОРИИ И ПРАКТИКЕ

Горячев В.П.

научный руководитель канд. экон. наук Пыжев И.С.

Сибирский федеральный университет

Экономическое развитие страны сегодня невозможно представить без развития рыночных механизмов, поэтому необходимо понимание, что же такое «рынок». Подходы к определению понятия «рынок» сильно различаются, и в результате практически каждому из нас в зависимости от контекста случается называть «рынком» принципиально разные явления.

В своей работе «Основы экономической науки» А. Маршал цитирует Курно: «Экономисты понимают под термином «рынок» не какую-либо конкретную рыночную площадь, на которой покупаются и продаются предметы, а в целом всякий район, где сношения покупателей и продавцов друг с другом столь свободны, что цены на одни и те же товары имеют тенденцию легко и быстро выравниваться». А так же замечание Джевонса: «В начале рынок представлял собой публичное место в городе, где пищевые продукты и другие предметы выставлялись на продажу, но затем это слово было обобщено и стало означать группу людей, вступающих в тесные деловые отношения и заключающие крупные сделки по поводу любого товара. Большой город может иметь столько рынков, сколько в нем существует важных отраслей хозяйств, причем эти рынки могут быть привязаны к определенному месту, а могут и не иметь такого. Центром рынка служит публичная биржа, торговые или аукционные залы, где торговцы по взаимному согласию встречаются и заключают сделки. В Лондоне Фондовая биржа, Зерновая биржа, Угольная биржа, Сахарная биржа и многое другое располагают своими помещениями, в Манчестере Хлопковая биржа, Биржа обтирочных материалов и др. также имеют свое определенное место. Но такое строгое размещение их вовсе не обязательно. Торговцы могут располагаться по всему городу или отдельному району страны и все же образовывать рынок, если они поддерживают друг с другом тесную связь посредством ярмарок, собраний, издания прейскурантов, по почте или иными способами». Подводя итог, А. Маршал приходит к тому что, чем более совершенным является рынок, тем сильнее тенденция к тому, чтобы во всех его пунктах в один и тот же момент платили за один и тот же предмет одинаковую цену; но, разумеется, рынок обширен, и следует принимать в расчет издержки по доставке товаров различным покупателям, причем предполагается, что каждый из них должен сверх рыночной цены производить особую доплату за доставку товара

Представитель французской регуляционистской школы Р. Бойе указывает на существование, как минимум, пяти различных концепций рынка.

1. Рынок — это место, где регулярно встречаются продавцы и покупатели, и организуется процесс торговли. Таково наиболее старое, пространственно детерминированное понятие рынка. Оно сформировалось еще в XII в., но живо и сегодня. Например, в обыденной речи мы по-прежнему называем так «открытые рынки», подразумевая места организации так называемой «внемагазинной торговли». Добавим, что такие места могут быть постоянными и временными, регулируемые и стихийно организованными — сути определения это не меняет.

2. Рынок есть определенная территория, на которой происходят акты купли-продажи. Это более широкое, «географическое» определение, которое привязывает понятие рынка к определенным городам, странам, территориям, континентам. Например, мы говорим: «российский рынок», «европейский рынок».

3. Рынок — это суммарный платежеспособный спрос, предъявляемый на определенный вид продуктов и услуг. Данное понимание рынка обозначает уже не территорию, а совокупность потребителей того или иного товара. В этом случае, говоря о тех или иных рынках, мы имеем в виду спрос — на труд, на акции, на потребительские товары и т.п.

4. Рынок представляет собой саморегулирующийся механизм спроса и предложения. Здесь хозяйственные агенты сами решают, что производить и по какой цене продавать. Иными словами, рынок характеризуется как сфера, где доминируют конкуренция между независимыми агентами и свободное ценообразование. В этом определении исчезает всякая пространственная, временная или предметная локализация, их место занимает модель, фиксирующая условия, при которых достигается рыночное равновесие.

5. Рынок — это экономическая система, в которой саморегулирующийся рыночный механизм является господствующей формой хозяйства. В данном случае рыночные принципы хозяйственной организации вменяются целым сообществам, именуемым «рыночными обществами».

