**Тема 15. Ринок: його організація і типи**

1. Поняття ринку. Види ринків.

2. Ринок досконалої конкуренції.

1. У широкому розумінні *ринок* – це сфера товарного, так і не товарного обігу, вся сукупність економічних відносин з приводу купівлі та продажу товарів, причому найрізноманітніших (від засобів виробництва, предметів споживання, послуг, капіталів до робочої сили і інформації та ін.), де попит і пропозиція взаєморегулюють одне одного. Саме за допомогою ринку вони здійснюють рух, відтворюються за законами товарного виробництва та обігу.

Фактично *ринок* – це місце взаємодії покупців і продавців і як результат цієї взаємодії встановлюється рівноважна ціна і рівноважний обсяг.

*До основних рис ринку слід віднести:*

1) це система економічних відносин;

2) такі економічні відносини складаються між виробниками — господарюючими суб’єктами товарного господарства;

3) ці відносини складаються (мають місце) в процесі реалізації вироблених товарів та послуг шляхом купівлі — продажу;

4) процес реалізації товарів та послуг регулюється законами товарного господарства і насамперед законом попиту та пропозиції.

Сукупність зазначених рис якраз і відбиває той факт, що ринок — провідна, невіддільна категорія товарного господарства.

*Види ринків:*

*- споживчий ринок* (ринок товарів і послуг), з яким добре обізнаний кожен з нас. Ринок товарів, в свою чергу, можна поділити на ринок товарів поточного споживання (продукти харчування, одяг, взуття та ін.) і ринок товарів тривалого споживання (телевізори, холодильники, пилососи, п бутові прилади, автомобілі тощо).

*- ринок послуг* - сукупність організаційно-економічних і відносин економічної власності щодо організації та купівлі-продажу послуг. Перші пов'язані з організацією купівлі-продажу цього особливого товару, другі виникають у процесі створення послуг та їх споживання (своєрідного привласнення). Послуги створюються у сфері матеріального (громадське харчування, торгівля, побут та ін.) і нематеріального (освіта, охорона здоров'я, мистецтво, культура) виробництва.

*- ринок капіталу (ринок засобів виробництва) -* підсистема необхідних і сталих зв'язків між підприємцями, торговельними організаціями, частково кредитно-фінансовими інститутами і державою з приводу купівлі-продажу, передання в оренду засобів виробництва.

*- ринок праці -* це система суспільних відносин, пов'язаних з купівлею і продажем трудових послуг працівників (послуг праці).

У класичному розумінні *ринок праці*  — це сфера формування [попиту](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D0%BE%D0%BF%D0%B8%D1%82) і [пропозиції](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%BF%D0%BE%D0%B7%D0%B8%D1%86%D1%96%D1%8F) на [робочу силу](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%BE%D0%B1%D0%BE%D1%87%D0%B0_%D1%81%D0%B8%D0%BB%D0%B0) за допомогою ціни на працю (заробітної плати).

Іншими словами, ринок праці  — [ринок одного з факторів виробництва](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA_%D1%84%D0%B0%D0%BA%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B2_%D0%B2%D0%B8%D1%80%D0%BE%D0%B1%D0%BD%D0%B8%D1%86%D1%82%D0%B2%D0%B0), де домогосподарства в ролі найманих працівників пропонують свою працю (трудові послуги), а роботодавці (власники) — виробники товарів та послуг — потребують її.

*- фінансовий ринок* - це сукупність обмінно-перерозподільних відносин, пов'язаних з процесами купівлі-продажу фінансових ресурсів, необхідних для здійснення виробничої та фінансової діяльності. Відносини обміну пов'язані з переданням одним суб'єктом іншому за відповідну плату (відсотки, дивіденди, дисконтні знижки тощо) права на тимчасове чи постійне використання фінансових ресурсів. Таке передання може здійснюватись прямо чи через фінансових посередників (комерційні банки, інвестиційні фонди та ін.). Фінансовий ринок виконує надзвичайно важливі функції в ринковій економіці. Він є забезпечуючою структурою, насамперед для фінансів суб'єктів господарювання, які є базовою сферою фінансової системи. Їх фінансова діяльність розпочинається з формування ресурсів. Призначення фінансового ринку полягає в забезпеченні підприємствам належних умов для залучення необхідних коштів і продажу тимчасово вільних ресурсів. Таким чином, підприємства на фінансовому, як і на інших ринках, практично рівнозначні, як у ролі покупця, так і продавця ресурсів.

*- інформаційний ринок -* сукупність економічних відносин між суб'єктами господарювання, окремими індивідами у сфері обміну з приводу збирання, обробки, систематизації інформації та її купівлі-продажу згідно з законами товарного виробництва і привласнення на цій основі максимального прибутку. Основними об'єктами є програми ЕОМ баз різноманітних даних (фінансової, статистичної, комерційної інформації тощо), архівні документи, книги, відповідна інформація та техніка (засоби електронної комунікації) тощо.

