

УДК 338

С. О. Корецька,
д.е.н., професор кафедри фінансів,
Донецький державний університет управління

ОСОБЛИВОСТІ ДІЇ РИНКОВОГО МЕХАНІЗМУ В СУЧАСНИХ МОДЕЛЯХ ЕКОНОМІКИ

Анотація. Встановлено, що будь-яка реальна ринкова економіка незалежно від окремої країни вимагає наявності і чіткого функціонування економічного механізму, який гарантує її надійність, ефективність та відносну стабільність.

Annotation. It is set that any real market economy regardless of separate country requires a presence and clear functioning of economic mechanism, which avouches for it reliability, efficiency and relative stability.

Вступ

Зміст ринкового механізму в чистому вигляді включає в себе три важливі елементи: вільне виробництво (нерегульовані пропозиції), вільну купівлю (нерегульований попит), вільну (нерегульовану) ціну, яка зрівноважує попит і пропозиції. Якщо відсутній хоча б один з цих елементів, немає і не може бути повного ринку, не діють сили самонастроювання, саморегулювання. Замість ринкового механізму починають діяти неринкові механізми регулювання попиту і пропозиції, а відповідно виробництва і споживання. Ринок – це добровільна економічна угода, купівля-продаж (або контракт-замовлення). Регулювання ж означає нав'язування своєї волі якимось одним суб'єктом іншим. В результаті економічні зв'язки поступаються місцем неекономічним. Таке можливе в адміністративно-командній системі, але зовсім не припустиме науковій економіці; інакше це вже не ринок, він не здатний виконувати свої функції.

Між товаровиробником і споживачем на ринку можливий посередник, але лише в тому разі, коли обидва в ньому зацікавлені, коли він вигідний їм. Такий посередник не є елементом тиску на суб'єктів ринкових відносин, він їм підпорядкований. У ринковій економіці можна регулювати лише бізнес, орієнтуючи його на досягнення високої ефективності і одночасно – на задоволення потреб покупців. Історія свідчить, що будь-яка спроба натиснути на ринок чи обмежити його призводить до негативних наслідків. Ринкова система господарювання має тільки її властиві закони, принципи, і якісні характеристики. Якщо розглядати її в чистому вигляді, то вона регулюється об'єктивним, стихійно діючим ринковим механізмом. Інакше кажучи, вона саморегулюється.

Результати дослідження

Визнання ринку об'єктивним регулятором і стимулом виробництва, а ринкової економіки – системою, яка саморегулюється, не заперечує необхідності використання в ній інших регуляторів. Справа в тому, що до дії об'єктивних законів природи і суспільства можна пристосуватися і діяти в руслі їх. Люди, пізнаючи закони і принципи товарного господарства, враховуючи їх і спираючись на них, можуть і повинні компетентно використовувати ринковий механізм. Окрім того, некоректним є твердження згідно якого ринкова економіка регулюється виключно ринком. На рівні фірми, підприємства в ринковій системі господарства, як вже відмічалось, завжди здійснюється свідоме управління, використовується планування виробництвом за допомогою командно-адміністративних методів і чим крупніше підприємство, тим більший обсяг і складніше управління виробництвом.

Суттєві зміни в західних країнах сталися в плануванні господарства на мікрорівні. Планування завжди було властиве товарному виробництву. Будь-яка трудова асоціація пов'язана подетальним і поопераційним поділом праці, а також кооперацією і тому потребує певних свідомих планових розрахунків. Однак в умовах вільного ринку планування й управління здійснювались переважно на рівні виробництва і не торкалися комерційної діяльності. Товаровиробники працювали на невідомий ринок, а тому неможливо було перевірити обгрунтованість прийнятих виробничих рішень до появи готового товару на ринку. З цих позицій планування обсягу і структури виробництва мало інтуїтивний характер. У виробника ніколи не було впевненості в тому, що він зможе реалізувати свій товар за цінами, що його влаштовують. Ринкові відносини відзначались нестабільністю і непередбаченістю.

