

Kasyanovsky Ye.V.

## APPROACHES TO THE MANAGEMENT OF INVESTMENT IN THE REAL ECONOMY

The article is devoted to the study of the main approaches to the management of investment in the real economy. The materials of recent researches and publications devoted to the study of problems in the real sector of the national economy are analysed. It is established that some issues have not been resolved or remain controversial. Namely, the systematization of approaches to investment management in the real economy sector remains very urgent task.

It is proved that attraction of investment resources into the real sector of the economy and their effective use are the key to the successful functioning of the national economy. The basic tasks, performing investments at the macroeconomic level, are established. The essence of management with the use of content analysis techniques is explored. It is established that management is considered in the work of scientists as a function, process, influence, activity, institution, a set of components, the development of certain measures aimed at achieving the set goal.

The autonomous and systematic approaches to investment management are analysed. The necessity of applying the system approach to investment management in the real economy sector is proved. The advantage of this method is not only the study of features of individual components of the control object but also the identification and obligatory consideration of the nature of the relationships and relationships between them

An own approach to understanding the essence of the concept of "management" is formulated. It is established that investment management in the real sector should take into account the interconnection between such categories as investment process, investment climate, investment potential, investment activity, investment attractiveness, and investment risk.

**Key words:** management, real sector, investments, investment climate, investment potential, investment activity, investment attractiveness, investment risk.

УДК 330.33

**Мардус Н.Ю.**

кандидат економічних наук,  
доцент кафедри економічного аналізу та обліку  
Національного технічного університету  
«Харківський політехнічний інститут»

## КОНЦЕПЦІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ

Досліджено основні напрями вивчення елементів внутрішнього ринку як одного з основних видів ринків. Визначено основні елементи внутрішнього ринку товарів та окреслено основні напрями їх дослідження. Набула подальшого розвитку запропонована концепція дослідження внутрішнього ринку товарів, яка розглядається у статичні чи в динаміці. Встановлено, що концепція дослідження ринку на статичному рівні передбачає вивчення кон'юнктури внутрішнього ринку товарів. Визначено, що концепція дослідження ринку на динамічному рівні передбачає вивчення впливу на показники функціонування ринку кон'юнктурних зрушень, зміни його структури та зміни умов здійснення товарно-грошового обміну на внутрішньому ринку товарів. Розроблено загальну концепцію дослідження внутрішнього ринку товарів і зазначено, що статична структуризація концепції дослідження внутрішнього ринку товарів дає змогу дати оцінку стану внутрішнього ринку, а динамічна структуризація – оцінити його розвиток.

**Ключові слова:** концепція, внутрішній ринок, товар, ціна, класифікація, конкуренція, виробник, споживач, кон'юнктура.

Исследованы основные направления изучения элементов внутреннего рынка как одного из основных видов рынков. Определены основные элементы внутреннего рынка товаров и обозначены основные направления их исследования. Получила дальнейшее развитие предложенная концепция исследования внутреннего рынка товаров, которая рассматривается в статике или в динамике. Установлено, что концепция исследования рынка на статическом уровне предусматривает изучение конъюнктуры внутреннего рынка товаров. Определено, что концепция исследования рынка в динамическом уровне предполагает изучение влияния на показатели функционирования рынка конъюнктурных сдвигов, изменения его структуры и изменения условий осуществления товарно-денежного обмена на внутреннем рынке товаров. Разработана общая концепция исследования внутреннего рынка товаров и указано, что статическая структуризация концепции исследования внутреннего рынка товаров позволяет дать оценку состояния внутреннего рынка, а динамическая структуризация – оценить его развитие.

**Ключевые слова:** концепция, внутренний рынок, товар, цена, классификация, конкуренция, производитель, потребитель, конъюнктура.