*- ринок інтелектуальної власності* - система економічних відносин між різними суб'єктами господарювання з приводу організації, використання і купівлі-продажу патентів, ліцензій, інших об'єктів інтелектуальної власності і привласнення на цій основі частини необхідного і додаткового прибутку. В інтелектуальній власності виділяють кількісний та якісний аспекти. Кількісний аспект — різні об'єкти інтелектуальної власності (патенти, ліцензії, проекти, ноу-хау, програми математичного забезпечення, наукові прогнози та ін.); якісний аспект — відносини між людьми з приводу створення і привласнення названих об'єктів власності.

2. Ринок досконалої конкуренції.

Вибираючи масштаби виробництва, виробники керуються мотивом максимізації прибутку. Проте динаміка доходу, як одного з вирішальних факторів прибутку, багато у чому залежить від ринкової ситуації, насамперед, *від переважного типу конкуренції*. Як відомо, залежно від конкурентного середовища ринки поділяють *на чотири групи:* чистої (досконалої) конкуренції, монополістичної конкуренції, олігополії та чистої монополії. Тому слід окремо розглянути проблему вибору обсягів виробництва та максимізації прибутку для кожної ринкової ситуації.

Найважливішими ознаками, за якими виділяють різні моделі ринку, є:

* + кількість фірм-продавців на ринку;
  + тип продукту, що пропонується для продажу;
  + можливості контролю за цінами з боку продавців;
  + умови вступу в галузь додаткових виробників та виходу з неї;
  + метод конкуренції, який переважає на цьому ринку.

*Для ринку чистої (досконалої) конкуренції ці ознаки такі:*

1. Дуже багато продавців, які на рівних умовах конкурують між собою.

Поняття “дуже багато” не має кількісного виразу. Їх може бути тисячі, десятки або навіть сотні тисяч. Головне, щоб частка кожного з них на ринку була настільки малою, що збільшення чи зменшення обсягів продаж кимось з них ніяк не позначалося на ринковій ситуації взагалі.

Звичайно, такі умови трапляються досить рідко. Однак з певною умовністю цій ознаці відповідають ринки сільськогосподарської продукції в розвинених країнах, біржові торги чи продаж іноземної валюти на обмінних пунктах.

*2. Стандартна продукція, що пропонується для продажу*. Це означає, що споживач не відрізняє товар одного продавця від товару іншого, навіть якщо вони фактично мають відмінності. Тому йому однаково, у якого з продавців придбати товар.

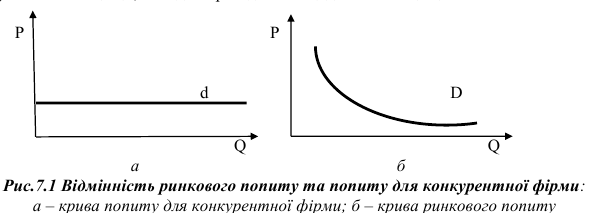
*3. Відсутність можливості у окремого продавця впливати на ринкову ціну.* Продавець може запропонувати свою продукцію за нижчими цінами, порівняно з тими, що склалися на ринку. Однак це, по-перше, не вплине на ринкову ціну взагалі, оскільки частка окремого продавця на ринку мізерна, а по друге, буде суперечити вихідному припущенню про максимізацію вигоди як основного мотиву поведінки економічних суб’єктів, адже у цьому разі прибуток продавця зменшиться порівняно з продажем товару за ринковою ціною. Йому не залишається іншого вибору, як продавати товар за ринковими цінами. Тому продавця в умовах досконалої конкуренції найчастіше називають “тим, хто погоджується з ціною”.

*4. Вільний вступ до галузі та вихід з неї.* Ринок буде конкурентним лише тоді, коли не існуватиме ніяких законодавчих, технологічних, фінансових чи інших перепон, що могли б завадити появі чи зникненню нових фірм, які виробляють певний продукт. На цій особливості досконалої конкуренції слід особливо наголосити, оскільки саме на ній ґрунтується пояснення механізму пристосування галузі до вимог ринку у довготерміновому періоді.

*5. Відсутність нецінової конкуренції.* Основою для проведення нецінової конкуренції, як правило, диференціація товару. Оскільки на конкурентному ринку товари стандартні, то підстав для нецінової конкуренції немає.

Співставлення перелічених ознак з існуючим конкурентним середовищем у реальній економіці показує, що чиста конкуренція – явище унікальне. Сьогодні майже немає сфер, де можна було б виявити ці ознаки.

В умовах чистої конкуренції, як уже відзначалося, фірма не може проводити власної цінової політики. Вона може лише пристосовуватися до тих цін, які на даний час склалися на ринку. Отже, можна зробити дуже важливий висновок: скільки продукції для продажу не запропонувала б конкурентна фірма, це ніяк не вплине на ринкову ціну. Інакше кажучи, на відміну від ринкового попиту крива попиту, з якою стикається окремий конкурентний виробник, абсолютно еластична.



Особливості попиту на продукт конкурентної фірми проявляються також через динаміку основних показників, що характеризують її доходи, залежно від обсягів продаж. *До таких показників належать:*

*1. Валовий (сукупний) дохід (TR*) – це загальна виручка від продажу всього обсягу продукції.

*2. Середній дохід (AR)* – це валовий дохід у розрахунку на одиницю проданої продукції:

AR = TR/Q.

*3. Граничний дохід (MR*) – це приріст валового доходу, який є результатом продажу ще однієї одиниці продукції:

