

## ОСНОВИ ТЕОРІЇ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ

*Розглянено механізм формування та функціонування регіонального споживчого ринку, сформовано ряд принципів функціонування споживчого ринку, які враховують сучасні особливості розвитку регіонів і країни в цілому, а також досліджено процеси, які протікають на споживчому ринку, що є необхідною умовою забезпечення сталого розвитку регіону.*

**Ключові слова:** Регіональний ринок, споживчий ринок, ринковий механізм, виробник, споживач.

**Постановка проблеми.** В умовах переходу української економіки до системи ринкових відносин з їх свободою вибору і конкуренцією об'єктивно здійснюється процес суверенізації областей України, пов'язаний зі зміцненням їх політичного статусу, посиленням економічної самостійності і становленням основ фінансово-бюджетної незалежності.

Знання про території, їх ресурси, виробничий і економічний потенціали, методи управління і форми організації суспільного господарства є одним з факторів їх ефективного і динамічного використання.

Основне питання проблеми суспільної координації - визначення межі повноважень між суб'єктами управлінських відносин: між керівниками і керованими, між керівниками та виконавцями, між галузями і сферами, між центром і периферією. Адже чим більше владних функцій бере на себе центр (центральні державні органи), тим менша зацікавленість низових територіальних утворень в їх виконанні, тим менше ініціативи і творчості, сильніше відторгнення, опір центру. І навпаки, чим більше управлінських функцій переходить від центру на місця, тим сильніше розвивається автономізм, загострюються дезінтеграційні процеси в державному масштабі.

З початку 90-х українська економіка була перенаправлена на розвиток ринкової економіки, яка найбільш пристосована до використання наукових досягнень, розвитку виробництва та задоволення потреб суспільства.

Основна економічна перевага ринкової системи – постійне стимулювання виробництва. Економіка виробляє те, що вимагають споживачі, шляхом застосування найбільш ефективної технології й організації виробництва. При цьому відбувається розвиток виробництва, науково-технічних розробок, поліпшується матеріальне забезпечення суспільства, підвищуються доходи та рівень життя населення.

До системи регіональних ринків входять: споживчий ринок; ринок землі та нерухомості; ринок праці; ринок капіталів (кредитний ринок і ринок цінних паперів); ринок інформації; ринок природних ресурсів; ринок культурних цінностей; ринок освітніх послуг та ін.

Споживчий ринок, беручи участь у процесах виробництва, розподілу, обміну та споживання, підтримує природний хід відтворювального процесу в регіоні. А показники його розвитку характеризують соціально-економічне становище суспільства в цілому і його потреби, зокрема.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивчення поняття «споживчий ринок» у сучасній економічній літературі зустрічається з початку 90-х років. У числі перших праць про регіональні споживчі ринки варто назвати монографії та статті Р. І. Шніпера і А. С. Новосьолова. До цього часу відноситься одне з визначень регіонального споживчого ринку. Так, Р. І. Шніпер і А. С. Новосьолов пишуть, що він являє собою територіальну організацію сфери обігу, покликану забезпечити населення регіону товарами на основі розвитку товарно-грошових відносин при мінімальних витратах [1].

**Постановка завдання.** Мета статті - дослідження процесів, які протікають на споживчому ринку, що є необхідною умовою забезпечення сталого розвитку регіону.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** «Споживчий ринок - це динамічна система причинно-наслідкових зв'язків між виробниками і споживачами, спрямована на задоволення особистих і колективних потреб населення за допомогою товарно-грошових відносин, що визначають сукупність платоспроможного попиту і виробничої пропозиції». Споживчий ринок - це так само багатofункціональне вчення, що зачіпає різні галузі людської діяльності (рис. 1).

Споживчий ринок тісно пов'язаний з усіма нині відомими ринками (ринок праці, капіталів, ресурсів, інформації і т.д.), регулює їх взаємодію у сфері виробництва, розподілу, споживання і кругообіг коштів (матеріальних, грошових, фінансово-кредитних), стимулює розвиток усіх галузей людського знання (науки і технології). Споживчий ринок безпосередньо формує добробут споживачів, дає можливість заробляти і здобувати. Стимулюючи роботу виробництва, залучаючи інвестиції, забезпечує економічне зростання країни та регіону.

