

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ РЫНКА

ФСПО-15
Овчинникова Валерия

Рынок имеет одно важное отличие от натурального хозяйства. В этом хозяйстве потребителю зачастую не предоставляется возможность выбрать по его желанию те или иные блага. Рынок же в принципе способен обеспечить его участникам максимальную степень экономических свобод, которыми обладают собственники товаров и денег.

Структура рынка - это характерные основные черты рынка, к числу которых относятся количество и размер фирм, находящихся на рынке, степень сходства или различия товаров разных фирм, легкость входа на рынок новых продавцов и выхода из него, доступность рыночной информации.

Существуют разнообразные варианты сочетания элементов рыночной структуры, другими словами, возможные разные модели рынка, в зависимости от которых предприниматели либо вступают в конкурентную борьбу, либо нет. При однотипности мотива экономического интереса предпринимателей - максимизации прибыли - результаты конкурентной борьбы могут быть различными, что зависит от характера конкуренции.

Конкуренция - борьба между частными товаропроизводителями за более выгодные условия производства и сбыта товаров. Конкурировать - соперничать, сталкиваться, участвовать в конкуренции.

Основой для конкуренции, как характерного свойства рыночно системы, является свобода выбора, которая проявляется в стремлении получить максимальный денежный доход.

Обычно выделяют четыре типа рынка: совершенная (чистая) конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия, чистая монополия.

Совершенная конкуренция и чистая монополия представляют собой «идеальные» (абстрактные) модели рыночных структур, которых в реальной практике не существует.

Монополистическая конкуренция и олигополия характерны для большинства рынков.

Ниже рассмотрим более подробно каждый тип рынка.

ЧИСТАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Примером служат рынки сельскохозяйственных товаров, фондовая биржа и рынок иностранных валют.

Конкуренция - это соперничество между участниками рынка за лучшие условия производства, купли и продажи товаров. Такое неизбежное столкновение порождается объективными условиями: полной хозяйственной обособленностью каждого участника рынка, его зависимостью от хозяйственной конъюнктуры (текущего состояния экономики в определенный период) и противоборством с другими претендентами за наибольший доход.

ЧИСТАЯ КОНКУРЕНЦИЯ

Рынок чистой конкуренции характеризуется следующими показателями:

- 1) наличием множества фирм, ни одна из которых не может оказать значительного влияния на уровень текущих цен, поскольку каждой из них принадлежит небольшая доля рынка;
- 2) однородностью и взаимозаменяемостью конкурирующих товаров;
- 3) отсутствием ценовых ограничений.

В условиях чистой конкуренции на рынке действует большое количество фирм, причем ни одна из них не контролирует достаточно заметной доли рынка.

МОНОПОЛИЯ

Монополия - это крупный собственник (физическое или юридическое лицо), который захватывает подавляющую часть рыночного пространства в целях своего обогащения.

Господство в экономике служит основой того влияния, которое монополии оказывают на все сферы жизни страны.

СУЩЕСТВУЮТ РАЗНЫЕ ВИДЫ МОНОПОЛИЙ, КОТОРЫЕ
МОЖНО КЛАССИФИЦИРОВАТЬ НА ТРИ ОСНОВНЫХ:

- 1) естественная
- 2) административная
- 3) экономическая

Естественная монополия возникает вследствие объективных причин. Она отражает ситуацию, когда спрос на данный товар в лучшей степени удовлетворяется одной или несколькими фирмами.

Примером могут служить энергообеспечение, телефонные услуги, связь и т.д.

Современная теория выделяет три типа монополий:

- 1) монополия отдельного предприятия
- 2) монополия как соглашение
- 3) монополия, основывающаяся на дифференциации продукта.

- ◎ **Картель** - союз нескольких предприятий одной отрасли промышленности, в котором его участники сохраняют свою собственность на средства и продукты производства, а созданные изделия сами продают на рынке, договариваясь о квоте - доле каждого в общем, выпуске продукции, продажных ценах, распределении рынков и др.
- ◎ **Синдикат** - объединение ряда предприятий, изготавливающих однородную продукцию; здесь собственность на материальные условия хозяйствования сохраняется за участниками объединения, а готовая продукция сбывается как общее достояние через созданную для этого контору.

- ◎ **Трест** - монополия, в которой создается совместная собственность данной группы предпринимателей на средства производства и готовую продукцию.
- ◎ **Концерн** - союз формально независимых предприятий(обычно из разных отраслей промышленности, торговли, транспорта и банков), в рамках которого головная фирма организует финансовый(денежный) контроль за всеми участниками.
- ◎ **Консорциум** - временное соглашение между несколькими банками или предприятиями о совместном проведении финансовых или коммерческих операций большого масштаба

ОЛИГОПОЛИЯ

- Рынок олигополии (олигополистическая конкуренция) состоит из небольшого числа продавцов, весьма чувствительных к политике ценообразования и маркетинговым стратегиям друг друга.
- Товары могут быть схожими (сталь, алюминий), а могут быть и несхожими (автомобили, компьютеры). Небольшое число продавцов объясняется тем, что новым претендентам трудно проникнуть на этот рынок. Каждый продавец чутко реагирует на стратегию и на действия конкурентов.

Олигополист никогда не испытывает уверенности, что может добиться какого-либо долговременного результата за счет снижения цен. С другой стороны, если олигополист повысит цены, конкуренты могут не последовать его примеру, и тогда ему придется либо возвращаться к прежним ценам, либо рисковать потерей клиентуры в пользу конкурентов.

Олигополистическая взаимосвязь может привести не только к ожесточенному противоборству, но и к соглашению. Последнее имеет место тогда, когда фирмы-олигополисты видят возможности совместного увеличения своих доходов путем повышения цен и заключения соглашения о дележе рынка.

В реальной экономике не существует ни одного типа рынка в чистом виде. Фирма может одновременно выступить с одним своим товаром на рынке чистой монополии, а с другим - на высококонкурентном рынке; в недрах олигополии возможно появление как монополий, так и свободной конкуренции.

Список литературы:

1. Микроэкономика Э.Д. Долан
2. Краткий экономический словарь
3. Борисов Е.Ф. Экономическая теория: Учебник. - М.: Юрист, 2001г.
4. Макконнел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Реферат - дайджест учебника по рыночной экономике. М.: Менеджер, 1993г
5. Сажина М.А., Чибриков Г.Г. Экономическая история: Учебник для вузов. М., 2001г
6. <http://mirznanii.com/a/264615-2/osnovnye-modeli-rynka-i-ikh-kharakternye-cherty-2>

ОСНОВНЫЕ МОДЕЛИ РЫНКА

ФСПО-15
Овчинникова Валерия