

УДК 339.3

Дорош В.Ю., к.е.н., доцент

Забедюк М.С., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

### **ФОРМУВАННЯ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ КАТЕГОРІЇ «ВНУТРІШНІЙ РИНОК»**

У публікації підлягають розгляду питання ідентифікації поняття «внутрішній ринок». Досліджено особливості його формування, виділивши при цьому три етапи розвитку досліджуваного об'єкту. Подано найбільш ефективні критерії класифікації внутрішнього ринку.

**Ключові слова:** внутрішній ринок, галузеві ринки, місцеві ринки, регіональні ринки

Dorosh V., Zabediuk M.

### **FORMATION CONCEPTUAL APPARATUS THE DEFINITION OF «INTERNAL MARKET»**

The publication consideration be identifying the concept of «internal market». The features of its formation, thus highlighting the three stages of the research object. Presents the most effective classification criteria of the internal market.

**Keywords:** internal market, industry markets, local markets, regional markets

Дорош В. Ю., Забедюк М. С.

### **ФОРМИРОВАНИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ ДЕФИНИЦИИ «ВНУТРЕННИЙ РЫНОК»**

В публикации подлежат рассмотрению вопросы идентификации понятия «внутренний рынок». Исследованы особенности его формирования, выделив при этом три этапа развития исследуемого объекта. Представлены наиболее эффективные критерии классификации внутреннего рынка.

**Ключевые слова:** внутренний рынок, отраслевые рынки, местные рынки, региональные рынки

**Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями.** Нині внутрішній ринок України не є стабільними, а його розвиток є динамічним процесом, що зазнає постійних метаморфоз. У першу чергу така ситуація пов'язана з поглибленням глобалізаційних процесів, швидким оновленням виробництва, впровадженням новітніх технологій, що впливають на інтенсивність економічного зростання територіальних утворень. Тому для врахування швидких, структурних змін, що характеризують внутрішній ринок країни доцільно всебічно його проаналізувати. Першим кроком на шляху до цього стане дослідження еволюційно-концептуальних підходів до розуміння сутності внутрішнього ринку.

**Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми.** Значний внесок у дослідження внутрішнього ринку внесли В. Точилін, В. Голиков, О. Лапко, В. Федін, О. Пустовойт, В. Лагутін, І. Сторонянська, Н. Попадинець.

**Цілі статті.** Дослідити еволюційно-концептуальний підхід до ідентифікації поняття «внутрішній ринок».

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Внутрішній ринок – це "...система відносин у сфері товарного обміну з купівлі-продажу товарів та послуг та їх просування від виробника (резидента) до споживача в межах державних кордонів" [1, с. 5]. О. Пустовойт розглядає внутрішній ринок "як сферу товарного обігу окремої національної економіки, де за певного рівня цін відбувається розподіл обмежених виробничих ресурсів, інвестиційних, споживчих товарів і послуг відповідно до попиту домогосподарств на них і на гроші у формі активів [2, с. 52].

В цьому визначенні сутності ринку міститься суперечність: ринок трактується як “сфера розподілу обмежених виробничих ресурсів” і тут же – як “попит домогосподарств”. Ринкові відносини не зводяться тільки до попиту і тим більше лише до попиту домогосподарств. Ринок – це і пропозиція ресурсів, яку здійснюють домогосподарства тією мірою, якою вони є їх власниками. Активними учасниками ринкових відносин є підприємницький сектор і держава. Підприємницький сектор виступає на ринку, з одного боку, як покупець ресурсів, а з другого – як продавець різноманітних товарів та послуг. Держава на ринку виступає лише як покупець ресурсів (робочої сили) і товарів. В. Лагутін під внутрішнім ринком розуміє “систему соціально-економічних відносин і сукупність інституцій товарного обігу, які опосередковують взаємовідносини між виробниками-продавцями і споживачами-покупцями на внутрішній території країни” [3, с. 7]. О. Михайленко визначає внутрішній ринок як частину національного ринку, що є системою економічних відносин між виробниками-резидентами національної економіки та споживачами, що діють на економічній території країни [4, с. 54].

Низка трактувань представлена дефініції «внутрішній ринок» представлена і в енциклопедіях та довідках.