Концентрація виробництва і спеціалізація ринків за окремими товарами привели до того, що коло виробників певного товару звузилось до 10-15. У результаті ринок став доступнішим для діючих на ньому підприємств. З'явилася можливість брати до уваги кон'юнктуру ринку: поділяти його на сфери впливу окремих великих товаровиробників, прогнозувати розміри. Іншими словами, в кожний момент можна врахувати обсяг попиту, прогнозувати зміну цін, передбачити дії конкурентів і негайно реагувати на них. Цьому сприяв розвиток інформатики, використання комп'ютерів. Виходячи з цього підприємств регулює деякі параметри свого перебування на ринку і відповідно планує обсяг і структуру виробництва. Створення ж багатогалузевих і багатопрофільних компаній зменшило ризик і втрати: при виробництві одного товару їх можна компенсувати сприятливою кон'юнктурою при виробництві і реалізації іншого.

Однією з перших успішних спроб пристосуватися до ринку (пом'якшити наслідки його стихійної регуляції) була монополія. Вона вивела масштаби планування виробництва за межі безпосереднього процесу праці, дала змогу досліджувати кон'юнктуру ринку, потенційні можливості своїх конкурентів. Досягнутий рівень концентрації виробництва сприяв цьому процесу. Сучасні корпорації, концерни, конгломерати мають значно більші можливості вивчати кон'юнктуру ринку і реалізувати їх. Так, у проспекті японського концерну "Міцубісі" записано: "Передусім наші 13 тисяч спеціалістів у 120 зарубіжних країнах і 60 японських бюро постійно інформують нас про зміни ринкових умов у всьому світі, і ми знаємо справжній попит на будь-який товар всюди і в будь-який час". Виникли фірми, спеціалізовані на аналізі стану ринку і попиту на ньому [1].

Якісно нова ланка у функціонуванні ринкової економіки – це виникнення і розвиток маркетингу. Маркетинг (від англ. market - ринок, збут) – це феномен економіки надвиробництва, коли попит перенасичений надмірною пропозицією, це і наука про те, як узгодити попит і пропозицію, і сфера регламентування діяльності фірми по захопленню й утриманню свого місця на ринку. Маркетинг виник у США на початку ХХ ст. на ґрунті вивчення й узгальнення практики нецінної конкуренції. Його покликано до життя конкуренція виробників за покупця. Запорукою досягнення мети бізнесменом чи фермером є визначення потреб ймовірних покупців та задоволення їх ефективнішими способами, порівняно з конкурентами. Сучасний маркетинг – це така науково обгрунтована організація роботи підприємства чи фірми, за якої всі господарські рішення приймаються на основі спеціального вивчення вимог ринку, прогнозу й управління ними.

Основна мета підприємства залишається незмінною – одержання прибутку. Якщо на ранніх етапах розвитку ринкової економіки мала місце виробничо-концепція (головний девіз її – "виробляй, скільки зможеш, бо ринковий попит безмежний"), а пізніше – реалізаційна (девіз її – "ось товар, ідїть і торгуйте"), то тепер перевага надається вивченню запитів і потреб споживача з тим, щоб продукція і послуги могли самореалізуватися. В основі маркетингу – пріоритет покупця, турбота про нього виробника. "Вивчіть, знайдіть потреби і задовольніть їх" – ось головний девіз маркетингу.

Маркетинг – спеціальна наука. Маркетинг – це орієнтація науково-технічної політики на досягнення, не лише поточного економічного ефекту (максимізація прибутку), а й на вигрaш у боротьбі за ринок збуту. Це передбачає прогноз можливих досягнень у галузі оновлення техніки і технології, підвищення якості продукції. Сучасний маркетинг як прояв всієї ринкової економіки і системи вільного підприємництва включає такі процеси.

1. Вивчення кон'юнктури ринку, тобто насичення ринку товарами, рівня цін, незадоволення попиту споживачів, реальних і потенційних покупців, а також можливих дій конкурентів.

2. Наукове планування виробництва, його систематичне коригування відповідно до змін ринкової кон'юнктури. Отже, маркетинг перетворює виробництво на систему, яка свідомо планується. Воно ґрунтується на точному знанні потреб покупців, ринкової ситуації і можливостей фірми. Завдяки маркетингу плановість стає найважливішим елементом ринкової економіки, дає змогу збалансувати попит і пропозицію на певний товар.