По мнению Л. Вальраса рынок — это место, где обмениваются товары. Феномен меновой стоимости возникает, таким образом, на рынке, и именно на рынок следует идти, чтобы изучать меновую стоимость.

Н.Г. Мэнкью, в свою очередь, определяет рынок как группу покупателей и продавцов определенного товара или услуги. Покупатели как группа определяют спрос на товар, а продавцы как группа — предложение товара.

В своей работе «Социология рынков» В.В. Радаев определяет рынок как совокупность структурно связанных продавцов и покупателей определенного товара (товарной группы), деятельность которых регулируется сходными правилами и разделяемыми большинством участников концепциями контроля.

Р.М. Нуреев в свою очередь дает следующее определение: Рынок (market) представляет собой систему отношений, в которой связи покупателей и продавцов столь свободны, что цены на один и тот же товар имеют тенденцию быстро выравниваться. Рынок — это, прежде всего, место встречи продавцов и покупателей; между ними осуществляется обмен по цене, о которой удалось договориться.

По определению Р. Коуза рынки представляют собой институты, существующие для облегчения обмена, т.е. они существуют для сокращения издержек по операциям обмена.

Многообразие определений понятия рынок обусловлено эволюцией экономической мысли и тесно связано с особенностями развития экономических отношений в конкретный исторический период.

Рассматривая рынок как экономическую систему выделяют его главные экономические функции.

Интегрирующая функция состоит в соединении сферы производства (производителей), сферы потребления (потребителей), а также торговцев — посредников, во включении их в общий процесс активного обмена продуктами труда и услугами. Без рынка производство не может служить потреблению, а потребитель не сможет удовлетворить свои потребности.

Регулирующая функция — предполагает воздействие рынка на все сферы экономики, обеспечивает согласование производства и потребления в ассортиментной структуре, сбалансированность спроса и предложения по цене, объему и структуре, пропорциональность в производстве и обмене между регионами, сферами национальной экономики.

Важную роль в рыночном регулировании имеет соотношение спроса и предложения, существенно влияющие на цены. Растет цена – это сигнал к сокращению производства, падает – сигнал к сокращению. В результате стихийные действия предпринимателей приводят к установлению оптимальных экономических пропорций.

На рынке действует регулирующая «невидимая рука», о которой писал Адам Смит: «Предприниматель имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится служить им».

В современных условиях экономика управляется не только «невидимой рукой», но и государственными рычагами, однако регулирующая роль рынка продолжает сохраняться, во многом определяя сбалансированность экономики.

Стимулирующая функция – состоит в побуждении производителей к созданию новой продукции, необходимых товаров с наименьшими затратами и получением достаточной прибыли, стимулировании научно – технического прогресса и на его основе – интенсификации производства и эффективности функционирования всей экономики. Выполнение рынком стимулирующей функции очень важно для развития экономики. «Без давления рынка работники предприятия будут избирать директорами не лучших специалистов, а наиболее популярных и менее требовательных людей», а в результате произойдет падение уровня индивидуального благосостояния.

Ценообразующая (или эквивалентная) функция – это установление ценностных эквивалентов для обменов продуктов. При этом рынок сопоставляет индивидуальные затраты труда на производство товаров с общественным эталоном, т.е. соизмеряет затраты и результаты, выявляет ценность товара посредством определения не только количества затраченного труда, но и его пользы. Рынок признает лишь общественно необходимые затраты, только их согласен оплатить покупатель.

Контролирующая функция рынка – выполняет роль главного контролера конечных результатов производства. На рынке выявляется, в какой мере нуждам покупателей соответствует не только количество, но и качество товаров и услуг.

