



Регіональний споживчий ринок: концептуалізація поняття

Михайло Ігорович Коломієць,
здобувач

Національного університету «Львівська політехніка»

Анотація. Розглянуто наукові теорії, дисциплінарні підходи, на базі яких у сучасних наукових дослідженнях проводиться аналіз процесів розвитку і функціонування локального споживчого ринку як складової частини регіонального споживчого ринку. Запропоновано авторське визначення поняття «регіональний споживчий ринок», що акцентує увагу на його основних характеристиках: рухливість кордонів; загальні та особливі умови розвитку і функціонування; внутрішня і зовнішня відкритість.

Ключові слова: регіональний ринок, споживчий ринок, регіональний споживчий ринок, сутність поняття.

Актуальність дослідження. Сучасна парадигма регіонального розвитку України передбачає формування передумов для збалансованого розвитку національних регіонів і ґрунтується на поєднанні інструментарію вирівнюваної та поляризованої регіональної політики. Критеріальними умовами досягнення збалансованості соціально-економічного розвитку регіонів є одночасна реалізація заходів за такими трьома основними напрямками: створення нових центрів зростання на основі наявних конкурентних переваг; урахування специфіки просторового розвитку і ресурсного потенціалу при координації стратегій розвитку регіонів; зростання людського потенціалу всіх регіонів і скорочення диференціації в якості та рівні життя. Сьогодні регіональна політика покликана забезпечити стимулювання економічного зростання всіх регіонів України, особливо проблемних, спираючись передусім на розвиток їхньої виробничої інфраструктури, а не соціальної. Розвиток виробництва товарів і послуг має забезпечуватися шляхом нарощення державних інвестицій і залучення інвесторів на основі надання їм податкових пільг, субсидій, пільгових кредитів. Саме такий підхід застосовують при формуванні регіональної політики розвинені країни світу.

Посилення ролі регіональної складової у функціонуванні та розвитку національної економіки обумовлює актуалізацію проблеми розвитку регіональних ринків, зокрема споживчих. У сучасних умовах збалансованість і комплексний розвиток регіональних споживчих ринків визначають якісно новий стан економіки як окремих регіонів, так і країни загалом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням процесів розвитку і функціонування регіонального споживчого ринку з різним ступенем деталізації займається низка дисциплін, зокрема, економічна теорія, маркетинг, логістика, економіка торгівлі, регіональна економіка. Розгляд різних дисциплінарних підходів і трактувань дозволяє більш глибоко зрозуміти економічний зміст, сутнісні характеристики об'єкта дослідження. Проведений аналіз наукових праць, присвячених проблемам розвитку і функціонування регіонального споживчого ринку, показав відсутність чіткого визначення, що розкриває економічну сутність об'єкта нашого дослідження. Для усунення термінологічного пробілу звернімося до

змісту таких близьких понять, як «споживчий ринок», «ринок споживчих товарів», «товарний ринок», «регіональний ринок» і «локальний ринок» та ін.

Серед найцікавіших робіт, присвячених дослідженню економіки споживання, споживчої поведінки, споживчого ринку, відзначимо дослідження зарубіжних і вітчизняних авторів – Є. Азаряна, Л. Баранової, В. Горбунова, М. Долішного, А. Зирянова, В. Куценко, К. Ланкастера, А. Левіна, Л. Мазник, Т. Ніколаєвої, А. Овсяннікова, А. Орлова, В. Поповкіна, О. Пустовойта, Л. Дж. Севіджа, В. Симоненка, Т. Скітовські, Б. Соловйова, Дж. Р. Хікса, М. Фрідмена, М. Чумаченка та інших. Наукові висновки цих учених, безумовно, мають велике теоретичне і прикладне значення в розробленні методологічних аспектів та методичного апарату дослідження тенденцій формування і розвитку споживчого ринку на регіональному та локальному рівнях, однак потребують поглиблення в частині виокремлення регіонального споживчого ринку, виявлення його ролі, функцій та принципів функціонування.

Метою статті є вивчення соціально-економічної сутності поняття «регіональний споживчий ринок», визначення його місця в системі суміжних понять.

