

УДК 2964

О. В. Мицак,

к. е. н., доцент кафедри фінансів, кредиту та страхування,
Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

Л. Я. Бублик,

аспірант кафедри фінансів, кредиту та страхування,

Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

O. Mitsak,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Department of Finance,
Credit and Insurance, Lviv Trade and Economic University

L. Bybluk,

Postgraduate student of the Department of Finance,

Credit and Insurance, Lviv Trade and Economic University

THEORETICAL AND METHODOLOGICAL ASPECTS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF THE CONSUMER MARKET

У статті визначено сутність поняття "споживчий ринок". Надано детальний перелік функцій ринку товарів та послуг. Сегментовано споживчий ринок відповідно до просторової і кількісної ознак, а також ознак законодавчого підпорядкування та конкурентоздатності. Визначено, що специфіка ринку споживчих товарів зумовлена динамікою змін його кон'юнктури та безпосередньо залежить від поведінки споживачів. Зазначено, що споживчий ринок — це динамічна, саморегулююча, відкрита система економічного обміну споживчими товарами та послугами, яка забезпечує реалізацію економічних і соціальних інтересів учасників ринку та забезпечує розширення виробництва товарів і стимулює платоспроможний попит населення, з наявною вільною конкуренцією при застосуванні державного регулювання. Функціонування ринку товарів і послуг можливе лише при узгодженні різноспрямованих інтересів усіх суб'єктів ринку та координації державними інституціями їх діяльності в умовах обмежених ресурсів.

The article defines the essence of the concept of "consumer market". The detailed list of functions of the market of goods and services is given. The consumer market is segmented according to spatial and quantitative characteristics, as well as signs of legislative subordination and competitiveness. It is determined that the specificity of the consumer goods market is determined by the dynamics of changes in its business environment and directly depends on the behavior of consumers. It is noted that the consumer market is a dynamic, self-regulating, open system of economic exchange of consumer goods and services, which ensures the realization of economic and social interests of market participants and ensures expansion of production of goods and stimulates the solvent demand of the population with free competition in the application of state regulation. The functioning of the market of goods and services is possible only with the coordination of the diverse interests of all market actors and the coordination of state institutions of their activities in conditions of limited resources.

Ключові слова: споживання, ринок, споживчий ринок, функції споживчого ринку, класифікація споживчого ринку.

Key words: consumption, market, consumer market, functions of the consumer market, classification of the consumer market.

ПОСТАНОВКА

ПРОБЛЕМИ В ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ

У період трансформації економіки України актуальність вивчення обраної теми полягає у тому, що існуючий механізм діяльності та регулювання споживчого ринку недостатньо ефективний. Сучасний стан споживчого ринку України вирізняється нестабільністю, розгортанням інфляційних процесів та порушенням рівноваги, яка впливає не лише з недосконалості ринкових механізмів, а і з відсутності цілісної державної політики розвитку ринку споживчих товарів та послуг.

Поглиблення дослідження, вивчення сутності та ролі споживчого ринку в сучасній соціально-економічній системі необхідне для дослідження основних дефініцій ринку, узагальнення теоретичних положень, аналіз сучасних тенденцій його розвитку, розробка методичних основ моніторингу споживчого ринку та визначення шляхів підвищення ефективності його роботи. Для формування цілісного уявлення про комплекс спеціальних методів та технологій, що використовуються при дослідженні споживчого ринку необхідне вивчення методичних, технологічних і змістовних аспектів функціонування ринку товарів та послуг.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Аналіз наукових праць, присвячених теоретичним аспектам функціонування споживчого ринку, показав, що в економічній літературі існує широкий спектр його трактувань. Серед дослідників сутності поняття хотілося б виділити таких вчених-економістів як О. Азарян, О. Березін, І. Бланк, В. Борисевич, С. Брю, Н. Голошубова, Я. Гончарук, В. Гусаков, С. Дем'яненко, В. Ільяшенко, Ф. Котлер, В. Лагутін, Л. Лігоненко, І. Лошенко, А. Мазаракі, К. Макконел, Л. Мазник, М. Одинцов, Б. Пасхавер, В. Распопова, П. Саблук, Н. Ушакова та інші. Зазначено, що на жаль, детально досліджено та проаналізовано лише окремі складові ринку товарів і послуг. І подальше вивчення та узагальнення попередніх досліджень стану та перспектив розвитку споживчого ринку є надзвичайно важливим завданням сучасної економічної теорії.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

