

УДК 338.2

ОСНОВНЫЕ ТИПЫ РЫНКОВ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ахтемова А.Р.¹

студент,

ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет»

Симферополь, Республика Крым

Аннотация. В статье охарактеризованы особенности рынка и его классификация, перечислены типы рыночных структур. Выявлены и проанализированы основные признаки данных типов, также приведены примеры фирм, относящийся к каждому типу.

Ключевые слова: рынок, обмен, товары и услуги, монополия, олигополия, совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция.

MAIN TYPES OF MARKETS IN MODERN CONDITIONS

Akhtemova A.R.

student,

GBOU HE RK "Crimean Engineering and Pedagogical University"

Simferopol, Republic of Crimea

Annotation. The article describes the characteristics of the market and its classification, lists the types of market structures. The main features of these types are identified and analyzed, examples of firms relating to each type are also given.

Keywords: market, exchange, goods and services, monopoly, oligopoly, perfect competition, monopolistic competition.

¹ *Научный руководитель: Ильясова М.К., К.э.н., доцент, ГБОУ ВО РК «Крымский инженерно-педагогический университет», Симферополь, Республика Крым*

Рынок — это одна из многих разновидностей систем, институтов, социальных отношений и инфраструктур, посредством которых стороны участвуют в обмене. Хотя стороны могут обмениваться товарами и услугами по бартеру, большинство рынков полагаются на продавцов, предлагающих свои товары или услуги (включая рабочую силу) в обмен на деньги от покупателей. Можно сказать, что рынок — это процесс, посредством которого устанавливаются цены на товары и услуги. Рынки облегчают торговлю и обеспечивают распределение ресурсов в обществе, позволяют оценивать любую товарную позицию. Появляется рынок более или менее спонтанно или может быть сознательно сконструировано человеческим взаимодействием для того, чтобы обеспечить обмен правами на услуги и товары.

Рынки могут различаться в зависимости от продаваемых товаров (товаров, услуг) или факторов (труда и капитала), дифференциации продуктов, места проведения обменов, целевых покупателей, продолжительности, процесса продажи, государственного регулирования, налогов, субсидий, минимальной заработной платы, ценовых потолков, законность обмена, ликвидность, интенсивность спекуляции, размер, концентрация, относительные цены географическое расширение. Географические границы рынка могут значительно различаться, например, продовольственный рынок в одном здании, рынок недвижимости в местном городе, потребительский рынок во всей стране или экономика международного торгового блока, где применяются одни и те же правила. Рынки также могут быть во всем мире, например, глобальную торговлю алмазами. Национальную экономику можно также классифицировать как развитые рынки или развивающиеся рынки.

Обмен товаров или услуг, с деньгами или без денег, является сделкой [1]. Участники рынка состоят из всех покупателей и продавцов товара, которые влияют на его цену, что является основной темой изучения экономики и породило несколько теорий и моделей, касающихся основных рыночных сил спроса и предложения.

В рыночной экономике существует множество различных рыночных систем, которые зависят от отрасли и компаний в этой отрасли. Владельцам малого бизнеса важно понимать, в какой рыночной системе они работают при принятии ценовых и производственных решений, а также при определении того, входить или уходить в ту или иную отрасль.

Существует довольно много различных рыночных структур, которые могут характеризовать экономику. Однако, начать необходимо с рассмотрения четырёх основных типов рыночных структур. А именно совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия и монополия (рис.1).

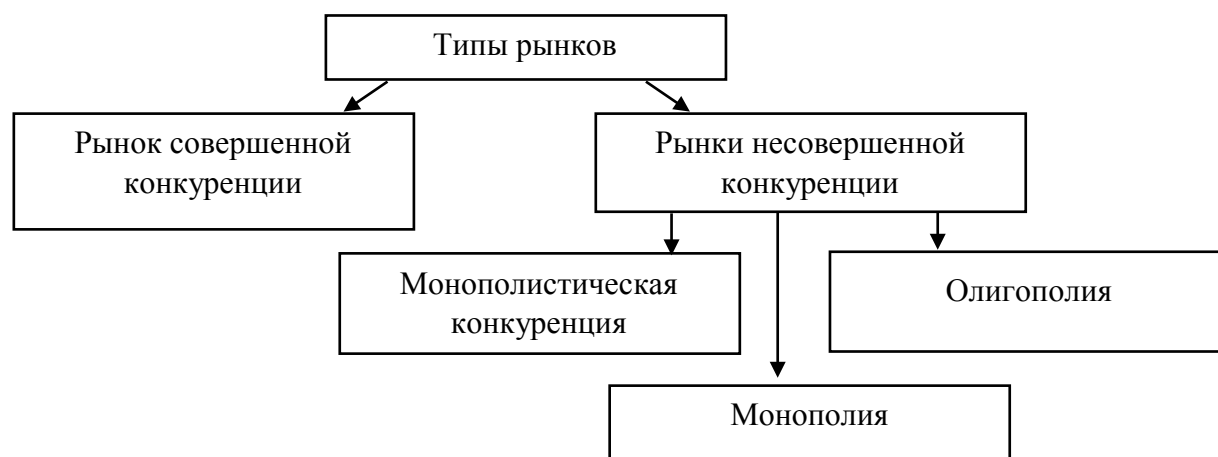


Рис. 1 - Рынки по типу конкуренции

Каждый из четырех типов имеет свой собственный набор характеристик и допущений, которые, в свою очередь, влияют на принятие решений фирмами и прибыль, которую они могут получить [2].

