

Виды рынков и их классификации

Выполнили работу:
Маркова Алиса, Дупик Мария,
Олехнович Диана, Хаертдинова Альбина

План:

Классификации рынков:

- ◆ По назначению
 - ✓ Информационный рынок
 - ✓ Финансовый рынок
 - ✓ Рынок труда
- ◆ По пространственному признаку
- ◆ По степени ограничения конкуренции
- ◆ По видам субъектов
- ◆

По экономическому назначению рыночных объектов выделяют:

◆ **товарный рынок**

◆ Товарный рынок включает потребительский рынок и рынок средств производства.

◆ **рынок информации**

◆ В рынок информации входит рынок инноваций и рынок информационного продукта.

◆ **финансовый рынок**

◆ Финансовый рынок включает рынок капитала, кредитный рынок, рынок ценных бумаг и валютноденежный рынок.

◆ **рынок труда**

◆ Рынок труда - рынок купли-продажи рабочей силы.



КЛАССИФИКАЦИЯ РЫНКОВ

По территориальному признаку:

- местный
- региональный
- национальный
- мировой



По территориальному признаку

- ◆ **внутренний (местный)** - сфера товарного обмена, ограниченная государственными границами, в том числе: местный (локальный) — охватывает территориальную единицу (город, область, край) и учитывает особенности региона (колхозный, кооперативный),
- ◆ **региональный** (внутри страны) — Северного Кавказа или по группе стран — стран Восточной Азии;
- ◆ **национальный** (на территории государства, где действует национальная денежная единица и законы этого государства) — в отличие от внутреннего включает в себя экспортно-импортные операции, т.е. внутриторговые и внешнеторговые операции;



Рынок по субъектам



Рынок продавца

Мало продавцов и много потребителей. Потребитель может выбирать производителя, продавца, товар. Это экономика дефицита, очередей, низкого качества товаров и услуг. Продавец решает – кому продавать.

Рынок потребителя

Мало потребителей и много продавцов. Продавцы конкурируют, привлекают потребителей снижением цены и повышением качества товаров и услуг. Потребитель решает – что, у кого и по чем покупать.

- ◆ Различают рынок продавца и рынок покупателя.
- ◆
- ◆ 1) На рынке продавца складывается ситуация «дефицита», при которой величина спроса покупателей на товары, представленные на рынке, превышает величину предложения данных товаров со стороны продавца. Поэтому цены на рынке продавца, как правило, высокие, так же как и конкуренция между покупателями за право покупки благ.
- ◆ 2) Рынок покупателя характеризуется ситуацией «избытка», при которой величина предложения товаров превышает величину спроса на них. На таком рынке соблюдается правило рынка: «Покупатель всегда прав!», поэтому на рынке покупателя цены, как правило, низкие, а конкуренция между продавцами за «голоса» покупателей высокая.

Участники рынка



Покупатель 1

за
товар



Конкуренция
покупателей



Покупатель 2



Продавец 1

ценовая



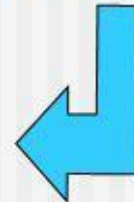
Конкуренция
продавцов

за
покупателя



Продавец 2

неценовая



Рынки по пространственному признаку

1) Понятие конкуренции — это соперничество между участниками рыночного хозяйства за лучшие условия производства, купли и продажи товаров.

Различают совершенную и несовершенную конкуренцию

2) Совершенная конкуренция — это соперничество многочисленных производителей, создающих примерно одинаковые объемы идентичной (совершенно заменяемой) продукции.

3) Несовершенная конкуренция в отличие от совершенной конкуренции ограничена влиянием монополий и государства.

Характеристика основных моделей рынка

Признака модели рынка	Совершенная конкуренция	Монополистическая конкуренция	Олигополия	Чистая конкуренция
Количество фирм	Множество	много	несколько	Одна фирма
Тип продукции	Однородная, стандартизированная	Мнимая или действительная дифференциация	Однородная или дифференцированная	Уникальная продукция
Степень контроля над ценой	Отсутствует	Слабый, незначительный контроль	Частичный контроль	Высокая степень контроля
Условия вступления в отрасль	Ограничений нет, равный доступ к информации	Относительно легкие, удовлетворительный доступ к информации	Ограничен доступ на рынок и к информации	Доступ на рынок блокирован
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Используются реклама, торговые марки и товарные знаки	Используется в значительной степени	Создание благоприятного имиджа фирмы
Примеры	Фермерские хозяйства	Розничная торговля, производство одежды, обуви, косметики, мебели	Автомобилестроение, авиационная, химическая, нефтяная, электронная промышленность	Электрические и газовые, местные телефонные компании и т.д.