Регіональний споживчий ринок відображає соціально-економічну політику в країні, регіоні. Стан споживчого ринку може охарактеризувати рівень розвитку економіки країни (її регіонів) і

становище населення. Тому у світовій економіці діяльність споживчого ринку перебуває під пильним контролем законодавчої та виконавчої

влади всіх рівнів, а політика будь-якої країни є соціально орієнтованою і зрозумілою споживачам і всім учасникам споживчого ринку.



Рис. 1 Функції споживчого ринку

Механізм формування і функціонування споживчого ринку регіону уявляється нам як взаємодія об'єктивно діючих факторів, явищ і процесів у сфері виробництва, розподілу, обміну та споживання товарів і послуг, що склалися на даній території [2, 3].

Формування регіональних ринків має здійснюватися з урахуванням функцій і особливостей різних типів суб'єктів регіональних ринкових відносин. При цьому зазначимо, що ринкові відносини не є єдино можливими засобами регулювання взаємовідносин суб'єктів у регіональній економіці. Діяльність суб'єктів у нових умовах регулюється системою економічних, адміністративних і правових норм.

Функціонування регіонального споживчого ринку визначається зв'язками: між потребами населення регіону і виробництвом; попитом і пропозицією на регіональному ринку товарів і послуг; диференціацією доходів і характером споживання; рівнем і структурою споживання; поточним споживанням і накопиченням; усупільненої і індивідуалізованої формами споживання та ін. [4, 5].

Крім того, необхідна умова формування будь-якого ринку є наявність конкурентного середовища. Це означає:

- відсутність монополії (як державної, так і приватної);
- досконала нормативно-правова база, спрямована на підтримку ринкових механізмів, що захищає приватну власність і що дає самостійність всім учасникам ринку;
- наявність будь-якої форми власності;
- вільний механізм ціноутворення, звичайно, регулювання з боку держави неминує, але воно не повинно бути тотальним і вести до порушення функції саморегуляції.

Інший важливий фактор – наявність приватного інтересу, на основі якого і відбувається взаємодія на рівні попиту та пропозиції.

Але, на жаль, одного конкурентного середовища недостатньо для формування ринку. Необхідно забезпечити рухливості ресурсів регіону, створити інфраструктуру, яка забезпечує рух товарних, грошових та інформаційних потоків (рис. 2).



Рис. 2 Взаємодія економічних суб'єктів споживчого ринку

Ринкова система повинна володіти запасом і мобільністю ресурсів, у тому числі і трудових, які зможуть забезпечити зростання економіки та розвиток ринку.

Суб'єктами регіонального споживчого ринку є виробники споживчих благ і послуг, і їх споживачі: населення даного регіону, а також споживачі з інших регіонів країни і закордонні громадяни користуються цими благами і послугами.

У процесі торгового обміну відбувається взаємодія «продавців» і «споживачів», на основі якого формується кон'юнктура ринку, що впливає на виробників товарів і послуг. А також дана взаємодія впливає на систему розподілу товарів - збут.

Основними шляхами збуту товарів на регіональному ринку є: оптова торгівля, дрібнооптові торговці, роздрібна торгівля.

Отже, для ринкової економіки характерне явище – саморегуляції, на основі зворотних зв'язків.

Порушення механізму зворотних зв'язків є свідченням порушення ринкової економіки, а значить, порушення функції саморегуляції, виникає сильна розбіжність між попитом і пропозицією, відбувається порушення товарно-грошового обміну і як наслідок падіння виробництва. Що впливає на загальну економічну ситуацію, як регіону, так і країни в цілому.

Ринковий механізм заснований на встановленні рівноваги між попитом і пропозицією, він формує ринкові ціни та обсяги виробництва – принцип «невидимої руки» за А. Сміттом, утворює порядок, гармонію, пропорційність і забезпечує процвітання суспільства.