Приміром, внутрішній ринок – це ринок, який діє в середині країни, в її межах [5, с. 55]; система економічних відносин у процесі обміну товарами, цінними паперами та послугами, які виникають між виробником і споживачами матеріальних благ і послуг; продукт суспільного поділу праці [6, с. 251]; сфера обертання товарів і послуг у межах національної економіки [7, с. 792]; товарообіг обмежений рамками державного кордону [8, с. 299; 9, с. 392]; сфера товарного обміну обмежена державними кордонами; сукупність економічних відносин товаровиробників і споживачів стосовно реалізації товару [10, с. 272]. Наведені трактування здебільшого є ідентичними, а інколи і взаємозамінними.

У процесі розвитку внутрішній ринок пройшов, на нашу думку, три етапи (рис.1).

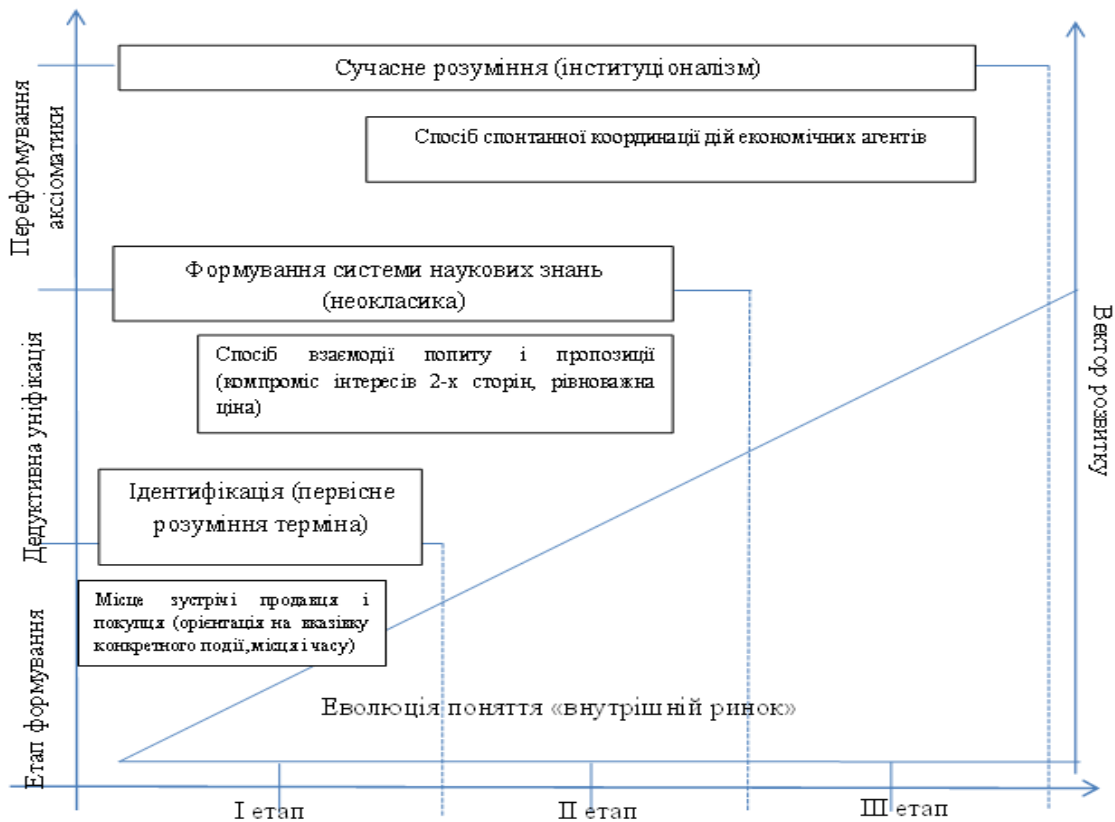


Рис. 1. Етапи розвитку внутрішнього ринку

Дослідження етапів формування та напрямів розвитку внутрішнього ринку дозволяє його представити як сукупність процесів, пов'язаних із виробництвом, розподілом, обміном і споживанням всередині країни.