3. Сучасний маркетинг – це не лише пристосування виробничої і комерційної програми до динаміки потреб і попиту, а й формування потреб. Фірми формують стандарти споживання, оцінні критерії, стереотипи, які впливають на здійснення покупок, та ін. Виробники виходять при цьому з більш-менш точного знання динаміки потреб і ринкових сподівань. Найважливішим засобом формування потреб є реклама. Проникнення пропозиції у сферу попиту – ознака розвиненої економіки, досягнення ринкової цивілізації, хоча з цим не всі погоджуються. Наприклад, Дж. Гелбрейт та інші "нові ліві" скаржаться на насильницьке формування потреб, що здійснюється нібито американським бізнесом, їм невідомий диктат державних соціалістичних підприємств над споживачем [4].

Маркетинг – це ефективна реалізація товарів на певних, заздалегідь відомих ринках, у запланованих обсягах, формах і в зазначені строки. У наш час усе світове господарство стає об'єктом стратегічних маркетингових досліджень з боку ТНК. Світове господарство використовує наукову основу планування, свідомо підтримує збалансованість між виробництвом і споживанням. Найважливіша і прогресивна тенденція в розвитку ринкових відносин – це перехід від традиційних ринкових форм контактів продавців і покупців через купівлю-продаж готових продуктів до різного роду кооперативних, контрактних, субпідрядних та інших

економічних зв'язків.

Отже, суб'єкти ринкових відносин виходять на ринок не з готовою продукцією для невідомого покупця, а із своїми можливостями виконати замовлення, забезпечити виробництво продукції чи послуги чітко і відповідно до заданої конкретним споживачем специфікації. За цих умов у конкурентній боротьбі зростає значення репутації фірми, здатності виробника забезпечити гнучкість і маневреність виробництва.

Широке розповсюдження отримує встановлення довгострокових коопераційних зв'язків між товаровиробниками і споживачами. Все більше число підприємств розробляють план своєї майбутньої діяльності спільно з фірмами, які виробляють для них засоби виробництва і є споживачами їхньої продукції. Нерідко відбувається формування промислово-торговельних комплексів, інтеграція великих промислових і торговельних компаній. Зростає роль таких форм співробітництва корпорацій, як організація спільних підприємств, обмін патентами і науково-технічною інформацією.

Розвиток системи контрактів і кооперації у ринковій економіці – це якісний стрибок, перехід від відносин прямої купівлі-продажу готових товарів з їх нестабільністю і непередбаченістю до стійких зв'язків, що диктується сучасним рівнем спеціалізації і кооперації, тісними виробничими і технічними взаємозв'язками підприємств. Ринкові відносини не зникають. Вони набувають іншої форми, відносини продавець – покупець чітко персоналіфікуються [2].

Будь-яка реальна ринкова економіка незалежно від окремої країни або асоціації, країн вимагає наявності і чіткого функціонування економічного механізму, який гарантує їй надійність, ефективність та відносну стабільність. Першою глобальною умовою даного механізму є забезпечення адміністративної незалежності товаровиробника. Вона гарантується приватною власністю на ті засоби виробництва, які є результатом праці людини, і на ту продукцію, яку він виробляє. Виконання першої умови ринкової економіки зумовлює такі економічні наслідки:

- створення конкурентного середовища між товаровиробниками. Незалежний товаровиробник, бажаючи одержати максимум прибутку, перш ніж розпочати процес виробництва, вивчає кон'юнктуру ринку на товари, розмір цін на них, визначає ринки збуту, можливий обсяг одержання кінцевого результату;
- насичення ринку високоякісними товарами із заданими параметрами індивідуальної вартості виробництва та якості продукції, які гарантують товаровиробникові одержання максимального прибутку;
- зміцнення національної валюти шляхом забезпечення відповідності в обороті товарної і грошової мас в країні, що блокує розвиток у господарській системі інфляційних процесів;
- забезпечення інвестування аграрного виробництва за рахунок власних заощаджень товаровиробників і ліквідація необхідності в залученні зовнішніх кредитів;
- підвищення загального добробуту народу. Насичення ринку високоякісними конкурентоспроможними товарами сприяє зростанню валового внутрішнього продукту та національного доходу як матеріальної основи бюджетних надходжень, вирішенню комплексу соціальних програм.

