

DOI: [10.32702/2307-2105-2018.12.71](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.12.71)

УДК 330.42

*С. В. Прохорчук,  
к. э. н., доцент, профессор кафедры финансов, учета и налогообложения  
Международного университета бизнеса и права, Херсон  
А. Э. Халилов,  
к. э. н., докторант Международного университета бизнеса и права, Херсон*

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЛЯ ПОТРЕБЛЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЙ СИСТЕМЕ**

*S. V. Prohorchuk  
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,  
Professor of the Department of Finance, Accounting and Taxation  
International University of Business and Law, Kherson  
A. E. Khalilov  
Candidate of Economic Sciences, doctoral candidate,  
International University of Business and Law, Kherson*

## **FEATURES OF FORMATION OF MARKET INFRASTRUCTURE FOR CONSUMPTION IN THE ECONOMIC SYSTEM**

*С. В. Прохорчук,  
к. е. н., доцент, професор кафедри фінансів, обліку і оподаткування  
Міжнародного університету бізнесу і права, Херсон  
А. Е. Халілов,  
к. е. н., докторант, Міжнародного університету бізнесу і права, Херсон*

## **ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ДЛЯ СПОЖИВАННЯ В ЕКОНОМІЧНІЙ СИСТЕМІ**

*В статье рассмотрена структура рынка и его взаимосвязи. Изменения в экономике подвержены трансформации структуры потребительского сегмента рынка. Определено, что рост производства и возникновение новых видов деятельности приводят к образованию узких рынков, ориентированных на определенный товар и покупателя. В свою очередь, образование новых рынков приводит к возникновению новых возможностей, а также к повышению занятости населения. Дана характеристика виртуальному рынку связи потребителя и покупателя. Для каждого рынка приведены положительные и отрицательные стороны. Определено, что решение экономического агента по отношению к мировому рынку, направлено на удержание позиций на рынке или захват определенного сегмента. Отмечено, что глобализация приводит к формированию единого экономического пространства на котором развивается механизм единого стандарта на международном уровне. Описан горизонтальный рынок и процессы, протекающие на*

данном уровне. Приведено состояние рынков и действия экономических агентов на них. Отмечено, что горизонтальное взаимодействие отраслевого сегмента в системе национальной экономики приводит к образованию новой зоны, в дальнейшем трансформируется в самостоятельный рынок. Подчеркнуто важную роль дальнейшей интеграции и снижение административного аппарата используемого для защиты национальных рынков, которые приводят к объединению целостных рыночных связей.

*The article describes the structure of the market and its relationship. Changes in the economy are subject to transformation of the structure of the consumer segment of the market. It has been determined that the growth of production and the emergence of new types of activity lead to the formation of narrow markets focused on a specific product and buyer. In turn, the formation of new markets leads to the emergence of new opportunities, as well as to increased employment. At the same time, globalization and innovation trends lead to fierce competition. The development of markets and the expansion of opportunities provide an additional incentive to their reproductive system. The characteristic of the virtual market of communication of the consumer and the buyer is given. For each market, there are positive and negative sides. It was determined that the decision of the economic agent in relation to the world market is aimed at maintaining positions in the market or capturing a certain segment. It was noted that globalization leads to the formation of a single economic space on which the mechanism of a single standard is developed at the international level. Considered the formation of a new market. The horizontal market and processes occurring at this level are described. The state of the markets and the actions of economic agents on them are given. The horizontal interaction of the industry segment in the system of the national economy leads to the formation of a new zone, which is subsequently transformed into an independent market. Changing the market structure leads to the formation of new opportunities that contribute to a more optimal use of existing resources. It is determined that the theory of decision-making depends on the market situation. The current situation in which standards are unified and legislative barriers are removed is characterized. Further integration and reduction of the administrative apparatus used to protect national markets lead to the consolidation of holistic market relations.*