**Постановка проблеми.** Питання дослідження внутрішнього ринку товарів завжди актуальні й досліджувалися провідними економістами. Визнано, що дослідження внутрішнього ринку товарів полягає у дослідженні його елементів, де основним елементом ринку, який займає центральне місце є товар. Проте, незважаючи на значну кількість науково-теоретичних напрацювань дослідників у даній сфері дослідження, подальшого методологічного осмислення потребує розроблення відповідної концепції, що дасть змогу окреслити основні напрями вивчення елементів внутрішнього ринку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Актуальним проблемам розвитку внутрішнього ринку призначаються праці багатьох науковців, серед яких можна відзначити таких відомих зарубіжних економістів, як А. Маршалл, М. Портер, Д. Робінсон, Ф.М. Шерер, Д. Росс, Г. Лібенстайн, Б. Райзберг, та вітчизняних економістів, таких як Н. Балдич, В. Бодров, О. Власюк, Г. Вознюк, В. Геєць, Н. Гетманцева, В. Гусев, А. Загородній, З. Живко, В. Коломойцев, В. Лагутін, Л. Ловський, С. Мочерний, О. Михайленко, В. Точилін, Т. Остащенко, Б. Панасюк, О. Пустовойт, Н. Попадинець та ін. Проте аналіз наукових розробок у сфері дослідження внутрішнього ринку товарів указує на те, що недостатньо опрацьованими з теоретичного і практичного поглядів залишаються питання концепції дослідження внутрішнього ринку товарів.

**Метою дослідження** є аналіз внутрішнього ринку товарів і розроблення відповідної концепції, що дасть змогу окреслити основні напрями вивчення елементів внутрішнього ринку.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Основними елементами внутрішнього ринку, які займають центральне місце, є товари. Саме з приводу продажу та купівлі товарів продавці (які є іноді також виробниками товарів)

та покупці (споживачі) вступають у взаємодію, результатом якої є процес товарно-грошового обміну.

Таким чином, елементами внутрішнього ринку товарів є насамперед, самі товари, які класифікують за ознаками, виробники товарів та їх споживачі, які вступають у товарно-грошові відносини.

Класифікацію товарів на внутрішньому ринку за призначенням запропоновано різними авторами, серед яких – Ф. Котлер, Д. Армстронг, Ю. Лаврова, Т. Григорчук, Г. Запорожець, М. Гнатенко, С. Ілляшенко, Н. Хоменко, О. Карпенко, Ю. Верига, С. Калачов, І. Максименко, Т. Вайло та ін., коли, по суті, будь-який товар призначений для розв'язання певної проблеми. Авторі розрізняють ринок товарів на ринок товарів промислового призначення та ринок товарів широкого вжитку. До такого призначення була розглянута класифікація товарів, які використовуються на виробничі потреби і називаються товарами виробничого (або промислового) призначення, та споживчі товари (або товари широкого вжитку), які задовольняють певні особисті потреби споживачів.

Здебільшого класифікація товарів застосовується на мікрорівні в різних сферах діяльності підприємств. Так, автори дослідження товарів розглядали його на мікрорівні з погляду маркетингу, збуту та просування товарів [1–5]; товар із погляду матеріально-технічного постачання [1; 4; 6]; із погляду управлінського та фінансового обліку, планування [5–7].

На макро- та мезорівні класифікація товарів здійснюється для її використання в ході управління ринковими процесами в економіці.

Оскільки нами розглядається внутрішній ринок товарів, то найбільш доцільно застосовувати ту класифікацію, що є найбільш прийнятною на макрорівні за значимістю для національного господарства, згідно з якою виділено товари з високою, середньою або низькою валовою доданою вартістю. Розподіл товарів

за цією ознакою вкрай важливий, адже відображає внесок окремих товарів у ВВП країни.

У процесі товарно-грошових відносин між продавцем та споживачем відбувається обмін товару на гроші за ціною, яка є прийнятною для обох сторін. При цьому товар підлягає обміну на гроші, що виступають еквівалентом його вартості.

Дослідження питання походження грошей приділено чимало праць провідних науковців, серед яких – А. Сміт, Д. Рикардо, Г. Кнапп, А. Гальчинський, З. Ватаманюк, М. Вачевський, К. Самсонова, В. Буряк та ін. На основі цих досліджень було сформоване спрощене уявлення про процес появи грошей, їх функцій та еволюції. Проте всі автори були одностайні у визначенні домінуючої функції грошей під час функціонування внутрішнього ринку товарів як засобу обігу під час здійснення товарно-грошового обміну [8; 9].