Структура споживчого ринку представлена, в основному, трьома великими сегментами: ринком продовольчих товарів, ринком непродовольчих товарів, ринком споживчих послуг, які взаємодіють між собою на основі взаємозалежної системи угод купівлі-продажу і забезпечують потреби населення, сприяючи ефективному функціонуванню економіки регіону [6].

Регіональний споживчий ринок впливає на ряд фаз, тісно пов'язаних між собою в єдиному процесі: потреби населення регіону – виробництво (пропозиція) – грошові доходи населення – реалізація (торгівля) – споживання (задоволення потреб).

В. Н. Овчинников і Н. П. Кетова відзначають, що блок потреб на початку процесу виступає в ролі заявок на виробництво, тим орієнтуючи його на певний обсяг і структуру виробничих ресурсів [7], тобто, потреби формують пріоритети політики виробничої програми регіону.

Кожна із зазначених фаз процесу формування та використання фонду споживання в регіоні характеризується особливостями взаємодії його елементів, своїм механізмом руху, розвитку і вдосконалення. Стикування фаз формування та кінцевого використання фонду споживання здійснюється через споживчий ринок. Саме сигнали, що йдуть від споживачів до виробництва, і відображають реальний попит населення на товари потрібного асортименту.

Таким чином, регіональний споживчий ринок – це складна система інститутів у сфері обігу, що характеризується великим числом взаємозв'язків. Проте кожен з його учасників має і свої інтереси: виробники прагнуть повернути витрачені кошти і отримати прибуток, а споживачі – задовольнити власні потреби. Загладженню протиріч цих інтересів служить державне регулювання регіональної економіки з боку національних і місцевих органів [5, 3].

Ефективність формування споживчого ринку регіону визначається рядом принципів функціонування, які враховують сучасні особливості розвитку регіонів і країни в цілому (рис. 3).

Стан споживчого ринку – це сукупний результат взаємодії комплексу чинників і умов відтворювального процесу, які в конкретний період часу визначають співвідношення попиту і пропозиції товарів і послуг, а також тенденції розвитку цього співвідношення в залежності від динаміки цін, рівня доходів, обсягів виробництва, структури продукції, що ввозиться [4].

Наприклад, станом на початок 2012 р. споживчий ринок міста Чернівці характеризується високим рівнем товарної насиченості із 9636 зареєстрованих суб'єктів господарювання 2139 (22%) підприємств функціонували у сфері торгівлі, ремонту автомобілів, побутових виробів і предметів особистого вжитку.

Обсяги торговельної діяльності по м. Чернівці за 5 років зросли в 3,3 рази. Щорічний приріст складав від 6 до 30%, і тільки у 2009 році (світова економічна криза) було незначне зниження обсягів продажу товарів підприємствами роздрібною торгівлі міста.

У 2011 р. обсяг товарообороту підприємств, які здійснюють у місті діяльність з роздрібною торгівлю, склав 3,2 млрд. грн. або з приростом 17% (у 2010 р. – 12%).

У 2011 р. роздрібний товарооборот підприємств м. Чернівці становив більше ніж 35% загального обсягу реалізованої продукції (робіт, послуг) підприємств – суб'єктів підприємницької діяльності міста.

Основна торгова мережа та, відповідно, обсяги реалізації споживчих товарів зосереджені в Чернівцях, їх питома вага складає в середньому 66-70% товарообороту підприємств області.

Обсяги підприємств роздрібною торгівлю на 1 чернівчанина досягнули 12776 грн. (2009 р. – 9840 грн., 2010 р. – 10964 грн.), що майже у 2 рази перевищує середній показник по області й Україні.