Виклад основного матеріалу дослідження. Економічні енциклопедичні видання, виділяючи головні види ринків, пропонують розглядати за ознакою «економічне призначення об'єктів ринкових відносин» – споживчий ринок, ринок капіталів, ринок робочої сили, ринок інформації, фінансовий ринок, валютний ринок і ін. У той же час за просторовою ознакою виділяють місцевий, національний, міжнародний регіональний і світовий ринок. Представляючи класифікацію ринків, автори «Великої економічної енциклопедії» виділяють: за об'єктами обміну – ринки товарів, послуг, капіталів, цінних паперів, праці, інформації, науково-технічних розробок, валютний ринок [1, с. 555]. У свою чергу, структура товарного ринку неоднорідна. Товарний ринок складається з ринку засобів виробництва і ринку споживчих товарів. Крім того, товарний ринок формується за такими групами, як ринок товарів виробничого призначення, ринок споживчих товарів (раніше, у соціалістичний період, у науковій літературі був використаний термін «ринок товарів народного споживання»), ринок продовольчих товарів, ринок сировини і матеріалів тощо. Ринок спо-



живчих товарів трактується як ринок, де окремі особи і домогосподарства купують товари для особистого споживання, де формується попит, пропозиція і ціни споживчих товарів.

Існують різні економічні визначення поняття «споживчий ринок», у деяких з них автори роблять акцент на суб'єктів споживчого ринку. Наприклад, споживчий ринок – «окремі особи і домогосподарства, що здобувають товари і послуги для особистого споживання» [4, с. 969]; «ринок, де фізичні особи набувають товари і послуги для особистого споживання, користування» [1, с. 559]. Більш розгорнуте визначення споживчого ринку запропонував І. В. Скопин: «Це сукупність відносин, що виникають між продавцями і покупцями робіт, послуг, товарів, з одного боку, і їх споживачами – з іншого; це відносини з приводу попиту, пропозиції і реалізації предметів і послуг індивідуального споживання, що складаються в торгівлі, громадському харчуванні, сфері платних послуг» [4, с. 128].

У спільному дослідженні Е. Л. Кротова і Л. В. Петухова визначили об'єкт і суб'єкти споживчого ринку. Об'єкт – продукт, призначений для індивідуального споживання у вигляді споживчих товарів і платних послуг, які є основними структуротвірними елементами споживчого ринку. Структуротвірними елементами в частині суб'єктних відносин з боку попиту є суб'єкти або носії попиту – споживачі в особі всього населення регіону, а також його окремих демографічних (молодь, діти, люди похилого віку) та економічних (низькодохідні і високоприбуткові категорії населення) груп; міське і сільське населення. Суб'єктами споживчого ринку з боку пропозиції виступають товаровиробники і виробники послуг в особі підприємств, організацій, установ і приватних осіб; крім того, суб'єкти інфраструктури споживчого ринку (підприємства оптової і роздрібної торгівлі, торгово-посередницькі фірми, біржі, торговельні палати, загальнотоварні склади, маркетингові, рекламні та інформаційні служби і т. д.).

Т. І. Ніколаєва і Н. Р. Єгорова трактують зміст поняття «споживчий ринок» ширше, ніж зміст поняття «ринок споживчих товарів». Ринок споживчих товарів обмежений сферою товарного обігу, а споживчий ринок включає в себе, крім відносин, пов'язаних із товарним обігом, відносини, що виникають у результаті надання послуг. «Ринок споживчих товарів – сфера товарного обігу, сукупність умов, що характеризують купівлю-продаж споживчих товарів за їх речовим змістом і вартістю... Ринок споживчих товарів і послуг для населення (споживчий ринок) є багатогалузевим та багатомонетатурним. Він класифікується за товарами (продовольчий, товарів легкої промисловості, товарів культурно-побутового призначення, будівельних матеріалів, автомобілів і мотоциклів), за послугами (побутові, комунальні, транспорту, засобів зв'язку). У межах кожного товарного сектору виділяють ринок окремих видів товарів (тканини, одягу, взуття і т. д.)» [5, с. 17].

Аналіз наукової літератури показав, що більш розробленим і усталеним у порівнянні з поняттям «регіональний споживчий ринок» є зміст поняття «регіо-

нальний ринок». Класифікація товарів і ринків була запропонована засновником регіональної економіки У. Ізардом, який, вивчаючи міжрегіональні товарні та фінансові потоки, приходив до висновку про те, що будь-якій країні притаманний не єдиний великий ринок, а ієрархія ринків: ринки національні, ринки регіональні, ринки субрегіональні і ринки місцеві. Науковець запропонував таку класифікацію товарів і ринків: національні – необхідні для всієї ринкової системи товари, виробництво і споживання яких балансується всередині країни в цілому; регіональні – товари, виробництво і споживання яких урівноважується по країні в цілому і в межах метрополійного ареалу; субрегіональні – товари, виробництво і споживання яких урівноважується всередині кожного суб'єкта регіону, що входить до складу метрополійного ареалу; місцеві – товари, виробництво і споживання яких урівноважується в межах кожного мікрорайону, а також у межах будь-якого іншого субрегіону.