Дослідження закономірностей та тенденцій розвитку споживчого ринку, що є надзвичайно актуальним завданням економічної теорії та практики. Аналіз теоретичних аспектів діяльності ринку товарів та послуг, розкриття сутності поняття "споживчий ринок", визначення особливостей товарного ринку, які відрізняють його від інших видів ринку. Необхідним є також обґрунтування місця і ролі споживчого ринку в забезпеченні економічного зростання України, розкриття соціально-економічних тенденцій його функціонування в сучасних умовах.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Відображенням основних соціально-економічних та політичних відносин у країні є стан ринку споживчих товарів. Саме він найбільш точно показує позитивні і негативні процеси суспільного життя, а також є індикатором основних змін економічного і соціального розвитку країни. Як невід'ємна складова економічної системи, ринок споживчих товарів впливає на рівень життя населення, детермінує зміни в державній соціальній та економічній політиці і обумовлює ті чи інші механізми впливу на його функціонування. Будь-які зміни у державній політиці регулювання економічних процесів, відображаються на загальних тенденціях функціонування ринку споживчих товарів та рівні збалансування споживчих потреб та доступності товарів для різних верств населення.

Діяльність споживчого ринку нашої держави, на сучасному етапі розвитку вирізняється

істотним впливом глобалізаційних процесів. І, як наслідок, у період світових економіко-політичних криз, що протягом аналізованого періоду припадали на 2008—2009, 2014—2016 рр., в Україні спостерігалось значне зменшення загальних доходів населення, що призвело до зменшення його споживчих витрат та скорочення обсягів виробництва. Ще однією проблемою стало зменшення обсягів експортних операцій держави, що призвело до сповільнення темпів зростання валового внутрішнього продукту та золотовалютних резервів країни.

Ринок споживчих товарів є основою формування системи інших ринків, обумовлює ті чи інші закономірності повноцінного функціонування економіки держави. В сучасних умовах йому належить домінуюча роль в забезпеченні ефективності механізмів зворотних зв'язків, які впливають не тільки на інші види ринків, але й забезпечують економічну і соціальну стабільність суспільного розвитку, обумовлюють темпи і характер економічного зростання.

У трактуванні економічної сутності цієї категорії можна виділити декілька підходів. Найбільш розповсюдженим в економічній літературі є трактування споживчого ринку як системи різнопланових взаємовідносин між його суб'єктами з приводу обміну створеними благами (споживчими товарами та послугами). Такий підхід повною мірою відображають наступні визначення поняття "споживчий ринок".

На думку Лошенюка І.Р., споживчий ринок — це сфера прояву причинно-наслідкових зв'язків між виробниками й споживачами матеріальних, нематеріальних і духовних благ у формі товарно-грошового обороту, між потребами, попитом та споживчим виробництвом [4, с. 103].

Лігоненко Л.О., вважає що споживчий ринок — це сукупність соціально-економічних відносин виробника й споживача, що формуються в процесі купівлі-продажу (оренди) споживчих товарів та послуг для кінцевого (особистого) споживання [3, с. 104].

Распопова В.А. трактує ринок товарів і послуг як організація системи соціально-економічних відносин, які розвиваються під впливом механізмів конкуренції й державного регулювання в межах існуючої ринкової інфраструктури, а також спрямовуються на задоволення потреб виробників, продавців і населення в ході купівлі-продажу товарів і послуг, призначених для особистого й колективного споживання [5, с. 283].

Велике коло науковців розглядає ринок товарів і послуг як ланку суспільного відтворювального процесу. Таке тлумачення знаходимо в монографіях О. Азаряна, який визначає спо-

живчий ринок не тільки сполучною ланкою між виробництвом та особистим споживанням, але й сфера, в якій закінчується оборот товарів і капіталу, а вартість набуває своєї кінцевої величини [1, с. 190].

Ми вважаємо, що споживчий ринок — це динамічна, саморегулююча, відкрита система економічного обміну споживчими товарами та послугами, яка забезпечує реалізацію економічних і соціальних інтересів учасників ринку та забезпечує розширення виробництва товарів і стимулює платоспроможний попит населення, з присутньою вільною конкуренцією при застосуванні державного регулювання. Функціонування ринку товарів і послуг можливе лише при узгодженні різноспрямованих інтересів усіх суб'єктів ринку та координації державними інституціями їх діяльності в умовах обмежених ресурсів.