Вивчивши сутність внутрішнього ринку звернемо увагу на функції, які з неї випливають та формують призначення і конкретизують його роль у розвитку національної економіки. Основними функціями ринку є [11, с. 49]:

- саморегулююча – збалансування попиту і пропозиції за обсягом і за структурою, передбачення узгоджень виробництва і споживання товарів і послуг за всіма асортиментами;
- регулююча – встановлення рівноважної (конкурентної) ціни, тобто ціни пропозиції, що відповідає суспільній корисності товару;
- контролююча – створення передумов для виробництва рівноважного обсягу товарів, тобто такого обсягу, що потрібен ринку і який буде проданий на ньому;
- стимулююча – спонукання виробників до зниження витрат, підвищення якості та споживчих властивостей товарів;
- інформаційна – інформування товаровиробника ціною, що вигідно виготовляти, що ні, скільки, на які верстви населення варто орієнтуватись, а споживача – де можна придбати і за якою ціною;
- реалізації – доведення продукції від виробництва до споживання та забезпечення безперервної зміни форми вартості товару.

Для всебічного розуміння сутності внутрішнього ринку здійснимо його класифікацію за низкою критеріїв (рис. 2)

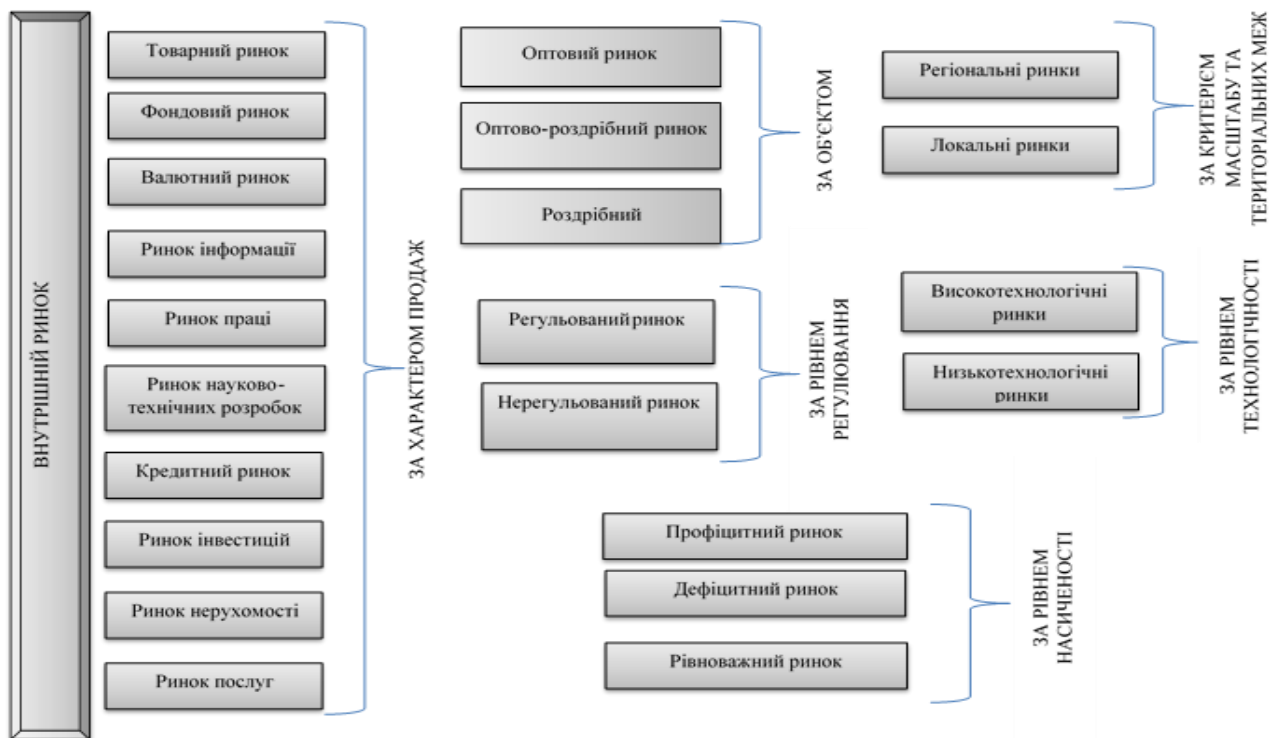


Рис. 2. Класифікація внутрішнього ринку

Виходячи з вище представленого, нами подано найбільш ефективні критерії класифікації внутрішнього ринку, які у свою чергу доповнюють одна одну.