На сучасному етапі в наукових дослідженнях сформувалися різні концепції дослідження розвитку та функціонування регіональних ринків. Кожна з них виходить зі своїх цілей і завдань дослідження, що припускає відмінність методологічних підходів та досліджуваних аспектів цього питання. Так, в інституційній концепції регіональний ринок – це система взаємодіючих суб'єктів (агентів) сфери обігу, в концепції геомаркетингу сутність регіонального ринку полягає в забезпеченні реалізації товарів і формування нового попиту [8]. Концепція просторового розподілу товарних потоків розглядає регіональний ринок як систему каналів товароруку і досліджує не тільки фінансово-економічні, а й матеріально-технічні сторони руху товарів від виробника до споживачів [6].

На думку академіка А. Г. Гранберга, дослідження в рамках підходу до регіону як до ринку виділяють в особливу дисципліну «регіональне ринкознавство». Підхід розглядає регіон як ринок, що має певні межі (ареал), акцентує увагу на загальних умовах економічної діяльності та особливостях регіональних ринків різних товарів і послуг, праці, кредитно-фінансових ресурсів, цінних паперів, інформації і т. д. [9, с. 83]. Отже, у визначенні регіонального ринку умовно можна виділити три засадничі положення: певні межі, загальні умови діяльності, внутрішні особливості в рамках позначених меж (ареалів).

Аналіз наукової літератури показав, що методологічною базою вивчення процесів формування та розвитку регіональних ринків для більшості українських учених слугує теорія відтворення, на основі якої виявляються економічні зв'язки суб'єктів ринку, аналізується роль суб'єктів господарювання і відтворювальні пропорції розвитку регіональних ринків. Зокрема, С. П. Сонько зазначає: «До виявлення ролі сфери товарного обігу в регіональному відтворювальному процесі слід підходити з позицій структурно-функціонального аналізу, тобто розглядати її як органічну частину регіональної економіки, а обмін, який нею обслуговується, як складова процесу відтворення. При цьому формується можливість досліджувати сферу обігу у взаємозв'язку з іншими елементами



регіонального господарства, з позицій загально регіональних цілей» [9, с. 12–13].

Серед робіт, які базуються на теорії відтворення, виділимо дослідження Ф. А. Крутікова, Б. П. Орлова, Р. І. Шніпера і А. С. Новосьолова, присвячені глибокому теоретичному і методологічному вивченню змісту поняття «регіональний ринок», у тому числі й «регіональний споживчий ринок».

Одні з перших досліджень регіонального ринку визначають його як «сукупність умов, за яких здійснюється реалізація товарів народного споживання в рамках території певного району країни», як «найважливіший елемент територіальної організації народного господарства» [11].

Більш розгорнуте визначення запропонував А. А. Байматова: регіональний ринок «являє собою сферу товарного обігу і характеризується сукупністю економічних відносин між виробниками і споживачами, що виступають у формі численних актів купівлі та продажу засобів виробництва і предметів споживання. Регіональний ринок виражає специфічні особливості і своєрідність умов реалізації суспільного продукту в рамках певної території країни» [12, с. 10]. При цьому автор підкреслює три критерії відмінності регіонального ринку від територіального: відособленість, цілісність, специфічність. Регіональний ринок – це частина внутрішнього ринку, що володіє відносною самостійністю (відособленістю); регіональному ринку властива цілісність, тобто основна маса актів купівлі та продажу товарів здійснюється в межах регіональної сфери товарного обігу; специфічність регіонального ринку визначається наявністю в регіоні особливостей економічного, демографічного, національно-побутового та природно-кліматичного характеру.

У своїх наступних дослідженнях російський дослідник А. С. Новосьолов регіональний ринок трактує як «територіальну організацію сфери обігу, де відбувається узгодження інтересів виробників і споживачів, при цьому регіональний ринок розглядається з позиції процесу відтворення – переплетення численних взаємодій суб'єктів регіональної економіки, що виступають виробниками і споживачами різних видів товарів і послуг. Регіональний ринок має відкритий характер і розвинені економічні зв'язки з іншими регіонами країни і світу» [14, с. 26].