Споживчий ринок є структурованою системою і включає в себе декілька підсистем. Існують такі рівні функціонування ринку споживчих товарів і послуг: мікро-, мезо- та макрорівні. На мікроекономічному рівні структура ринку вирізняється взаємодією таких економічних суб'єктів, як покупець та продавець у сфері обміну, за допомогою якого здійснюється реалізація товарів і послуг. Елементи цієї структури є водночас якісно відособленими і взаємозалежними, формуються на основі впливу чинників попиту та пропозиції. На мезо- і макроекономічному рівнях структура ринку споживчих товарів визначається сукупністю певних його типів та видів, а також ринків окремих товарів. Кожен компонент макроструктури має свою розвинуту підструктуру ринків взаємозамінних та взаємодоповнюючих споживчих товарів. Особливістю структурування ринку на мезорівні є те, що основні пропорції на ньому формуються під впливом як регіональних умов, так і загальнонаціональних чинників, а також визначаються тим, що регіональні ринки не обмежені кордоном.

Споживчий ринок є одним із найвагоміших сегментів національного ринку, він характеризує відносини, які складаються у процесі виробництва, обміну й споживання кінцевих товарів і послуг. Зважаючи на його соціальну роль і важливе місце в життєзабезпеченні населення (а саме — задоволення найнеобхідніших потреб людини), споживчий ринок можна вважати підсистемою соціально-економічної системи країни з притаманними їй особливостями та завданнями функціонування [6, с. 25].

Ринок споживчих товарів і послуг по своїй суті є багатосистемним утворенням, його структуризація дозволяє систематизувати про-

цеси, які на ньому відбуваються та виробити запобіжні заходи структурного деформування. Вивчення структури ринку та детальне вивчення показників, які визначають його пропорції, передбачає врахування специфіки ринкової діяльності та поведінки споживачів, розкрити яку можна через її класифікацію. У науковій літературі пропонуються два альтернативні підходи до систематизації споживчого ринку.

В основу поділу першого з означених видів класифікації закладаються такі ознаки:

- 1) свобода учасників ринку (ринок виробників і споживачів);
- 2) ступінь обмеження конкуренції (монополістичний, олігополістичний, конкурентний ринок);
- 3) інформованість учасників про стан ринку;
- 4) співвідношення попиту і пропозиції (збалансований, незбалансований);
- 5) ступінь втручання держави (регульований, нерегульований або вільний);
- 6) тип покупця (роздрібний, гуртовий, торгово-посередницький) [2, с. 139].

Економіст О. Азарян та пропонує здійснювати структурування ринку споживчих товарів за іншою групою класифікаційних ознак, а саме: економічною, функціональною, кількісною, територіальною, організаційною [1, с. 189].

Аналіз наукових досліджень дозволяє зробити висновок, що така різноплановість класифікаційних ознак ринків обумовлена специфікою ринку споживчих товарів і динамікою змін його кон'юнктури, що залежить від поведінки споживачів.

Ми вважаємо, що споживчий ринок необхідно класифікувати з врахуванням просторової ознаки, виділяючи місцеві, національні, міжнародні регіональні та світові ринки, ознакою конкурентоздатності, виокремлюючи регульовані, нерегульовані та вільні ринки, ознакою законодавчого підпорядкування на легальні та тіньові ринки та за кількісною ознакою, поділяючи ринок товарів та послуг на монополістичний, олігополістичний, конкурентний ринок.

Сутність економічної категорії на практиці, в дії втілюється у її функціях.