Посредническая функция – обеспечивает встречу экономически обособленных производителей и потребителей с целью обмена результатами труда. Также экономически обособленные производители в условиях глубокого общественного разделения труда должны найти друг друга и обменяться результатами своей деятельности. Без рынка практически невозможно определить, насколько взаимовыгодной является та или иная технологическая и экономическая связь между конкретными участниками общественного производства. В нормальной рыночной экономике с достаточно развитой конкуренцией потребитель имеет возможность выбора оптимального поставщика (с точки зрения качества продукции, ее цены, сроков поставки, после сбытового обслуживания и других параметров). В то же время продавцу предоставляется возможность выбрать наиболее подходящего покупателя.

Информационная функция – дает участниками рынка через постоянно меняющиеся цены объективную информацию об общественно необходимом количестве, ассортименте и качестве тех товаров и услуг, которые поставляются на рынок. Стихийно протекающие операции превращают рынок в гигантский компьютер, собирающий и перерабатывающий колоссальные объемы точечной информации и выдающий обобщенные данные по всему тому хозяйственному пространству, которое он охватывает. Это позволяет каждому предприятию постоянно сверять собственное производство с меняющимися условиями рынка.

Санирующая функция – с помощью конкуренции рынок очищает общественное производство от экономически неустойчивых, нежизнеспособных хозяйственных единиц и, напротив, дает зеленый свет более предприимчивым и эффективным. По свидетельству П. Самуэльсона, в США от одной трети до половины всех розничных магазинов прекращают свою деятельность в течение трех лет с момента открытия. Средний цикл малого бизнеса не превышает шести лет. Нередко гибнут в конкурентной борьбе и крупные фирмы. Разумеется, в условиях концентрации производства и капитала монополизация деформирует санирующий механизм рынка. И все же в капиталистическом мире монополизация нигде не подавляет конкуренцию настолько, чтобы «естественный отбор» прекратился.

Функция экономичности предполагает сокращение издержек обращения в сфере потребления (затрат покупателей на покупку товаров) и соразмерности спроса населения с заработной платой.

Функция реализации интересов рыночных субъектов обеспечивает взаимосвязь этих интересов по принципу, сформулированному А. Смитом: «Дай мне то, что мне нужно, и ты получишь то, что тебе нужно...». Экономический интерес продавцов состоит в получении большого дохода, а покупателя – в удовлетворении потребности с наименьшими затратами. Соединение этих интересов предполагает обмен нужными друг другу полезностями и эквивалентность рыночной сделки.

Подводя итоги можно сказать, что в самом общем виде рынок – это система экономических отношений, которые складываются в процессе производства, обращения и распределения товаров, а также движение денежных средств. Рынок развивается вместе с развитием товарного производства, вовлекая в обмен не только производственные продукты, но и те продукты, которые не являются результатом труда. Рынок представляет сферу обмена, в которой осуществляется связь производителей и потребителей, производства и потребления.

Рынок, выполняя различные функции, призван найти ответы на важные вопросы: что надо производить – какие товары и услуги должны быть предложены потребителям; как производить – какой из способов изготовления следует применить; для кого следует эти товары и услуги производить – кто может претендовать на их получение в свою собственность.

Рынки, различаясь по разным признакам, характеризуются не только количеством продавцов и видом продаваемых товаров. Разные рынки различаются способом, посредством которого товар поступает от производителя к продавцу и от продавца к покупателю, объемом единичных продаж, а также степенью легализации рыночных процессов. В рынок включены как элементы, непосредственно связанные с обеспечением производства, так и элементы материального и денежного обращения. Мы видим, что рынок имеет многообразную структуру, требующую всестороннего изучения.

Также очень важным понятием в рыночной экономике, требующем детального изучения, является понятие «инфраструктура». Рыночная инфраструктура облегчает осуществление товарообменных операций, юридический и экономический контроль над ними, повышает их оперативность и эффективность, предоставляет информационное обеспечение, улавливает сигналы, идущие от потребителей и спроса, обеспечивает восприятие этих сигналов производителями и адекватную реакцию на них, связывает производителей и потребителей в единый экономический процесс.

Процесс перехода России к рыночной экономике, формирования ее инфраструктуры предполагает активное участие всех без исключения субъектов рыночных отношений. Все это актуализирует задачу изучения рыночной инфраструктуры как важной составляющей процесса рыночной экономики.