Важно отметить, что не все эти рыночные структуры реально существуют, некоторые из них являются лишь теоретическими конструкциями. Тем не менее, они имеют решающее значение, поскольку могут проиллюстрировать соответствующие аспекты принятия решений конкурирующими фирмами. Следовательно, они помогут вам понять основные экономические принципы. С учетом сказанного, давайте рассмотрим их более подробно (таблица 1).

Таблица 1- Основные признаки типов рынка

Тип рынка	Основные признаки
Совершенная конкуренция	(1) все фирмы максимизируют прибыль (2) есть свободный вход и выход на рынок (3) все фирмы продают абсолютно идентичные (т. е. однородные) товары (4) нет потребительских предпочтений
Монополистическая конкуренция	(1) все фирмы максимизируют прибыль (2) существует свободный вход и выход на рынок (3) фирмы продают дифференцированные продукты (4) потребители могут предпочесть один продукт другому
Олигополия	(1) все фирмы максимизируют прибыль (2) олигополии могут устанавливать цены (3) существуют барьеры для входа и выхода на рынок (4) продукты могут быть однородными или дифференцированными (5) есть только несколько фирм, которые доминируют на рынке
Монополия	(1) монополист максимизирует прибыль (2) он может устанавливать цену (3) существуют высокие барьеры для входа и выхода (4) существует только одна фирма, которая доминирует на всем рынке

Совершенная конкуренция описывает рыночную структуру, в которой большое количество мелких фирм конкурируют друг с другом. В этом случае ни одна фирма не обладает значительной рыночной властью. В результате отрасль в целом производит социально оптимальный уровень производства, поскольку ни одна из фирм не имеет возможности влиять на рыночные цены.

Глядя на признаки, изложенные в таблице 1, становится совершенно очевидно, что мы вряд ли когда-нибудь найдем совершенную конкуренцию в реальности. Это важный аспект, потому что это единственная рыночная структура, которая может (теоретически) привести к социально оптимальному уровню производства. Вероятно, лучшим примером рынка с почти совершенной конкуренцией, который мы можем найти на самом деле, является фондовый рынок.

Монополистическая конкуренция также относится к рыночной структуре, где большое количество мелких фирм конкурируют друг с другом. Однако, в отличие от совершенной конкуренции, фирмы монополистической конкуренции продают аналогичную, но слегка дифференцированную продукцию. Это дает им определенную степень рыночной власти, которая позволяет им взимать более высокие цены в определенном диапазоне.

Теперь признаки из таблицы 1 немного ближе к реальности, чем те, на которые мы смотрели в совершенной конкуренции. Однако эта рыночная структура больше не приведет к социально оптимальному уровню производства, поскольку фирмы обладают большей властью и могут в определенной степени влиять на рыночные цены.

Примером монополистической конкуренции является рынок зерновых культур. Существует огромное количество различных брендов (например, Cap'n Crunch, Lucky Charms, Froot Loops, Apple Jacks). Большинство из них, вероятно, немного отличается на вкус, но все они хлопья для завтрака.

Олигополия описывает рыночную структуру, в которой доминирует лишь небольшое число фирм. Это приводит к состоянию ограниченной конкуренции. Фирмы могут либо конкурировать друг с другом, либо сотрудничать. Таким образом, они могут использовать свою силу коллективного рынка для повышения цен и получения большей прибыли [3].

К сожалению, неясно, что именно означает "несколько" фирм. Как правило, мы говорим, что олигополия обычно состоит примерно из 3-5 доминирующих фирм. Чтобы привести пример олигополии, давайте посмотрим на рынок игровых консолей. На этом рынке доминируют три мощные компании: Microsoft, Sony и Nintendo. Таким образом, все они обладают значительной рыночной властью.

Монополия относится к структуре рынка, где одна фирма контролирует весь рынок. В этом случае фирма имеет самый высокий уровень рыночной

власти, так как у потребителей нет альтернативы. В результате монополии часто сокращают производство, чтобы повысить цены и получить больше прибыли.

С точки зрения общества, большинство монополий, как правило, нежелательны, поскольку они приводят к более низким объемам производства и более высоким ценам по сравнению с конкурентными рынками. Поэтому они часто регулируются правительством.

В экономике мы склонны считать лучшее синонимом самого эффективного. Существует много различных видов эффективности, но наиболее важными из них являются эффективность распределения и производительности, поскольку они указывают на степень, в которой товары и услуги производятся и продаются по самой низкой цене. Однако предположения о совершенной конкуренции, такие как совершенная информация и полное отсутствие барьеров для входа, нереалистичны. Кроме того, в то время как монополистические рынки не обладают ни распределительной, ни производственной эффективностью, их фирмы часто извлекают выгоду из эффекта масштаба, поскольку их привилегированное положение позволяет им увеличивать свои размеры. Поэтому, в то время как монополистические рынки остаются неэффективными в абсолютном выражении с точки зрения распределения и производительности, они могут быть относительно более эффективными, чем другие, если они используют в своих интересах экономию масштаба.

Библиографический список:

1. Кондратов М. В. Формирование и развитие теории конкуренции // Молодой ученый. — 2015. — №6. — С. 146-149.
2. Селиверстов А. С., Митрофанов Д. Е., Буцкая А. А., Евстратов А. Д., Николаева К. А. Конкуренция на экономических рынках // Молодой ученый. — 2017. — №6. — С. 291-293.
3. Буцкая А. А., Николаева К. А., Петриго О. А. Преимущества и недостатки конкуренции в рыночной экономике // Молодой ученый. — 2017. — №12. — С. 252-254.

Оригинальность 90%