У статті розглянута структура ринку і його взаємозв'язку. Зміни в економіці схильні до трансформації структури споживчого сегмента ринку. Визначено, що зростання виробництва і виникнення нових видів діяльності призводять до утворення вузьких ринків, орієнтованих на певний товар і покупця. У свою чергу, утворення нових ринків призводить до виникнення нових можливостей, а також до підвищення зайнятості населення. У той же час, глобалізація та інноваційні тенденції призводять до запеклої конкуренції. Розвиток ринків і розширення можливості дають додатковий стимул своїй відтворювальній системі. Охарактеризовано віртуальний ринок зв'язку споживача і покупця. Для кожного ринку наведені позитивні і негативні сторони. Визначено, що рішення економічного агента по відношенню до світового ринку, направлено на утримання позицій на ринку або захоплення певного сегмента. Відзначено, що глобалізація призводить до формування єдиного економічного простору в якому розвивається механізм єдиного стандарту на міжнародному рівні. Розглянуто створення нового ринку та описано горизонтальний ринок і процеси, що протікають на даному рівні. Наведено стан ринків і дії економічних агентів на них. Відзначено, що горизонтальна взаємодія галузевого сегмента в системі національної економіки призводить до утворення нової зони, що в подальшому трансформується в самостійний ринок. Зміна структури ринку призводить до формування нових можливостей, які сприяють більш раціональному використанню наявних ресурсів. Визначено, що теорія прийняття рішення залежить від ситуації на ринку. Охарактеризована сучасна ситуація, при якій стандарти уніфікуються і знімаються законодавчі бар'єри. Підкреслено важливу роль подальшої інтеграції і зниження адміністративного апарату, що використовується для захисту національних ринків, які призводять до об'єднання цілісних ринкових зв'язків.

**Ключевые слова:** экономический агент; рынок; горизонтальный рынок; вертикальный рынок; состояние рынка.

**Keywords:** economic agent; market; horizontal market; vertical market; market condition.

**Ключові слова:** економічний агент; ринок; горизонтальний ринок; вертикальний ринок; стан ринку.

**Постановка проблемы.** Изменения в национальной экономике подвержены трансформации структуры потребительского сегмента рынка. Рост производства и возникновение новых видов деятельности приводят к образованию узких рынков, ориентированных на определенный товар и покупателя. Повышение стоимости товара за счет дополнительных услуг связано с консультацией, обслуживанием и сервисом товара. Образование новых рынков приводит к возникновению возможностей, а также к повышению занятости населения.

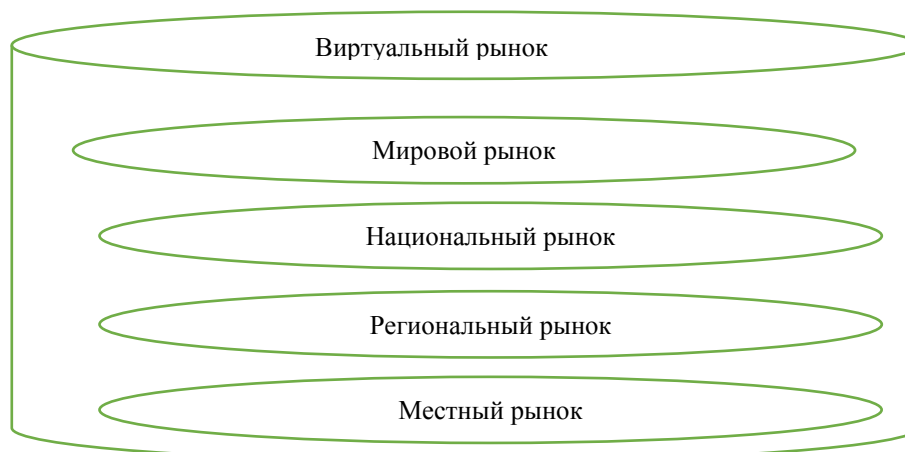
Глобализация и инновационные тенденции приводят к ожесточённой конкуренции, в результате этого все продавцы стремятся расширить распространение своих товаров на других рынках. Развитие рынков и расширение возможности дать дополнительный стимул своей воспроизводственной системе, совершенствование данного механизма позволяет увеличить собственный рынок сбыта.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Проблемами формирования рыночной инфраструктуры для потребления и принятия решений занимались отечественные и зарубежные ученые такие как: Саймон Г.А.[1], Швери Р.[2], Петров А.Н.[3], Андреева Т.В.[4], Акерлоф Д.[5] и др.

**Целью** статьи является выявление и обоснование особенностей в формировании рыночной инфраструктуры для потребления.

**Изложение основного материала.** Мировая экономическая система расширяется, приводя в движение консервативные рынки, тем самым подталкивая к бурному развитию их. Глобализация приводит к стремительному развитию рыночной структуры, в основе которой находятся информационные потоки. Финансовая система упрощена до такой степени, что потребитель не выходя из дома, совершает покупки, все эти процессы изменяют рыночную систему страны [1].

В национальном хозяйстве можно выделить вертикальное объединение рынка, а также и горизонтальное. Вертикальная структура рынка изучена достаточно хорошо, и за последнее время не претерпела изменений (рисунок 1).



**Рисунок 1. Вертикальные интеграции рынков**

Как показано на рисунке 1, вертикальная интеграция рынка является одним условием глобализационного развития общества, то есть формируется открытая связь между всеми рынками экономики не только в стране, а также за её пределами.

Виртуальный рынок связи потребителя и покупателя осуществляется через интернет, то есть доступности сети и определенная знания приводят к легкости взаимодействия между клиентом и производителем. Виртуальный рынок как феном 20-го столетия появился благодаря развитию интернета как повышения коммуникационного менеджмента.

Поисковые системы способны быстрее осуществить поиск необходимого товара и услуги независимо от местонахождения. Переход предприятий в виртуальное пространство позволило оптимизировать затраты в

цепи поставок от клиента к потребителю. Экономический агент и его действие в новой среде является оптимальными по отношению к устаревшим вариантам [2].

Положительная сторона сводится к следующему:

1. Большой ассортимент продукции, который можно купить в интернет - площадке. Формируется новая тенденция, которая направлена на покупку товаров в другой стране, где товар может быть значительно дешевле местного рынка.

2. В сфере услуг возможно бронировать самому туристические туры дешевле, чем на местном рынке. В данную группу входит туризм и все возможные путешествия.

3. Открытость информации для экономического агента, возможность самостоятельного анализа и принятия решения относительно продукции.

Отрицательные стороны сводятся к следующему:

1) Большой объем данных приводит к увеличению затрат времени экономическим агентом. Поиск направлен на анализ и выводы, которые используются для дальнейшего развития бизнеса.

2) Невозможно получить физические параметры товара, то есть общую информацию можно получить только на фото. Невозможно заранее определить характеристику продукции товаров из-за различных стандартов рынка. Возникает вопрос об удовлетворении полностью потребности экономического агента.

3) Возврат неподходящего товара оказывается очень сложным процессом. Основные трудности возникают финансовые, которые связаны с большой стоимостью пересылки товара, чем сам товар.

Таким образом, рассмотрены основные положительные и отрицательные стороны виртуального рынка. На практике возникает гораздо больше трудностей для иностранных агентов, которые покупают товар за границей.

Эта тенденция является увеличением оборота товаров в интернет- площадках, которые приводят к коммуникации между участниками рынка.

Потребительское общество всегда стремится увеличить потребление, тем самым возникают новые возможности и открываются новые рынки для удовлетворения нужд клиентов.

Следующим по значимости рынка сбыта товаров и услуг является мировой рынок, который длительное время имел первенство по коммуникации между экономическими агентами. После появления виртуального рынка данная тенденция уменьшилась.

Решение экономического агента направлено на удержание доли рынка или захват. С одной стороны, происходит удержание позиций на рынке, а с другой стороны, захват определенного сегмента.

При неудачной стратегии удержания возникает ситуация, которая характеризуется потерей доли на рынке.

На мировом рынке регулируется продажа с национальными хозяйствами, осуществляется взаимодействие покупателя с продавцом. Объемы и продажи на данном рынке большие, рост связи приводит к повышению конкурентоспособности страны на мировом уровне.

В национальной системе каждый регион выходит на данный вид рынка для осуществления купли и продажи товаров, которых нет на территории или находится в дефиците.

Глобализация приводит к формированию единого экономического пространства. Первый шаг на этом пути состоит в формировании мирового рынка как механизма развития единого стандарта на международном уровне[2].

Глобальный рынок всегда сложная категория, в которой процессы протекают в больших объемах.

Удержание своих позиций на рынке направлено экономическим агентом на использование большого объема инновационных технологий в производстве. Обороты продаж идут в очень больших масштабах, мелкое серийное производство практически отсутствует или выпускают технику высокоинтеллектуальную.

Данный рынок самый крупный, решения применяются для удовлетворения спроса национального хозяйства.

Формируется предложение на основе потребительских предпочтений каждой экономической страны. Здесь изменяется товар, особенно его характеристики, для того, чтобы можно было реализовывать на нижестоящем рынке.

Выполняется координация всей мировой экономики в единую целую систему глобальным взаимодействием национальных хозяйств. Каждая страна в мире является тесно зависимой от экономической ситуации, которая происходит в других странах мира. Большая ориентация идет на США, которые являются ведущей экономической страной мира. Теснота взаимодействия приводит экономического агента к проблеме, которая является системной, так как возник мировой кризис и распространился по всему миру.

Региональный рынок осуществляет координацию и оптимизацию процессов распределения товаров и услуг для муниципальных образований.

Здесь также можно выделить решения экономического агента, направленные для формирования своих действий для успешного развития стратегии захвата рынка.

Любая деятельность направлена на достижение эффективного результата, где решения касаются задач, на основе которых строится стратегия развития организации.

Потребления экономическим агентом на данном рынке ограничено, так как выбор товаров и материалов не достаточный.

Большая часть региона ориентирована на потребление заграничных товаров, а услуги выбирают местного значения. Узкий ассортимент местного рынка приводит к необходимости обращаться выше. Если в вышестоящей структуре отсутствует товар, то экономический агент идет на мировой рынок.

Развитие такого рынка достаточно специфичное, где сильно влияют исторические особенности по данному направлению продаж.

Современные понятия крупного рынка базируются только на национальном уровне. Преимущество местного рынка заключается в выборе потребителя, так как является близким к нему. В конкуренции за потребителя формируется жесткая борьба между рынками.

Регион является объединением нескольких муниципальных образований, в которых раньше можно было продавать товары, производимые в данных городах.

Все большая часть товаров принадлежит иностранным агентам, местное предпринимательство оказывают только услуги потребителю по распространению товаров на рынке.

Изменения коснулись всей структуры реализации и повлияли на потребителя, приводя к новым возможностям, тем самым региональный рынок становится невостребованным современным покупателем в национальном хозяйстве.

Местный рынок по своим свойствам самый бедный, так как производственные мощности, которые находятся на территории, не всегда удовлетворяют растущий спрос.

Развитие инфраструктур позволяет быстро осуществлять доставку товара от производителя регионального или национального хозяйства к местному. Здесь необходимо уделять внимание развитию услуг и сопутствующие деятельности. В большинстве случаев муниципалитеты слабо развиты в экономическом плане. Возникает ситуация, где большинство муниципалитета завозит основную продукцию на территорию [3].

Развитие экономического рынка не способствует к сбалансированной экономике, то есть отстающие муниципалитеты до сих пор распространены в национальном хозяйстве. Экономическому агенту сложно найти эффективное решение в данных реалиях, приходится приспосабливаться или уходить в сторону услуг.

Деятельность услуг на таком уровне актуальнее за счет туризма, движения людей, а рост только сервиса приводит к деформации экономики, особенно это проявляется в маленьких муниципалитетах.

Трудовой потенциал встречается низкий, так как сфера услуг местного значения является малоквалифицированной областью. Повышение денежных средств недостаточно для населения, то есть падает покупательная способность.

Сельское население занимается фермерским хозяйством, а потребление товаров ориентировано на промышленную продукцию. В большинстве случаев сталкиваются с трудностями, в которых сложно принимать экономические решения, так как другие сферы плохо развиты.

Рынок состоит из вертикальных и горизонтальных связей, которые объединяются в единую экономическую систему страны.

Вертикальные связи были рассмотрены выше, то есть они объединяют территорию рынка в национальном хозяйстве. Рассмотрим более подробно отраслевые рынки.

Отраслевой рынок в большей части является горизонтальным, то есть каждое производство стремится к развитию собственного сегмента, а в дальнейшем собственной доли. В этом случае, какая то часть рынка принадлежит к определенной отрасли регионов в стране. Рынок разделяется на характерные части по своим свойствам, но эти части имеют свою определенную структуру и форму, на основе которых строится управление системой.

Весь вопрос заключается, когда отраслевой сегмент перерастет в более сложный элемент национального хозяйства, а именно в самостоятельный рынок. Целостность общего рынка не нарушается отделением его части, так как отраслевой рынок продолжает иметь связи с общим рынком.

Возникновение нового сегмента рынка всегда имеет меньший размер по сравнению с другими. Определенный уровень сегмента, его коммуникации дают возможность к формированию самостоятельных связей между экономическими агентами отраслевого рынка

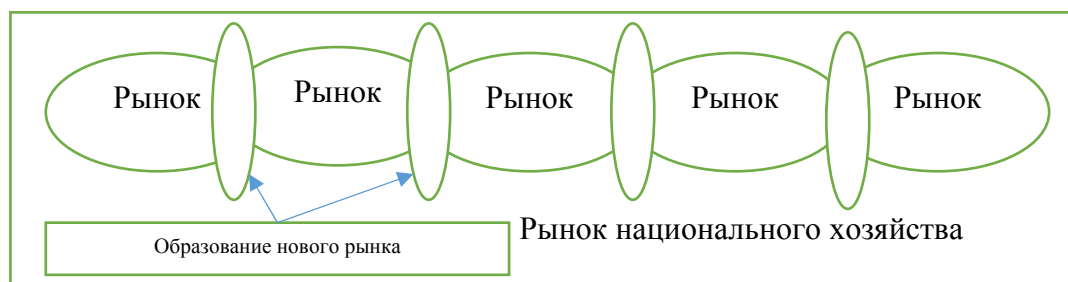
Определение структуры рынка процесс сложный, который требует выделить законодательные границы, а затем и нормативную базу.

Сама рыночная структура достаточно условное понятие, в котором процессы разделяются на управляемые и спонтанные. Управляемые процессы являются деятельностью экономического агента, где возможно регулирование и прогнозирование[4]. К сожалению, не всеми сегментами рынка можно управлять.

Спонтанные процессы являются процессами, которые протекают хаотично, без определенных четких тенденций, на основе которых строится взаимодействие между экономическими агентами.

Также следует отметить теневой рынок, как особенность развития части системы региона. В большей части теневая сторона является хорошо спланированной, жестко управляемой рынком в регионе.

Горизонтальное взаимодействие отраслевого сегмента в системе национальной экономики приводит к образованию новой зоны, в дальнейшем трансформируется в самостоятельный рынок (рисунок 2)



**Рисунок 2. Образование нового рынка в экономической системе**

На рисунке 2 показано образование нового рынка. Рынок национального хозяйства объединяет в себя все отраслевые рынки в единую систему национального уровня.

Новый рынок появляется на основе взаимодействия нескольких рынков между собой. Если приводить пример, то лучше всего рынок инновации и инвестиции, впоследствии образуется инновационно - инвестиционный рынок. Интеграция интересов потенциальных инвесторов, стремление их к получению высокой прибыли приводит к инновациям, которые быстрее других позволяют получить доход.

Изменение структуры рынка приводит к формированию новых возможностей, которые способствуют более оптимальному использованию имеющихся ресурсов. Развитие и рост рынка не всегда возможно предсказать, так как специализированные и узко ориентированные направления приводят к сужению предложений для потребителя, которому интересна продукция.

Рынок национального хозяйства попадает под государственное влияние, определение его параметров и основных положений является задачей государственного контроля. Вследствие этого стремительное развитие условий повышает транзитивность параметров. Определенные механизмы государственного регулирования не всегда успевают за новообразованиями, тем самым в данной сфере возникают предпосылки теневого характера [5].

Образование нового рынка не всегда выступает положительно для экономической системы, так как коррупция и другие пагубные влияния растут быстрее. Законодательная инициатива государства не успевает внедрить нормы правил действий экономических субъектов.

Формируется система ценности на каждом определенном рынке на основе коммуникативного менеджмента. Образуется так называемая иерархия между контрагентами на рынке.

Конкурентоспособности предприятиям на рынке не всегда удаётся достичь, так как изменения параметров (налоги, барьеры, госрегулирование) приводят к изменениям структуры внутри рынка. Организации не всегда могут приспособиться к нововведению, таким образом теневая экономика образуется не только из-за создания новых образований, а также в результате приспособлений старых агентов по старым правилам к новым проблемам на рынке.

Ситуация на рынке динамично меняется, изменения правил приводят к отказам некоторых агентов принять новые правила, в результате этого формируется пласт, в котором протекают операции по старым законам (табл.1). В таблице представлено состояние рынков, характеристика, воздействие и управленческие решения.

Состояния рынка показывает ситуацию, которая сложилась в данный период времени, а также влияние на экономических агентов.

Источники воздействия определяют основные возможности организаций на рынке, формирование основных границ, по которым осуществляется влияние.

**Таблица 1**  
**Состояние рынка и характеристика принятия решений экономическим агентом**

Состояние рынка в экономической системе	Характеристика воздействия на принятие решений агентами рынка	Источники воздействия
Регулируемый рынок	Управленческое решение агента подвержено воздействию регулятора, то есть оказывает определенное воздействие для смягчения ситуации на рынке	Административное влияние направлено на стабилизацию самого рынка, его структуры и формы
Равновесный рынок	Ситуация, где спрос и предложения достигают взаимности, при которой на принятое решение не воздействуют прочие факторы	Равновесный рынок без вмешательства государства, процессы протекают естественным образом, пока не наступает кризис
Неравновесный рынок	Рынок, в котором встречаются отклонения из-за неопределенности и отсутствия информации. Принятие решения затруднительно со стороны	При неравновесном рынке нарушается баланс, в котором спрос и предложения меняются быстро и не

	экономического агента	пропорционально ожиданиям. Управленческое решение регулируется государством частично.
Рынок максимального принятия решения	Данный тип рынка находится на стадии роста, то есть развивается рынок. Инфраструктура используется максимальным образом. Принятия решений базируются на излишках, то есть дефицита нет. Появляются свободные средства инвестировать и возможность вхождения в другие отраслевые рынки	Рынок максимального принятия решения базируется на предельных возможностях, которые необходимо найти для увеличения пропускной способности рынка. Государство не успевает за нововведениями.
Рынок оптимального принятия решений	Рациональное потребление отличается от оптимального тем, что агент рынка покупает только то, что ему действительно необходимо. Внимание при принятии решения акцентируется на товарах общественного спроса. Повышается устойчивость принятых решений и действий экономического агента.	Оптимальный рынок базируется на основе удовлетворения рациональных потребностей. Принятие решения остаётся в рамках допустимых, простых и однотипных.
Рынок минимального принятия решений	Рынок имеет низкие инфраструктурные возможности или сокращение рыночного объёма этих возможностей из-за спада, а также закрытия предприятий на данной территории.	Управленческое решение принимается исходя из заниженного количества финансов экономическим агентом. Рациональность нарушается неопределенностью в долгосрочном периоде
Многоуровневое принятие решений	Рынок стремится развить все параметры инфраструктурного характера для нужд потребителей. Законодательное разрешение использования более легких механизмов взаимодействия агента между собой.	Принятие решения при развитии рынка с возрастающим государственным воздействием на вертикальные и горизонтальные связи рынка.