На нашу думку, функціями споживчого ринку є:

- соціальна — забезпечує цілісність й безперервності процесу суспільного відтворення, а також задоволення особистих потреб людини;
- функція прибутковості — забезпечує отримання підприємницького прибутку через перетворення різноманітних продуктів праці на товари та їх доведення до споживача, а також забезпечення цілісності й безперервності про-

цесу суспільного відтворення: виробництво — розподіл — обмін — споживання, де споживання стає відправною точкою нового виробничого циклу;

— адаптаційна — відповідає за формування структури економіки, що відповідає кон'юнктурним параметрам споживчого ринку, в результаті чого розвивається виробництво затребуваних ринком і відбувається згортання неконкурентоспроможних виробництв видів продукції;

— розподільча — поділ частини створеної вартості суспільного продукту, та життєвих благ між членами суспільства;

— координаційна — узгодження і координація інтересів споживачів та виробників стосовно асортиментної структури товарів, рівня цін та якості продукції;

— спонукальна — через скорочення витрат, підвищення суспільної корисності та якості товарів та послуг, і створення матеріальних стимулів до праці;

— функція врівноваження обсягів виробництва і споживання — завдяки збалансуванню попиту й пропозиції на споживчі товари та послуги, та доходів і витрат населення, зовнішніх та внутрішніх джерел формування товарної пропозиції;

— індивідуалістична — визначення особливостей поведінки споживачів залежно від точної ситуації на споживчому ринку;

— контрольна — дає змогу оцінювати соціально-економічний розвиток держави та регіонів, визначати результативність здійснюваних у країні економічних трансформацій та ефективність реалізації заходів соціально-економічної політики державних і місцевих органів влади.

Проведений нами аналіз дозволив визначити, що розуміння сутності споживчого ринку, перелік видів та функцій ринку товарів та послуг, які наведено в науковій літературі, переважно схожі, однак між ними існують і суттєві відмінності. Тому, на основі аналізу наукових точок зору, цією статтею запропоновано, визначення поняття "споживчого ринку", яке описує роль споживчого ринку в формуванні забезпечення економічного зростання держави, також подано і детально охарактеризовано види та функції споживчого ринку.

ВИСНОВКИ

Отже, в сучасних умовах ринок товарів та послуг координує виробництво і споживання, управляє економічними та соціальними процесами і реалізує свою соціальну роль індикатора соціальної стабільності населення. Тому

дослідження теоретичних засад розвитку споживчого ринку, поглиблення його економічної сутності, вивчення видів і функцій споживчого ринку в сучасній соціально-економічній системі є необхідним для розуміння сучасних тенденцій його розвитку та розробки перспективної моделі розвитку споживчого ринку.

Література:

1. Азарян Е.М. Потребительский рынок: становление и развитие / Е.М. Азарян. — Донецк: ИЭП НАН Украины, 2002. — 190 с.

2. Предборський В. А. Основи економічної теорії / Предборський В.А. — К.: Кондор, 2002. — 621 с.

3. Лігоненко Л.О. Теоретико-методологічні засади управління споживчого ринку / Л.О. Лігоненко // Актуальні проблеми економіки. — 2006. — № 6. — С. 103—112.

4. Лошенко І.Р. Концептуальні підходи до становлення і розвитку споживчого ринку України / І.Р. Лошенко // Формування ринкових відносин в Україні. — 2007. — № 11. — С. 103.

5. Распопова В.А. Споживчий ринок — відправний момент у дослідженні розвитку торгівлі / В.А. Распопова // Торговля і ринок України: Темат. зб. наук. пр. — Вип. 16, Т. II. — Донецьк: Дон дует, 2004. — С. 283.

6. Филіук Г. Тенденції розвитку споживчого ринку України / Г. Филіук, О. Шевчук // Товари і ринки, 2011 — № 1. — С. 24—36.

References:

1. Azarian, E.M. (2002), *Potrebytel'skyj rynek: stanovlenye y razvytye* [Consumer market: becoming and developing], YEP NAN Ukrayny, Donetsk, Ukraine.

2. Predbors'kyj, V. A. (2002), *Osnovy ekonomichnoi teorii* [Basis of economic theory], Kondor, Kyiv, Ukraine.

3. Lihonenko, L.O. (2006), "Theoretical and methodological principles of management of consumer market", *Aktual'ni problemy ekonomiky*, vol. 6, pp. 103—112.

4. Losheniuk, I.R. (2007), "Conceptual approaches to the formation and development of the consumer market of Ukraine", *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini*, vol. 11, pp. 103.

5. Raspopova, V.A. (2004), "The consumer market is a starting point in the study of trade development", *Torhivlia i rynok Ukrainy*, vol. 16, pp. 283.

6. Fyliuk, H. and Shevchuk, O. (2011), "Trends in the development of the Ukrainian consumer market", *Tovary i rynky*, vol. 1, pp. 24—36.

Стаття надійшла до редакції 11.09.2017 р.