Заразом дослідження внутрішнього ринку є досить важливим аспектом для вивчення, оскільки від рівня його розвитку залежить соціально-економічний стан країни. Однак сьогодні Україна знаходиться у складній економічній ситуації, що викликана

низкою обставин. Так, інститут суспільно-економічних досліджень (ІСЕД) у макроекономічному прогнозі-2017: економіка та людина наводить чинники, що перешкоджатимуть економічному розвитку України та у свою чергу внутрішньому ринку: глобальні тенденції протекціонізму; слабкі міжнародні потоки капіталів; сповільнення в ЄС через Брекзит; збереження високого рівня ризиків та невизначеності в національній економіці; слабка доступність інвестиційних ресурсів; відволікання дедалі більшої частини внутрішнього попиту на ринок послуг ЖКГ; високе боргове навантаження й потреба у зовнішньому кредитуванні; популістичні настрої та рішення; неузгодженість дій між Національним банком та Урядом; відсутність довіри до політики Уряду та Національного банку з боку населення; відсутність ефективної державної інвестиційної політики [12].

**Висновки.** Проведене дослідження дало можливість говорити про те, що спроба ідентифікувати природу, сутність внутрішнього ринку дозволяє представити його з одного боку як модель ринкової залежності між попитом, пропозицією і ціною на основі розвитку ринкової конкуренції, з іншого – як макроекономічний інструмент відтворення суспільного продукту, за допомогою якого забезпечується динамічний соціально-економічний розвиток країни.

#### Список використаних джерел:

1. Точилін В. О. Галузеві ринки України: оцінка стану та перспективи розвитку / В. О. Точилін, В. І. Голиков, О. О. Лапко, В. І. Федін : наук. доп. / НАН України ; Ін-т екон. прогнозування / В. О. Точилін (ред.). – К. : [б. в.], 2004. – 78 с.
2. Пустовойт О. Внутрішній ринок України: потенційні та реальні можливості впливу на економічне зростання / О. Пустовойт // Економіка України. – 2007. – № 3. – С. 50-58.
3. Лагунін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія / В. Д. Лагунін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 327 с.
4. Пустовойт О. В. Ринок: економічна сутність, типова і видова різноманітність / О. В. Пустовойт // Екон. теорія. – 2008. – № 4. – С. 44-55.
5. Райзберг Б. А. Современный экономический словарь / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Э. Б. Стародубцева. – М. : ИНФРА М, 1996. – 496 с.
6. Економічна енциклопедія : у 3 х т. / відпов. ред. С. В. Мочерний. – Т. 1. – К. : Академія, 2002. – 864 с.
7. Загородній А. Г. Фінансово економічний словник / А. Г. Загородній, Г. Л. Вознюк. – К. : Знання, 2007. – 1072 с.
8. Живко З. В. Словник сучасних економічних термінів / З. В. Живко, М. О. Живко, І. Ю. Живко. – Львів : Край, 2007. – 384 с.
9. Коноплицький В. А. Економічний словник. Тлумачно термінологічний / В. А. Коноплицький, Г. І. Філіна. – К. : КНТ, 2007. – 580 с.
10. Коломойцев В. Є. Універсальний словник економічних термінів : навч. посіб. / В. Є. Коломойцев. – К. : Вид во «Молодь», 2000. – 384 с.
11. Сторонянська І. З. Внутрішній ринок : концептуалізація поняття / І. З. Сторонянська, Н. М. Попадинець // Вісник інституту економіко-правових досліджень НАН України ; редкол.: В. К. Мамутов (відп. ред.). – Донецьк, 2011. – Вип. 1 (2). – С. 46-51.
12. Макроекономічний прогноз-2017: економіка та людина [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://iser.org.ua/analitika/ekonomichnii-analiz/makroekonomichnii-prognoz-2017-ekonomika-ta-liudina>