Таким образом, рассмотрены основные категории рынка. Эволюция от сегмента до роста в отраслевой самостоятельный рынок. Описываются вертикальные и горизонтальные возможности и формы рыночных отношений в экономике страны.

Уделяется внимание принятию решения в отраслевых рынках. Изучение теории принятия решения от ситуации на рынке необходимо для формирования рыночных инструментов и воздействия на экономику страны. Каждый рынок неповторим своими уникальными взаимодействиями между агентами. Повышение информационной составляющей привело к формированию виртуального рынка, на основе которого усиливается интеграция всех рынков в единое пространство

**Выводы.** Таким образом, исходя из выше изложенного, можно сделать вывод, что современная ситуация такова, при которой стандарты унифицируются и снимаются законодательные барьеры. Возникновение и усиление роли ВТО приводит к упрощению доступа на рынке. Внутренние квоты и регламент на товар не всегда позволяют без проблем входить на чужие рынки.

Дальнейшая интеграция и снижение административного аппарата используемого для защиты национальных рынков приводят к объединению целостных рыночных связей. Хозяйствующие субъекты заинтересованы для продвижения своей продукции и используют различные методы. Благодаря национальным институтам открываются глобальные рынки.

#### Литература.

1. Саймон Г.А. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении. *Вехи экономической мысли*. Том 2. Теория фирмы. Под. общ. ред. В.М. Гальперина. СПб.: Экономическая школа, 1995. С. 54-72.
2. Швери Р. Теория рационального выбора: универсальное средство или экономический империализм? *Вопросы экономики*, 1997, №7.
3. Петров А.Н. Стратегия социально-экономического развития национальной экономики в условиях экономического роста: учебное пособие. СПб.: Изд-во: СПбГУЭФ. 2006.
4. Андреева Т.В. Цепочка создания стоимости продукта: формирование и оценка эффективности : монография. М. : ПРИОР : ИНФРА-М, 2013.
5. Акерлоф Д. Информационная асимметрия основы новой микроэкономики. *Российский экономический журнал*. 2003. № 3. С. 15-22.

#### References.

1. Saymon, G.A. and Galperina, V.M. (1995), *Teoriya prinyatiya resheniy v ekonomicheskoy teorii i nauke o povedenii*. Vekhi ekonomicheskoy mysli [Decision making theory in economics and behavior science. Milestones of

economic thought], Vol. 2, Teoriya firmy [Theory of the firm], Ekonomicheskaya shkola, St. Petersburg, Russia, pp. 54-72.

2. Shveri, R. (1997), "The theory of rational choice: a universal remedy or economic imperialism?", *Voprosy ekonomiki*, vol.7.

3. Petrov, A.N. (2006), *Strategiya sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya natsionalnoy ekonomiki v usloviyakh ekonomicheskogo rosta* [The strategy of socio-economic development of the national economy in terms of economic growth], St. Petersburg, Russia.

4. Andreeva, T.V. (2013), *Tsepochka sozdaniya stoimosti produkta: formirovanie i otsenka effektivnosti* [The value chain of the product: the formation and evaluation of efficiency], PRIOR : INFRA-M, Moscow, Russia.

5. Akerlof, D. (2003), "Information asymmetry of the basis of new microeconomics ", *Rossiyskiy ekonomicheskij zhurnal*, vol. 3, pp. 15-22.

*Стаття надійшла до редакції 23.11.2018 р.*