

РИНОК ТА ЙОГО ВИДИ

Як відомо, **ринок** – це місце зустрічі попиту і пропозиції. Це система економічних взаємовідносин, в результаті яких взаємоузгоджуються та задовольняються потреби виробника (постачальника) та споживача (покупця). В свою чергу, зустріч регламентується правилами гри і механізмами. Правила гри на сучасному ринку характеризуються наступними поняттями:

- платність;
- свобода вибору;
- самозабезпеченість;
- право кожного самостійно приймати рішення.

Ринкові механізми – це способи взаємодії попиту і пропозиції з одного боку, і організації виробництва і розподілу товарів – з іншого.

Крім усього вищезазначеного, необхідно завжди пам'ятати, що ринок являє собою поєднання наступних протидіючих начал:

- стихійність і організованість;
- конкуренція і монополізм;
- індивідуальність і колективні дії;
- вміння, майстерність і престиж, заробіток;
- стабільність і динамізм, змінність ситуацій;
- суворість правил та імпровізація;
- гармонія і пристрасті, драматизм.

Таким чином, ринок – це не щось статичне, а навпаки, дещо, що знаходиться у змінному стані, зберігаючи при цьому рівновагу за рахунок рівнодії протилежно спрямованих сил.

Існує шість *ознак*, за якими можна класифікувати види ринку.

Перша ознака: “Характер попиту”, за нею існує 3 види ринків: повний, потенційний і досягнутий.

Повний ринок – це ринок, в цілому насичений даним видом товарів, намагання реалізувати свою продукцію в його межах – невиправданий оптимізм.

Потенційний ринок – це ринок, який має перспективу реалізації товару при визначених умовах. На даному ринку, як правило, лише від випадку до випадку вдається реалізувати продукцію своєї фірми.

Досягнутий ринок – це ринок, на якому “наші клієнти” купують товар тільки в нас, за ціною, яка нас задовольняє.

Друга ознака: “Географія попиту”, на цій основі визначається 4 види ринків: **світовий, національний, регіональний і локальний**. Отримання переваги на локальному ринку спрямовує підприємця до боротьби на регіональному, після перемоги на регіональному – слідує вихід на національний тощо.

Третя ознака: “Ринки за видами товарів”. Існує дуже багато ринків: **товарно-сировинні, споживчі, засобів виробництва, праці, цінних паперів** та ін.

Новітньою рисою сучасного світового економічного середовища є формування інформаційного ринку, форми та види конкуренції на якому змінюються щодня.

Четверта ознака: “Ринки, за динамікою насичення”. Існує 2 види ринку: зростаючий і “безплідний”. **Зростаючий** – це ринок, що має реальну здатність до зростання, збільшення кількісного потенціалу, як з боку споживачів, так і постачальників.

“Безплідний” – це ринок, що не має перспективи для реалізації товару чи групи товарів, ринок, про який говорять, що він повністю насичений. Розподіл на ці дві групи товарів визначається внаслідок дії дуже багатьох чинників, які можна умовно об’єднати в декілька груп:

- демографічний стан та міграційні тенденції в межах певної географічної території;
- рівень доходів населення, зумовлений рівнем заробітної плати, можливостей самореалізації та соціального захисту населення;
- рівень розвитку підприємництва, зокрема інноваційного;
- рівень демократизації суспільних відносин;
- рівень розвитку відносин власності;
- кількість продавців, що визначає модель ринку.

П’ята ознака: “Ринок за обсягом реалізації”. За цією ознакою існує два види ринків: основний і додатковий.

Основний – це ринок, де реалізується більша частина товарів чи товарної групи підприємства.

Додатковий ринок – це ринок, де реалізується невелика частина товару чи товарної групи. Диверсифікація продажів та наявність значної кількості додаткових ринків в змозі врятувати підприємство у випадку появи негараздів на основному ринку. Однак це не значить, що максимальну увагу слід приділяти саме додатковим ринкам.

Шоста ознака: “Ринки за категоріями”, за нею визначають два види ринків: оптовий і роздрібний.

Оптовий – це ринок продажу великих партій товарів і товарних груп фізичним і юридичним особам. Продаж товарів оптовими партіями дозволяє максимізувати прибутки не за рахунок ціни, а за рахунок обсягу продажу.

Роздрібний – це ринок продажу товарів чи товарних груп фізичним і, частково, юридичним особам невеликими обсягами, через те, що роздрібна ціна значно вища за оптову.

Вільне володіння поняттями про види ринків дозволяє бізнесмену безперервно шукати нові ніші для свого бізнесу, не зациклюючись на досягнутому рівні прибутку.

Використана література:

1. Яковенко Р. В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – 212 с.
2. Яковенко Р. В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник / Роман

Яковенко. – [Вид. 2-ге, випр.]. – Кіровоград : видавець Лисенко В.Ф., 2015. – 130 с.

3. Яковенко Р. В. Основи теорії економіки для технічних спеціальностей : навч. посіб / Роман Яковенко. – Кіровоград : „Поліграф-Сервіс”, 2009. – 120 с. : іл.

Р. В. ЯКОВЕНКО,
к.е.н., доцент