Систематизуючи наукові підходи до дослідження регіону, Є. Г. Аніміца і В. А. Сухих відзначають усе більше поширення методологічного підходу, який розглядає регіон як ринкову систему (підсистему) в системі економіки країни, яка характеризується відкритістю і нерівномірністю. «Подібна регіональна ринкова система складається із взаємопов'язаних і відкритих товарних ринків, які перебувають у стадії формування (товарів, капіталу, праці тощо), сукупності незалежних (але регульованих державою) суб'єктів господарювання та об'єктів відповідної ринкової інфраструктури, які обслуговують сукупність регіональних ринків» [13, с. 77]. Учені зазначають, що деякі з регіональних ринків (зокрема, засобів виробництва, капіталу) є органічною частиною єдиного національного ринку. Інша частина ринків має більш

замкнутий (внутрішньорегіональний, або локальний) характер. До них можна віднести ринок нерухомості, ринок праці, загальні параметри яких залежать від характеристик регіону: чисельності населення, його складу, структури, виробничого потенціалу.

В одному зі своїх перших досліджень, присвячених проблемам регіонального ринкознавства, Р. І. Шніпер і А. С. Новосьолов зазначали, що система регіональних ринків «являє собою сукупність ринкових утворень різного типу, мета яких – забезпечення ефективного розвитку та функціонування регіонального відтворювального процесу... У систему регіональних ринків входять споживчий ринок, ринок засобів виробництва, ринок праці, ринок кредитно-фінансових ресурсів і цінних паперів, ринок капіталів і підрядних робіт, ринок основних фондів та нерухомого майна, ринок інформації і знань» [14, с. 65]. Усі ринки беруть участь у кругообігу матеріально-речових, фінансово-кредитних і грошових потоків, регулюючи при цьому економічні відносини між суб'єктами відтворення, що забезпечує безперервність і збалансованість у розвитку продуктивних сил і виробничих відносин.

Регіональний споживчий ринок є частиною загального регіонального ринку, при цьому він являє собою такий ринок, на якому товари купують для особистого споживання [15, с. 34]. Заслугує на увагу визначення, запропоноване І. М. Шабуніним, О. Д. Ломовцевою і М. Ю. Трубіним: «...споживчий ринок регіону – це основна складова структури сучасної ринкової економіки, де частину ВВП, матеріалізовану у формі вироблених бізнесом товарів і послуг, купують споживачі регіону для особистого споживання» [16, с. 65]. Суб'єктами регіонального споживчого ринку є виробники споживчих благ і послуг та їхні споживачі (населення даного регіону, а також споживачі з інших регіонів) [16, с. 47].

За своїм змістом досить близьке до поняття «регіональний споживчий ринок» поняття «регіональний товарний ринок», яке трактується як «територіальна організація економічних відносин у сфері товарного обігу, локалізована в певних просторових межах у складі єдиного економічного простору країни, де відбувається узгодження інтересів і взаємодію виробників або постачальників і споживачів на основі внутрішньорегіональних, міжрегіональних та міжнародних зв'язків» [17, с. 83]. Регіональний товарний ринок включає в себе регіональний ринок товарів промислового призначення (засобів виробництва), а також регіональний ринок споживчих товарів, але не включає ринок послуг. Отже, у частині опису обігу товарів регіональний споживчий ринок товарів є ширшим, аніж поняття «регіональний споживчий ринок», але в частині опису відносин, що виникають у результаті реалізації послуг, регіональний ринок товарів – вузьким, ніж регіональний споживчий ринок.

Висновки. На основі проведеного дослідження ми сформулювали таке визначення поняття «регіональний споживчий ринок»: це система економічних відносин, що виникають між продавцями і покупцями товарів та послуг, призначених для особистого споживання, у процесі їх придбання, властива певному регіону.



Пропонуючи це визначення, ми враховуємо основні риси, властиві внутрішньонаціонального ринку, і перш за все споживчому, оскільки розглядаємо регіональний споживчий ринок як його частину. Для регіонального споживчого ринку характерні:

- певні межі, але в сучасних умовах ці межі рухливі;
- загальні умови функціонування;
- характерні особливості;
- внутрішня і зовнішня відкритість.

Регіональний споживчий ринок являє собою обмежений простір, на якому реалізуються товарно-грошові відносини, тому основні компоненти механізму його функціонування – це попит, пропозиція, ціна і конкуренція.

Попит на регіональному споживчому ринку проявляється у формі просторового розподілу потреб населення даної території, виражених у грошовій формі.

Пропозиція проявляється у вигляді просторово розосереджених сукупності товарів і послуг, які продавці можуть поставити на ринок за того чи іншого рівня цін.

Ціни на регіональному споживчому ринку формуються під впливом локальних, регіональних, національних і світових чинників.

Регіональний споживчий ринок виконує такі основні функції в економічному просторі на своїй території: забезпечує взаємодію продавців і покуп-

ців у формі угод купівлі-продажу, а також узгодження економічних інтересів контрагентів; установлює кількісні пропорції у структурі попиту і пропозиції; виконує роль індикативної системи для виробників і споживачів за допомогою прямих і зворотних зв'язків; визначає рівень рівноважних цін і пропорції між цінами на різні товари; здійснює розподіл споживчих товарів і послуг між різними соціально-економічними групами населення регіону; забезпечує участь регіону в міжрегіональних торгово-економічних зв'язках.