Модели несовершенной конкуренции

- ◆ **Монополистическая конкуренция.**
- ◆ Рынок монополистической конкуренции, предполагает относительно большое число производителей, множество продавцов и покупателей, совершающих сделки в широком диапазоне цен, относительно неограниченное проникновение новых конкурентов на рынок, характер продукции – дифференцированный. Примерами рынка монополистической конкуренции является рынок продуктов питания, одежды, бытовой техники и многие другие.

Модели несовершенной конкуренции

◆ **Олигополия.**

- ◆ При олигополии основная модель в современной рыночной структуре определяется тем, что рынок состоит из небольшого числа производителей (крупные фирмы), проникновение на рынок новых претендентов затруднено, каждый продавец чутко реагирует на стратегию и действия конкурентов, используется политика лидерства в ценах, сговор между фирмами для поддержания цен и максимальной прибыли. Примером олигополии, при которой продукт является стандартизированным, служит рынок алюминия. Автомобили, сигареты и пиво являются примерами дифференцированных товаров, с олигополистическими рыночными структурами. Рынок фотографического оборудования и принадлежностей можно рассматривать как олигополистический.



500px

Модели несовершенной конкуренции

◆ **Монополия.**

- ◆ Монополия означает господство на рынке только одного производителя, т.е. единственного продавца на рынке, который устанавливает труднопреодолимые барьеры для потенциальных конкурентов, в силу чего выход на рынок практически блокирован, информация и ресурсы не доступны и присутствует значительный контроль над ценой. Примером может служить монополия почтовой службы США на доставку почты первым классом. Алмазная монополия «Де Бирс» опирается на контроль над сырьем, т.е. скупает сырье у всех добытчиков.

Модели несовершенной конкуренции

- ◆ Чистая конкуренция, если бы она вообще существовала, означала бы, что имеется большое количество продавцов, ни один из которых не может оказать существенное влияние на цену или поставки.
- ◆ Продукция была бы однородной, и имелось бы полное знание рынка и беспрепятственный выход на рынок.
- ◆ Ближайшим к идеальной конкуренции примером может служить нерегулируемый рынок сельскохозяйственной продукции.
- ◆ Очень мало (если вообще такое имеет место) специалистов по маркетингу работает в условиях чистой конкуренции.
- ◆ Чистая конкуренция условно является одним полюсом рыночной структуры, а монополия — противоположным.
- ◆ Большинство специалистов по маркетингу работают в конкурентной обстановке, которая могла бы быть условно размещена где-то между этими двумя полюсами.
- ◆ Рынок каждого предприятия при данном типе конкуренции невелик, спрос эластичен.

Классификация рынков по субъектам

◆ По субъектам, вступающим в обмен:



◆- рынок потребителей,



◆- производителей,



◆- промежуточных продавцов,



◆- государственных учреждений



- ◆ потребительский рынок - это совокупность отношений, возникающих между продавцами и покупателями работ, услуг, товаров, с одной стороны, и их потребителями - с другой; это отношения по поводу спроса, предложения и реализации предметов и услуг индивидуального потребления, складывающиеся в торговле, общественном питании, в сфере платных услуг. Потребительский рынок, его функционирование, определяется системой социально-экономических и организационных отношений по поводу производства и реализации потребительских товаров, социально-экономического обеспечения жизнедеятельности отдельных социальных групп и слоев населения конкретной территории.

- ◆ Рынок производителей- совокупность предприятий, приобретающих товары и услуги для использования их в процессе производства.
- ◆ Рынок государственных учреждений составляет организации федерального правительства, правительств штатов и местные органы, закупающие или арендующие товары, необходимые им для выполнения своих основных функций по отправлению власти.
- ◆
- ◆