Безпосередньо обмін товарами на ринку за рахунок здійснення товарно-грошового обміну забезпечує задоволення потреб виробників і споживачів, які також є важливими елементами внутрішнього товарного ринку і виступають його суб'єктами.

Учасники ринку під час здійснення процесу купівлі-продажу прагнуть отримати додаткову інформацію, що стосується споживчих властивостей товару, його ціни, екологічності та безпечності, надійності та добросовісності продавця, його готовності постачати продукцію в майбутньому, післяпродажного обслуговування тощо. Щоб отримати інформацію такого роду, в реальній економіці необхідне створення розвинутої ринкової інфраструктури, яка є необхідною умовою дієвості ринкових відносин і нормального функціонування внутрішнього ринку товарів. Інфраструктура внутрішнього ринку товарів – це система установ, підприємств, організацій і служб, які забезпечують рух товарів і грошей, що обслуговують та створюють сприятливі умови для ефективного його функціонування.

Як було зазначено раніше, суб'єктами на внутрішньому ринку товарів виступають продавці та покупці, які є учасниками внутрішнього ринку й яких прийнято також називати ринковими партнерами. Продавці та покупці є суб'єктами ринку, завдяки взаємодії яких формується певна ринкова кон'юнктура, що визначається попитом (формується з боку покупців), пропозицією (формується продавцями) та ціною на товар (визначається конкретним співвідношенням між попитом та пропозицією).

Через попит, пропозицію та ринкову ціну діє конкуренція, яка є однією з найважливіших елементів функціонування ринкового меха-

нізму. Суть економічної конкуренції полягає у наявності на ринку великої кількості незалежно діючих товаровиробників (продавців) і споживачів (покупців) товарів, яка вважається конкуренцією продавців та конкуренцією покупців.

Конкуренція продавців і покупців – це конкурентна боротьба між продавцями і покупцями, які займають на ринку протилежні позиції щодо рівня цін на товари та послуги. Конкуренція між продавцями зумовлює зниження цін. У результаті такої конкуренції на ринку встановлюється загальна ціна на однорідні товари та послуги, які мають однакову якість. З огляду на це, виникає необхідність щодо втручання в протікання процесів товарно-грошового обміну держави для їх регулювання.

Державне регулювання ринку являє собою сукупність методів, способів, засобів впливу держави на економічні процеси для забезпечення відповідних умов роботи ринкового механізму у тих сферах економіки, де виникають суперечки щодо проблеми функціонування ринкового механізму. На практиці існують різні методи і засоби втручання держави в процеси товарно-грошових відносин, що залежить від певних умов функціонування і розвитку внутрішнього ринку товарів.

Таким чином, нами було розглянуто основні елементи внутрішнього ринку товарів та визначено взаємозв'язки між ними.

Слід зазначити, що під час теоретичного дослідження визначаються основні концепції для об'єднання й пояснення з єдиних позицій емпіричних закономірностей та явищ.

Сутнісні особливості дослідження внутрішнього ринку товарів виявляються залежно від того, як його розглядати – у статичній чи в динамічній. Статичний розгляд розкриває сукупність складників, які є першоджерелами (передумовами) функціонування ринку. Динамічний розгляд дає змогу з'ясувати складники впливу середовища на елементи ринку та їх зміну в процесі розвитку [10].

Статичну структуру концепції дослідження внутрішнього ринку товарів формують структура ринку, кон'юнктура ринку та їхні функціональні характеристики.

Статика (від грец. *statike* – рівновага) – це врівноважений стан організаційної системи, в якому вона знаходиться, незалежно від змін (як позитивних, так і негативних), що відбуваються у зовнішньому середовищі. Всі параметри і показники, що відображають діяльність системи, залишаються при цьому незмінними [11].