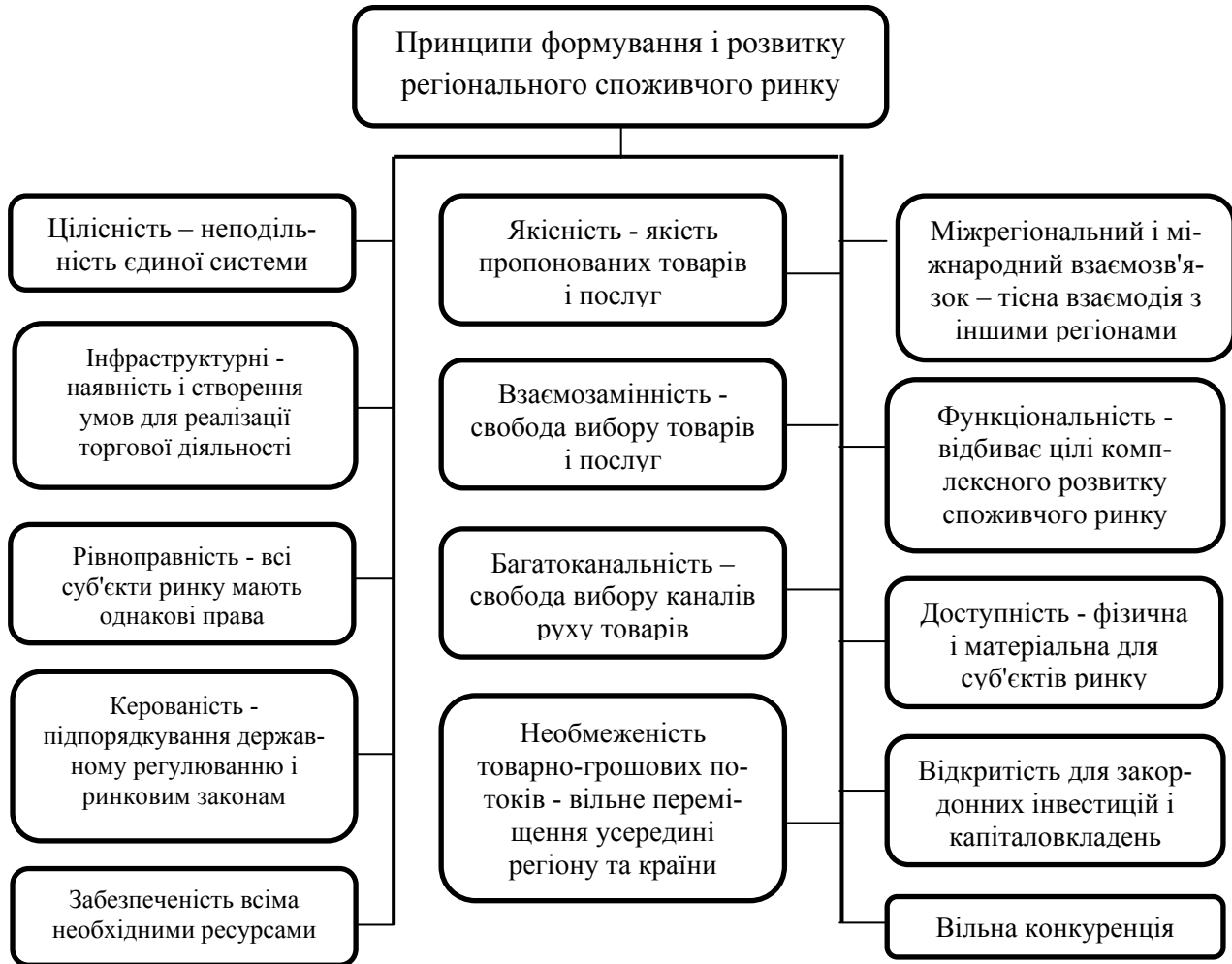


Рис. 3 Принципи формування регіонального споживчого ринку

На початок 2012 р. торгівлю товарами народного споживання в місті здійснювало близько 250 об'єктів оптової торгівлі та 1516 об'єктів роздрібною торгівлю різних форм власності, загальною площею понад 310 тис.м<sup>2</sup>. З них 605 – це об'єкти по продажу продовольчих товарів, 756 – непродовольчих, 155- змішаних.

У структурі роздрібною товарообороту торгової мережі переважав продаж непродовольчих товарів – 60%, а саме: автомобілів та авто товарів – 14%, бензину моторного – 13%, дизельного пального – 12%, фармацевтичних товарів – 10%, матеріалів будівельних – 9%, електропобутові прилади – 6 %.

