

°УДК 339.3

Дорош В. Ю., к.е.н., доцент,

Потьомкіна О. В., к.е.н., доцент

Луцький національний технічний університет

ФОРМУВАННЯ ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ ДЕФІНІЦІЇ «ВНУТРІШНІЙ РИНОК»

У публікації розглядаються питання стосовно поняття «внутрішній ринок», проводиться його ідентифікація. Дослідження полягає у формуванні особливостей даної дефініції, зокрема, виділяється три етапи його розвитку для аналізу.

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

Dorosh V., Potomkina O.

FORMATION CONCEPTUAL APPARATUS THE DEFINITION OF «INTERNAL MARKET»

Currently, the domestic market of Ukraine is not stable, and its development is a dynamic process that undergoes constant metamorphosis. First of all, this situation is related to the deepening of globalization, the rapid modernization of production, introduction of new technologies that affect the intensity of economic growth territorial entities. Therefore, to take account of rapid structural changes that characterize domestic market advisable to thoroughly analyze it. The first step in this research will be evolutionary conceptual approaches to understanding the essence of the internal market.

The publication consideration be identifying the concept of «internal market». Investigated the function of the internal market, including singled out self-regulating (balancing supply and demand in volume and in structure, prediction coordination of production and consumption of goods and services for all assortment); regulatory (establishing equilibrium (competitive) prices, ie the offer price corresponding to the public utility goods); controlling (creation of conditions for equilibrium volume of production of goods, the amount that needs to be market and sold it); stimulating (prompting manufacturers to reduce costs, increase quality and consumer properties of goods); information (information producers a price that is profitable to produce, not, as to which segments of the population should be oriented and consumer – where you can buy and at what price); implementation (bringing products from production to consumption and ensure continuous changes form of value of goods).

°Дорош В. Ю., Потьомкіна О. В.

Systematized features of its formation, thus highlighting the three stages of the research object. Research stages of formation and directions of development of the internal market has allowed it to present a set of processes associated with the production, distribution, exchange and consumption in the country.

Key words: internal market, industry markets, local markets, regional markets.

Дорош В. Ю., Потёмкина Е. В.

ФОРМИРОВАНИЕ ТЕРМИНОЛОГИИ ДЕФИНИЦИИ «ВНУТРЕННИЙ РЫНОК»

В публикации рассматриваются вопросы относительно понятия «внутренний рынок», проводится его идентификация. Исследование заключается в формировании особенностей данной дефиниции, в частности, выделяется три этапа его развития для анализа.

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

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Нині внутрішній ринок України не є стабільними, а його розвиток – це динамічний процес, 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]. У цьому визначенні сутності ринку міститься суперечність: ринок трактується як «сфера розподілу обмежених виробничих ресурсів» і разом з тим, – як «попит домогосподарств». Ринкові відносини не проявляються тільки як попит, і тим більше, як попит домогосподарств. Ринок – це і пропозиція ресурсів, яку здійснюють домогосподарства настільки, наскільки 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.

Існує думка, що 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.

Дослідивши сутність внутрішнього ринку звернемо увагу на функції, які з неї випливають та формують призначення і коняретизують 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.

У процесі розвитку внутрішній ринок пройшов, на нашу думку, 3 етапи (рис. 1):

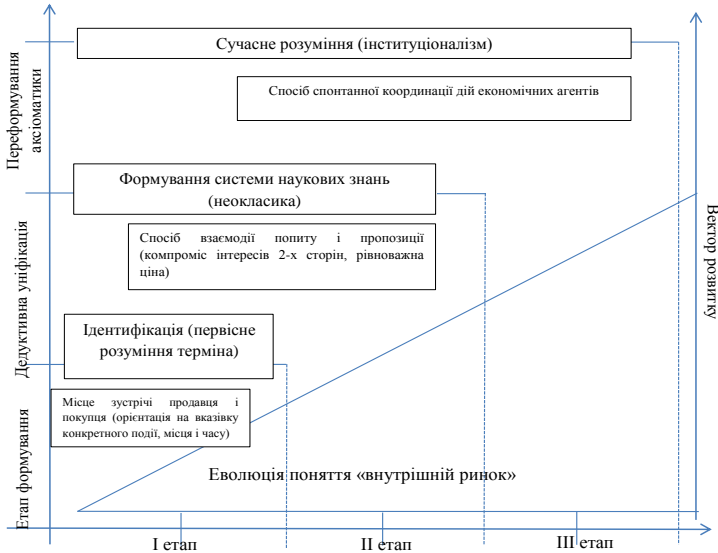


Рис. 1. Етапи розвитку внутрішнього ринку

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

Висновки. Проведене дослідження дало можливість зробити висновки про те, що спроба ідентифікувати природу, сутність внутрішнього ринку дозволяє сприймати його як модель ринкової залежності між попитом, пропозицією і ціною на основі розвитку ринкової конкуренції.

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., 2004. – 78 с.
2. Пустовойт О. В. Внутрішній ринок України: потенційні та реальні можливості впливу на економічне зростання / О. В. Пустовойт // Економіка України. – 2007. – №3. – С. 50–58.
3. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія / В. Д. Лагутін. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 327 с.
4. Пустовойт О. В. Ринок: економічна сутність, типова і видова різноманітність / О. В. Пустовойт // Економічна 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.