Регіональний споживчий ринок включає в себе три укрупнені сегменти: ринок продовольчих товарів, ринок непродовольчих товарів, ринок споживчих послуг, які тісно взаємопов'язані між собою.

Об'єктом регіонального споживчого ринку є винесений на ринок продукт, призначений для індивідуального споживання у формі споживчих товарів і платних послуг.

Суб'єкти локального споживчого ринку, або носії попиту, – це споживачі, або населення регіону, суб'єкти локального споживчого ринку з боку пропозиції – це товаровиробники і виробники послуг (підприємства, організації, установи і приватні особи).

Суб'єктами інфраструктури локального споживчого ринку, перш за все, виступають підприємства, індивідуальні підприємці сфери роздрібної, меншою мірою – оптової торгівлі.

Список використаної літератури

1. Румянцева Е. Е. Новая экономическая энциклопедия / Е. Е. Румянцева. – М. : ИНФРА-М, 2005. – 724 с.
2. Большая экономическая энциклопедия. – М. : Эксмо, 2007. – 816 с.
3. Большой экономический словарь / под ред. А. Н. Азрилияна. – 6-е изд., доп. – М. : Институт новой экономики, 2004. – 1376 с.
4. Скопина И. В. Оценка тенденций развития, колеблемости и цикличности конкурентного потребительского рынка / И. В. Скопина // Маркетинг в России и за рубежом. – 2003. – № 6. – С. 49–58.
5. Николаева Т. И. Потребительский рынок и торговля: проблемы развития и регулирования / Т. И. Николаева, Н. Р. Егорова. – Екатеринбург, 1998. – 270 с.
6. Региональный рынок: проблемы формирования и функционирования. – Екатеринбург, 1995. – 186 с.
7. Обеспечение сбалансированности регионального товарного рынка в условиях вступления России в ВТО : монография / А. И. Татаркин, Г. Г. Муфтиев, И. В. Царев ; Российская акад. наук, Уральское отд-ние, Институт экономики. – Уфа, 2006. – 286 с.
8. Берри Б. Функциональные основы иерархии центральных мест / Б. Берри, У. Гаррисон // География городов : сб. ст. : пер. с англ. – М. : Прогресс, 1965. – С. 187–200.
9. Гранберг А. Г. Основы региональной экономики : учебник для вузов / А. Г. Гранберг. – 3-е изд. – М. : ГУ ВШЭ, 2003 – 495 с.
10. Сонько С. П. Рынок и регионалистика : учеб. / С. П. Сонько, В. В. Кулишов, В. И. Мустафин. – К. : Эльга, Ника-Центр, 2002. – 380 с.
11. Орлов Б. П. Экономическая реформа и территориальное планирование / Б. П. Орлов, Р. И. Шнипер. – М., 1969. – 192 с.
12. Байматов А. А. Региональный рынок: особенности и проблемы сбалансированности / А. А. Байматов ; отв. ред. Х. Умаров. – Душанбе, 1985. – 208 с.
13. Анимица Е. Г. Пространственно-временная парадигма в социоэкономике: региональный аспект / Е. Г. Анимица, В. А. Сухих. – Пермь : Перм. гос. ун-т, 2007. – 140 с.
14. Шнипер Р. И. Региональные проблемы рынковедения: экономический аспект : монография / Р. И. Шнипер, А. С. Новоселов ; отв. ред. В. В. Кулешов. – Новосибирск : ВО Наука, 1993. – 342 с.
15. Федько В. П. Инфраструктура товарного рынка : монография / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов н/Д : Феникс, 2000. – 511 с.



16. Теория и практика региональной экономики / И. М. Шабунина, О. Д. Ломовцева, М. Ю. Трубин. – Волгоград : Изд-во Волгоград. гос. ун-та, 1996. – 246 с.
17. Управление региональной экономикой / А. А. Мироедов, Г. В. Гутман, С. В. Федин ; под ред. Г. В. Гутмана. – М. : Финансы и статистика, 2001. – 175 с.

Summary. This article discusses scientific theories, disciplinary approaches, on the basis of which the current research examines the processes of development and functioning of the local consumer market as part of a regional consumer market. Proposed the author 's definition of «regional consumer market», focuses attention on its basic characteristics: the mobility of the boundaries, the general and special conditions for the development and functioning; internal and external openness.

Keywords: regional market, consumer market, regional consumer market, market.