## Поняття та основні риси

## інфраструктури ринку

Надзвичайно важливим і складним структурним утворенням ринкової економіки є ринкова інфраструктура. Вона включає такі елементи: аукціони, торгово-промислові палата, біржі, торгові доми, ярмарки, служби маркетингу; комерційно-інформаційні центри, брокерські, страхові, аудиторські, холдінгові компанії тощо.

***Аукціони*** – форма продажу у визначений час і у визначеному місці товарів, попередньо виставлених для ознайомлення. На аукціонах реалізують певні види товару, які, як правило, користуються підвищеним попитом.

***Торгово-промислові палати*** – це комерційні організації, головним завданням яких є сприяння розвитку економічних і торговельних зв'язків з партнерами зарубіжних країн. Вони є юридичними особами, які діють на принципах повного комерційного розрахунку та самофінансування. Торгово-промислові палати надають цільові інформаційні послуги.

Світова практика знає й таку форму торгово-комерційної діяльності, як торгові доми. ***Торгові доми*** *–* це торговельні фірми, що закуповують товари у виробників або оптовиків своєї країни і перепродають за кордон або закуповують товари за кордоном і перепродають місцевим оптовим та роздрібним торговцям і споживачам у промисловості та інших галузях господарства.

***Ярмарки*** *–* надзвичайно важливий елемент ринкової інфраструктури. Вони бувають всесвітні, міжнародні, регіональні, національні та місцеві. Ярмарки – це торги, ринки товарів, які періодично організовуються в установленому місці.

З розвитком суспільного виробництва, розширенням торговельно-обмінних операцій, посиленням конкуренції з центрів призову великих партій наявного товару ярмарки перетворилися на ярмарки – виставки зразків товарів, які можна замовити.

***Маркетинг*** (від англійського – ринок) – це динамічна система ринкової орієнтації. Як породження ринко­вої економіки, він є відповідною філософією виробни­цтва, в основу якої покладено принципи та закони то­варного виробництва.

Складовими маркетингу є: виробництво продукції на основі знання потреб споживачів, ринкової ситуації та реальних можливостей відповідного виробництва; найбільш повне задоволення потреб покупця з використанням методів цінової та нецінової конкуренції; ефективна реалізація продукції та послуг на конкретних ринках на основі всебічного врахування їх попиту й пропозиції та виробничо-збутових можливостей постачальників; забезпечення довготривалої дієздатності виробничо-комерційних підприємств, фірм та організацій на основі оперативного використання науково-технічних доробок, а також ноу-хау в галузі виробництва товарів.

У більшості підприємств, фірм, асоціацій, акціонерних товариств діють служби маркетингу. Основними завданнями маркетингової служби є: комплексне вивчення ринку; забезпечення стійкої реалізації товарів; ринкова орієнтація виробництва, науково-дослідних та проектно-конструкторських робіт. Однією з функцій маркетингових служб є сегментування ринку, тобто диференціація покупців залежно від їх потреб та особливостей поведінки.

***Біржа*** *–* це такий інститут, завдяки якому більш оперативно і з оптимальними наслідками для партнерів укладаються угоди купівлі-продажу товарів, реалізується єдина стратегія комерційної поведінки агентів даної структури. Біржа є організаційною формою ринку, на якому відбуваються вільна торгівля товарами та послугами, цінними паперами, валютою, наймання робочої сили і формування ринкових цін та курсів відповідних активів на основі фактичного співвідношення попиту й пропозиції.

3 практики відомі *біржі праці, товарні, фондові біржі*.

***Біржа праці*** *–* елемент ринкової інфраструктури, що регулярно здійснює посередницькі операції на ринку праці. Система бірж праці сприяє здійсненню узгодженої державної політики в галузі зайнятості населення. Біржа праці виконує такі функції: аналізує стан ринку праці; прогнозує попит і пропозицію робочої сили; веде облік громадян, що звертаються за працевлаштуванням; сприяє працевлаштуванню працездатних; здійснює професійну орієнтацію молоді; виплачує допомогу по безробіттю тощо. Біржа праці виступає певним гарантом конституційного права на працю, як державна організація. Поряд з державними біржами праці існують і платні приватні агентства (контори), що є посередниками в галузі праці, а також посередницькі бюро при профспілках, молодіжних, релігійних організаціях тощо. В Україні існує безоплатна державна система центрів і служб зайнятості.

***Товарна біржа*** – комерційне підприємство, регулярно функціонуючий ринок однорідних товарів з певними характеристиками. Це організація підприємств торгівлі, збуту, обміну, мета якої – укладання відповідних угод, виявлення товарних цін, попиту й пропозиції товарів, вивчення, впорядкування і полегшення товарообороту та обмінних операцій, представництво і захист інтересів членів біржі, вирішення спорів щодо операцій тощо. Товарні біржі бувають *публічні* й *приватні*. Економічна роль товарних бірж передусім полягає в тому, що вони сприяють встановленню ринкової рівноваги, відтворювальним процесам, ефективності економіки.

Для здійснення операції на біржі повинні бути зафіксовані три змінні чинники: *ціна,* *сума* і *строки поставок*. Останнім часом поширилися так звані ф'ючерсні угоди (домовленості про реалізацію товарів, які будуть вироблені в майбутньому, наприклад угода про умови закупівлі врожаю наступного року). Вони передбачають не кількість товарів, а число контрактів. При укладанні ф'ючерсної угоди узгоджуються лише дві позиції: ціна і термін поставки. Такі угоди можуть здійснюватися лише з одного стандартного виду товарів (так званого базового сорту), встановленого даною товарною біржею. Строк поставок за ф'ючерсним контрактом визначається тривалістю позиції.