

# КРИТЕРІАЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПОНЯТЬ «СТРУКТУРА РИНКУ» ТА «РИНКОВІ СТРУКТУРИ»

Вінницький національний технічний університет

## *Анотація*

*Вивчено методики визначення типів ринків та проаналізовано класифікаційні критерії типізації ринкових структур.*

**Ключові слова:** структура, структура ринку, тип ринку, ринкова структура, монополія, олігополія, монополістична конкуренція, досконала конкуренція.

## **Abstract**

*The paper determines methodics for determining the types of markets and analyzes classification criteria for the typification of market structures.*

**Keywords:** structure, market type, market structure, monopoly, oligopoly, monopolistic competition, perfect competition.

Для дослідження галузевого ринку необхідним є з'ясування понять внутрішня будова та її складові, класифікаційні ознаки визначення типів ринків. Термін "внутрішня будова ринку" був введений в 1906 р В. С. Войтинським, що відповідає англomовному терміну «market structures» (ринкові структури), німецькому «market Formen» (ринкові форми), французькому «types de marche» (типи ринку, також часто викривується "морфологія ринків", або просто "економічна морфологія", а в англо- і франкомовній його називають таксономією, або класифікацією, ринків.

В вітчизняній літературі використовуються такі терміни як ринкова модель, структура, форма та тип ринку. Але на нашу думку ці поняття не є повністю рівнозначними, тому використання їх як еквівалентів неможливо.

Існують різні типи ринку, залежно від різних підходів до їх класифікації на основі ринкових структур.

Вперше Г. фон Штакельберг у 1934 р. було запропоновано визначення типу ринку за двома основними критеріями, такі як: кількість покупців та продавців. Дані критерії мають наступні вимірники, такі як: багато, декілька, один. За таким способом отримуємо дев'ять класичних випадків (двобічна поліполія; олігополія; двобічна олігополія; монополія; монополія, що обмежена олігополією; двобічна монополія; олігополія; монополія, що обмежена олігополією), які описують п'ять ринкових структур: поліполію, олігополію, монополію, олігополію монополію. В літературі методика визначення типу ринку за Г. фон Штакельбергом носить назву класифікація ринку попиту та пропозиції.

У 50–60х рр. ХХ ст. гарвардські економісти Е. Чемберлін та Дж. Бейн запропонували інший спосіб побудови та визначення типу ринку, який базувався на трьох параметрах, таких як: взаємозамінність товарів, взаємозалежність підприємств та умови входу. Перших два критерії було запропоновано Е. Чемберліном, оскільки саме цим вченим було вперше розкрито в 30-х роках поняття диференціації продукції та здійснено детальний опис монополістичної конкуренції у своїй праці «Теорія монополістичної конкуренції». Третій критерій було запропоновано Дж. Бейном, оскільки саме цей вчений досліджував та визначив критерії вимірювання вхідних бар'єрів. За такою методикою отримуємо п'ять класичних випадків, які й представляють чотири ринкові структури а саме: досконалу конкуренцію, монополістичну конкуренцію, олігополію та монополію. Лише за олігополістичного типу ринку структура ринку має розгалуження на однорідну та неоднорідну олігополію всі інші відповідають назві типу ринку В літературі ця методика носить назву класифікація галузевих ринків за Е. Чемберліном та Дж. Бейном.

Інші вчені Д. Хей і Д. Морріс запропонували власні критерії визначення типу ринкових структур, а саме: концентрацію, масштаб фірми та диференціацію продукції. Критерії автори пропонують оцінювати «високий» та «низький» рівень. В результаті отримуємо вісім класичних випадків за усіма можливими конфігураціями оцінювання означених критеріїв, які представляються наступні результати

визначення типу ринкових структур: монополія, але яка частіше за все призводить до диференційованої олігополії; структура, яка лежить в основі однорідної олігополії; нереальний оскільки великий масштаб фірми не узгоджується з низькою концентрацією та навпаки; відображає структуру, яка є основою аналізу монополістичної конкуренції; ситуація вказує на структурні умови, що наближаються до досконалої конкуренції Варто зазначити, що чотири із розглянутих ситуацій із різними конфігураціями критеріїв відповідають однаковому результату, тобто конкретній ринковій структурі, тому результатів представлено всього п'ять. В цих чотирьох випадках набір оцінок критеріїв такий, що не презентує реалістичної ситуації оскільки між собою не узгоджуються. Дані результати знаходяться в межах класичних ринкових структур саме: досконала конкуренція; монополістична конкуренція; монополія; олігополія.