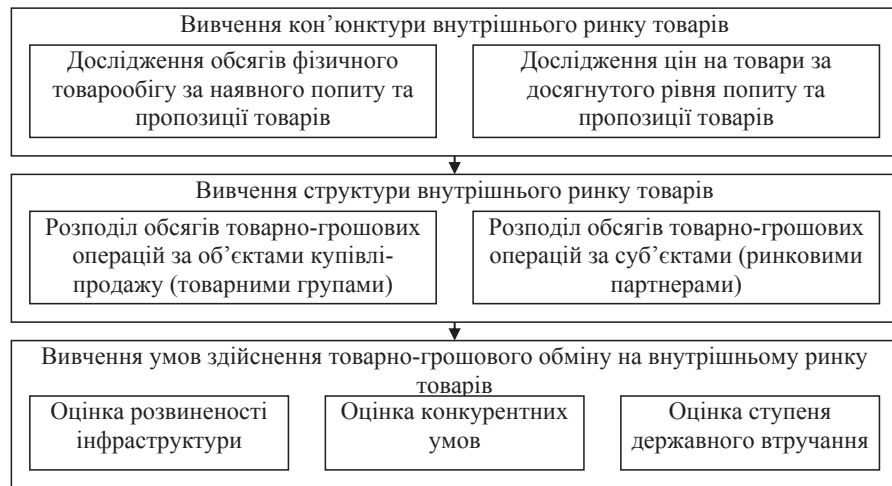
На рис. 1 надано схему статичної структуризації концепції дослідження внутрішнього ринку товарів.

Як видно з рис. 1, концепція дослідження ринку на статичному рівні передбачає вивчення кон'юнктури внутрішнього ринку товарів (обсягів фізичного товарообігу та рівня цін на товари за певного рівня попиту та пропозиції), його структури (розподілу обсягів товарно-грошових операцій за об'єктами купівлі-продажу та за суб'єктами ринку), а також умов здійснення товарно-грошового обміну на внутрішньому ринку товарів (розвиненості інфраструктури, конкурентних умов, ступеня втручання держави).

Динамічна структуризація концепції дослідження внутрішнього ринку товарів відтворює зміни елементів ринку товарів, які відбуваються з плином часу, або особливості функціонування ринку товарів у цілому.

Динаміка (від грец. *dynamis* – сила) – це розвиток організаційних систем і їх поступальний рух уперед до нових цілей під впливом прикладених до них впливів (сил) [11]. Для систем, що динамічно розвиваються, характерне прагнення постійно нарощувати темпи свого розвитку, освоювати нові технології, збільшувати випуск продукції, розширювати коло вирішуваних завдань, освоювати нові сегменти ринку для отримання додаткового прибутку. Схема динамічної структуризації концепції дослідження внутрішнього ринку товарів зображена на рис. 2.

Як видно з рис. 2, концепція дослідження ринку на динамічному рівні передбачає вивчення впливу на показники функціонування ринку кон'юнктурних зрушень (дослідження динаміки обсягів товарообігу та зміни цін), зміни його структури (оцінка прогресивності структури товарообігу) та зміни умов здійснення товарно-грошового обміну на внутрішньому ринку товарів.