У структурі роздрібною товарообороту з продажу продовольчих товарів, частка якого склала - 38%, чільне місце, як і в попередні роки, займають тютюнові вироби - 30%, та алкогольні

напої - 16%. Також досить велика в обсязі продажу продовольчих товарів питома вага м'яса та продуктів м'ясних – 11%, виробів кондитерських - 7%, молокопродуктів і рибопродуктів – понад 3%, плоди, ягоди, горіхи (3%), напоїв безалкогольних (3%) [8].

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Ситуація на регіональних споживчих ринках України визначається загальними проблемами розвитку економіки, диспропорціями макроекономічного характеру, пов'язаними з переходом до ринкових відносин. Демоніполізація сфери товарного обігу, яка відбувається в останні роки, лібералізація цін, приватизація торговельних підприємств і посилення на цій основі конкуренції стали суттєвими факторами стабілізації споживчого ринку України, насичення його

товарами масового споживання, ліквідації таких явищ, як дефіцит, ажіотажний попит, черги.

Найбільш істотне значення для аналізу й оцінки регіонального споживчого ринку мають: доходи населення, які зумовлюють попит на товари і послуги; соціально-економічні потреби населення; рівень платоспроможності; динаміка виробництва товарів масового споживання в регіоні; обсяги, асортимент і якість товарів, які завозяться з інших регіонів і з-за кордону; характер

і якість наданих населенню послуг, ціни на товари та послуги, їх динаміка; методи і системи збуту товарів, сервісне обслуговування і т. ін.

Дані фактори накладають свій відбиток на розвиток регіонального споживчого ринку, вони можуть стимулювати його, а можуть, навпаки, лімітувати його розвиток. Тому вивчення факторів, що впливають на формування ринку, є необхідним елементом будь-якого дослідження ринкових відносин.

#### Список літератури

1. Шнипер Р. И., Новоселов А. С. Региональные проблемы рынковедения. Экономический аспект. — Новосибирск, 1993, С. 238
2. Лексин В.Н., Швецов А.Н. Государство и регионы: теория и практика государственного регулирования территориального развития. - М.: УРСС, 1997.-С. 28.
3. Тамбиев А. Х., Кетова Н. П., Мамбетов М. А. Региональный потребительский рынок: механизмы становления и развития. — Ростов н/Д, 1999, с. 4—99
4. Быков А.В., Белоусов Ю.Б., Ольбинская Л.И. Клинические и экономические аспекты рационального использования лекарственных средств // Фармация. -1997. - JV2 1. - С. 7-9.
5. Степанова М.В. Региональная экономика, - М.: Инфра-М., 2000. -С. 10-11.
6. Новоселов А.С. Региональные рынки. - М.: Инфра-М, 1999.
7. Овчинников В. П. Кетова Н. П. Региональная экономика. Универсальный экономический словарь. — Ростов н/Д, 1996. с. 316
8. Концепція розвитку Чернівців як міжрегіонального центру торгівлі. [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://chernivtsy.eu/portal/4/rozrobleno-proekt-kontseptsiyi-rozvitku-mista-chernivtsiv-yak-mizhregional-nogo-tsentru-torgivli-31046.html>

#### Аннотация

Вадим Гончар

### ОСНОВЫ ТЕОРИИ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО РЫНКА

*Рассмотрен механизм формирования и функционирования регионального потребительского рынка, сформирован ряд принципов функционирования потребительского рынка, учитывающие современные особенности развития регионов и страны в целом, а также исследованы процессы, протекающие на потребительском рынке, что является необходимым условием обеспечения устойчивого развития региона.*

**Ключевые слова:** Региональный рынок, потребительский рынок, рыночный механизм, производитель, потребитель.

#### Summary

Vadym Honchar

### BASIC THEORY OF THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF REGIONAL CONSUMER MARKET

*The mechanism of the formation and operation of the regional consumer market formed a number of principles of the consumer market, taking into account the advanced features of the regions and the country as a whole as well as the processes occurring in the consumer market, which is a prerequisite for sustainable development.*

**Keywords:** regional market, the consumer market, the market mechanism, the manufacturer, the consumer.