В. Ойкеном було розглянуто наступні типи ринків, а саме: конкуренція; олігополія; монополія (індивідуальна чи картельного типу). На основі яких та двох критеріїв форм попиту та пропозиції було сформовано форми ринку, як зазначено у В. Ойкена, або використовуючи власне авторське позначення, класичні випадки в межах основних типів ринку. Отже, до олігопольного типу ринку можемо згрупувати наступні випадки: часткова олігополія пропозиції; олігополія пропозиції; частково олігополістична, обмежена олігополія пропозиції; олігополія попиту; часткова олігополія попиту; частково олігополістична, обмежена олігополія попиту; двобічна часткова олігополія. До монопольного типу ринку можна віднести наступні випадки: часткова монополія пропозиції; монополія пропозиції; часткова монополія попиту; двобічна часткова монополія; частково монополістична, обмежена монополія пропозиції; монополія попиту. До комбінованого типу ринку олігополії із ознаками олігополії віносяться: олігополістична обмежена часткова монополія пропозиції; частково олігополістична, обмежена часткова монополія попиту; олігополістична обмежена часткова монополія попиту; частково олігополістична, обмежена монополія попиту; олігополістична обмежена монополія попиту.

Найвідомішою класифікацією є та, що використовується в більшості англійських підручників з мікроекономіки, в якій за основу беруться такі показники структури ринку, як кількість фірм на ринку та характер продукції. За такими ознаками структури ринку розрізняють ринки досконалої, монополістичної, олігополістичної конкуренції та чистої монополії.

Якщо за основу класифікації ринку взяти два головних параметри: чисельність продавців та характер продукту, то можемо отримати шість випадків (чиста монополія; чиста багатопродуктова монополія; гомогенна олігополія; олігополія з диференційованою продукцією; чиста конкуренція; монополістична конкуренція) в межах чотирьох основних типів ринку продавця: монополії, олігополії, чистої та монополістичної конкуренції. Ця класифікація є також загальновідомою і представлена в табл. 1.

Таблиця 1 - Класифікація ринку пропозиції

Характер продукції	Кількість продавців		
	один	декілька	багато
Однорідна продукція	Чиста монополія	Гомогенна олігополія	Чиста конкуренція
Диференційований продукт	Чиста багатопродуктова монополія	Олігополія з диференційованою продукцією	Монополістична конкуренція

Отже, методики по визначенню типу ринку мають однаковий характер, перш за все – це чіткі критерії, яким має відповідати той чи інший тип ринку, та є представлені у вигляді матриць, де перетин горизонтальної та вертикальної вісі вказує на конкретний тип ринку. В літературі матриці, які були детально описані вище мають назву «класифікацій», проте варто зазначити, що це є методики визначення типу ринку за специфічними критеріями та спосіб класифікації ринків за певними ознаками. Отже, кожна ринкова структура має чіткий набір критеріїв, яким вона відповідає і за якими саме їх класифікують і типізують. Можемо відмітити, що всі класифікаційні характеристики типізації форм ринків виходять з п'яти основних умов досконалої конкуренції, які були узагальнені та вперше детально описані Дж. Стіглером [1].

Варто зазначити, що поняття «структура» можемо визначити [2] як взаєморозміщення та взаємозв'язок складових частин цілого; будова, а з іншого боку - це устрій, організація чого-небудь.