**Рис. 1. Схема статичної структуризації концепції дослідження внутрішнього ринку товарів**

*Джерело: складено на основі [9; 10]*



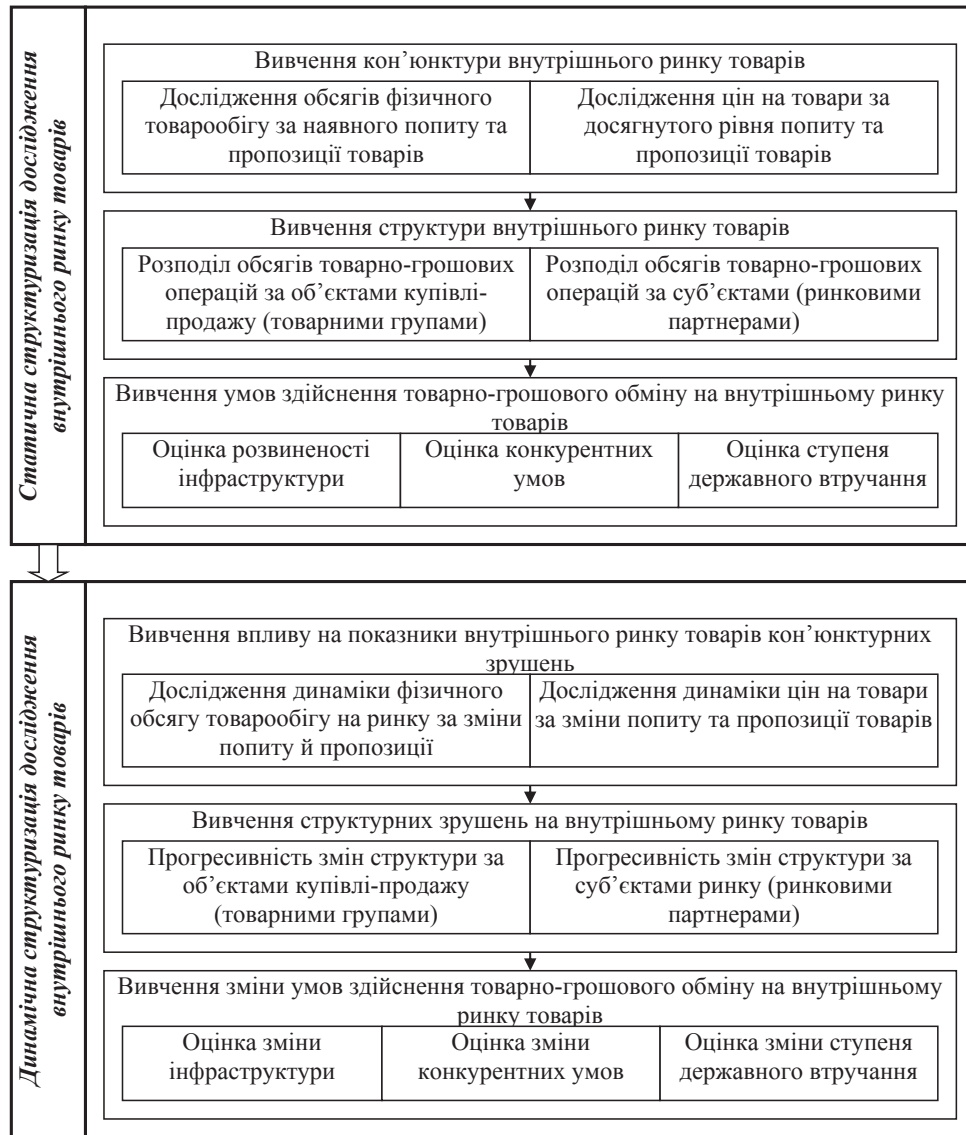
**Рис. 2. Схема динамічної структуризації концепції дослідження внутрішнього ринку товарів**

*Джерело: складено на основі [9; 10]*

Слід зазначити, що статична структуризація концепції дослідження внутрішнього ринку товарів дає змогу дати оцінку стану внутрішнього ринку, а динамічна структуризація – оцінити його розвиток (рис. 3).

Таким чином, загальна концепція дослідження внутрішнього ринку товарів полягає у статичній і динамічній структуризації дослідження внутрішнього ринку товарів.

**Висновки з проведеного дослідження.** Результати дослідження показали, що загальна концепція дослідження внутрішнього ринку товарів полягає у статичній і динамічній структуризації концепції дослідження внутрішнього ринку товарів. Статична структуризація при цьому дає змогу дати оцінку стану внутрішнього ринку, а динамічна структуризація – оці-



**Рис. 3. Загальна концепція дослідження внутрішнього ринку товарів**

Джерело: складено автором

нити його розвиток. Таким чином, дослідження внутрішнього ринку в статичній формі є базисом для проведення подальшого оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів.

На нашу думку, внутрішній ринок товарів являє собою сукупність економічних відносин у сфері товарно-грошового обміну в межах

окремої країни, що передбачають встановлення структури товарів та цін на них шляхом співвіднесення попиту та пропозиції з урахуванням взаємодії між виробниками товарів та їх споживачами, що діють в умовах конкурентної боротьби й які визначаються сформованістю інфраструктури та ступенем втручання держави.