Поняття “тип ринкової структури” кваліфікується як узагальнююча теоретична модель (конструкція) ринків, що характеризується необхідним набором істотних ознак для їхнього групування. Поняття “тип ринкової структури” є результатом типологічного опису (типологізації). Можна запропонувати таке визначення типів ринкових структур – це сукупність ринкових структур, яким притаманні загальні риси, що проявляються в єдності закономірностей і тенденцій їх функціонування та розвитку на основі подібних взаємодій і взаємозалежностей між суб'єктами господарювання [3].

Філюк Г. М. [4] зазначає, що ринкова структура – це внутрішня організація ринку, яка описується множинністю факторів кількісного (кількість фірм, які функціонують на ринку, та співвідношенням їх ринкових часток) і якісного (ступінь диференціації продукції, характер вхідних та вихідних бар'єрів, мобільність ресурсів, ступінь доступності інформації) характеру, а також специфікою ієрархічних, мережевих і горизонтальних зв'язків між суб'єктами господарювання, які впливають на тип соціально-економічних відносин між ними.

В свою чергу, внутрішня структура ринку характеризується чисельністю та розподілом продавців та покупців, рівнем диференціації, наявністю або відсутністю бар'єрів входження на ринок нових фірм, рівнем вертикальної інтеграції підприємств, ступенем диверсифікації виробництва фірми.

Для оцінки структури ринків використовуються такі показники:

- концентрації, серед яких загальний рівень активності великих підприємств, рівень домінування на ринку одного або декількох продавців, рівень монопольної влади, масштаби фірм, крива концентрації, індекси концентрації;
- види та рівень бар'єрів входження на ринок нових фірм: якість товару і реклама; вертикальна інтеграція як стратегічні бар'єри входу на ринок;
- рівень диференціації;
- рівень диверсифікації фірм за продуктовими лініями;
- рівень вертикальної інтеграції фірм.

#### **Висновки:**

Сучасні критерії типізації ринкових структур, що представлені різними авторами у розгорнутому чи більш скороченому вигляді, мають наступний вигляд. Така класифікація передбачає: чотири форми ринків (досконала конкуренція, монополістична конкуренція, олігополія, монополія), кількість виробників, силу конкуренції, частки на ринку окремих суб'єктів, доступ до ринку, політику ціноутворення, роль якості у конкуренції, роль реклами у просуванні товару, норми прибутку виробника (орієнтовно), ефективність використання ресурсів та ін. При цьому більш типовим є винесення авторами наступних класифікаційних ознак: кількість продавців, диференціація продукту, рівень зусиль для входу на ринок, контроль над ціною, нецінова конкуренція. До інших класифікаційних ознак відносять: асиметрію інформації, бар'єри для входу та виходу за галузі, тип продукту, кількість фірм, ринкову владу.

Проте, вище означені параметри лише описують внутрішню структуру ринку як його будову, проте не визначають його устрою та не узагальнюють певну ринкову структуру.

#### **СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ**

1. «Словник іншомовних слів». [Електронний ресурс]. <https://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%D1%F2%F0%F3%EA%F2%F3%F0%E0>
2. Джордж Дж. Стиглер. Совершенная конкуренция: исторический ракурс. Вехи экономической мысли. Теория фирмы. Т.2. Под ред. В.М.Гальперина. СПб.: Экономическая школа. 1999.
3. Філюк Г. М. Наукові підходи до типологізації ринкових структур. *Наукові праці НДФІ*. 2009. 4(49). С. 91 – 102.
4. Філюк Г. М. Особливості трансформації ринкових структур у транзитивній економіці. *Теоретичні та прикладні питання економіки*. Випуск 24. С. 196 – 204.

**Філатова Любов Сергіївна** — канд. екон. наук, старший викладач кафедри менеджменту, маркетингу та економіки, Вінницький національний технічний університет. e-mail: [filatovalyba@gmail.com](mailto:filatovalyba@gmail.com).

**Filatova Lyubov Sergiyivna** — Cand. Sc. (Economics), Senior Lecturer with the Department of Management, marketing and Economics, Vinnytsia National Technical University, Vinnytsia.