#### Список використаних джерел:

1. Котлер Г., Армстронг Дж., Сондерс В. Вонг. Основы маркетинга; 2-е европ. изд. М.; СПб.; К: Вильямс, 1999. 1 055 с.
2. Григорчук Т.В. Маркетинг. Частина друга: навч. посіб. для дистанційного навчання. К.: Університет «Україна», 2007. 380 с.
3. Товарні запаси: проблеми обліку, контролю та звітності: монографія / Н.В. Хоменко, О.В. Карпенко, Ю.А. Верига. Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. 153 с.
4. Ілляшенко С.М. Маркетингова товарна політика: підручник. Суми: Університетська книга, 2005. 234 с.
5. Чернін О.Я. Сутність товарів: обліковий аспект. Вісник ОНУ імені І.І. Мечникова. 2013. Вип. 2/1. Т. 18. С. 202–204.

6. Лаврова Ю.В. Маркетинг. Класичні положення і особливості застосування на транспорті: конспект лекцій для студ. вищ. навч. закл. Харків: ХНАДУ, 2012. 227 с.
7. Максименко І.Я., Вайло Т.В. Особливості обліково-аналітичного відображення товарних запасів у системі управління торгівельним підприємством. Інвестиції: практика та досвід. 2016. № 16. С. 22–25.
8. Василиків О. Гроші як економічна категорія. Молодь і ринок. 2012. № 7. С. 130–134.
9. Коленченко Л.П. Наукові підходи до визначення і структури товарного ринку. Вісник Бердянського університету менеджменту і бізнесу. 2012. № 3(19). С. 49–52.
10. Статистичні методи в управлінні розвитком регіону: монографія / За заг. ред. канд. економ. наук, проф. А.З. Підгорного. Одеса: ФОП Гуляєва В.М., 2016. 218 с.
11. Русецька О.В. Принципи статичної та динамічної організації. URL: [http://stud.com.ua/65540/management/printsipi\\_statichnoyi\\_dinamichnoyi\\_organizatsiyi](http://stud.com.ua/65540/management/printsipi_statichnoyi_dinamichnoyi_organizatsiyi).

**Mardus N.U.**

## **THE CONCEPT OF DOMESTIC MARKET DISTRIBUTION**

In the article, the main directions of study of elements of the domestic market, as one of the main types of markets, are explored. The basic elements of the internal market of goods are determined. The concept of the study of the internal market of goods has been proposed for further development. The main element of the domestic market is goods. Goods are classified by signs, manufacturers of goods and their consumers, enter into commodity-money relations. In this study, it is advisable to use the classification at the macro level for the significance of the national economy. In the process of commodity and money relations between the seller and the consumer is the exchange of goods for money. The exchange equivalent is the price acceptable to the consumer and the manufacturer. The exchange ensures satisfaction of the needs of producers and consumers. They are important elements of the domestic commodity market. In the real economy, it is necessary to create a developed market infrastructure. Market infrastructure is a prerequisite for the effectiveness of market relations and the normal functioning of the internal market of goods. Due to demand, supply, and market price, there is competition. Competition of sellers and buyers is a competitive struggle between sellers and buyers. Competitors occupy opposite positions in the market regarding the level of prices for goods and services. Competition between sellers leads to lower prices. In view of this, there is a need for state intervention in the functioning of the domestic commodity market. The main elements of the internal market of goods were considered and the interrelations between them were determined.

The concept of research of the internal market of goods in statics or in dynamics is formed, and the concept of market research at the static level involves studying the state of the domestic market of goods. The concept of market research at the dynamic level involves studying the impact on the indicators of market functioning market trends, changes in its structure, changing the conditions for the implementation of commodity and money exchange in the domestic commodity market. The general concept of research of the internal market of goods is developed. The static structuring of the concept of the study of the internal market of goods allows us to assess the state of the domestic market, and dynamic structuring allows us to evaluate its development.

**Key words:** concept, domestic market, commodity, price, classification, competition, manufacturer, consumer, business conditions.