Друга глобальна об'єктивна функціонування ринкової економіки полягає у забезпеченні незалежності фінансово-кредитної та банківської систем. Поняття їх незалежності передбачає наявність у банківсько-фінансовій системі Національного банку, основним завданням якого є грошова емісія та стеження за відповідністю в обороті товарної і грошової мас. Решта банків повинні мати комерційний характер і працювати в конкурентному середовищі. Основними економічними джерелами існування комерційних банків повинні бути банківський процент за кредит, який надається різним його споживачам, та плата за різні банківські послуги. За цих умов кредитування комерційних банків Національним банком не допускається. Дотримання виконання зазначеної умови має суттєві економічні наслідки, а саме:

- створення конкурентного середовища між комерційними банками в боротьбі за споживача кредиту та банківських послуг;
- запобігання монополю високому банківському проценту за кредит та банківські послуги (залучити клієнта до комерційного банку для одержання кредиту можна лише зниженням річної кредитної ставки);
- створення сприятливої кредитної ситуації для вітчизняних товаровиробників. Відносно низька кредитна ставка не матиме розорного для товаровиробника характеру;

пожвавлення та стабілізація економіки країни, зростання обсягів виробництва високоякісної продукції, валового продукту та національного доходу, зміцнення бюджету та запобігання інфляційним процесам за рахунок випуску в оборот Національним банком такої кількості грошової маси наскільки зріс обсяг валового внутрішнього продукту.

Третьою глобальною об'єктивною умовою функціонування ринкової економіки є лібералізація системи ціноутворення в усіх сферах матеріального виробництва та його інфраструктурі. Розмір цін на товари повинен формувати ринок. Попит і пропозиція на ринку — це саме той економічний механізм, який дозволяє повною мірою проявлятися законам вартості. Вся товарна маса, яка виробляється в країні, повинна надходити в інфраструктуру ринку, вартісно оцінюватися шляхом порівняння попиту та пропозиції на неї і на основі "звужування вартості" змінювати власників. Держава, забезпечуючи суспільний захист своїх громадян, визначає лише верхню межу цін на товари і послуги. Виконання третьої умови матиме суттєві економічні наслідки:

- наближення цін товарів і послуг до їх реальної вартості;
- ліквідація монополізму в ціноутворенні на окремі види товарів, оскільки для цього зникають економічні передумови;
- ліквідація цінового диспаритету і створення рівних економічних умов для розширеного відтворення в усіх галузях народного господарства та вирішення системи соціальних проблем.

Всі три умови разом формують ефективний ринковий механізм, при якому стає можливою організація підприємництва, малого, середнього і великого бізнесу тощо. Ринкова економіка та її механізм являють собою дійовий засіб підвищення ефективності виробництва, прискорення темпів його розширеного відтворення. Основним її мотиваційним рушієм є особистий інтерес та зацікавленість у найкращих кінцевих результатах системи в цілому і кожного її учасника зокрема.

Безумовно, наведені три основні умови ринкової економіки та їх найважливіші економічні наслідки можуть проявитися в комплексі з розвинутою і цілеспрямованою державною політикою тієї чи іншої країни, характером державного протекціонізму. Останнє формує відповідні економічні моделі ринкової економіки. В зв'язку з цим розрізняють виробничу, монетарсько-посередницьку та соціально орієнтовану моделі ринкової економіки.

Виробнича модель передбачає спрямування дій ринкових механізмів на розвиток вітчизняного виробництва. Вона ставить у центрі вітчизняного товаровиробника. Маркетингова служба, банківсько-кредитна та фінансова системи країн, де вона прийнята, виконують функції сприяння діяльності вітчизняного товаровиробника, забезпечуючи нормальні параметри своєї прибутковості (5-7%) від наданого кредиту. Така економічна модель прийнята в розвинутих країнах Заходу та в США. Вона забезпечує щорічне зростання валового внутрішнього продукту та добробуту народу, є фундаментом створення в країнах середнього класу [3].

Монетарсько-посередницька економічна модель шокової терапії поширена переважно в країнах, які утворилися після розпаду соціалістичної системи. Її основним рушієм є одержання "швидких грошей". Банківсько-кредитна система побудована так, що Національний банк є кредитором комерційних банків. Річні кредитні ставки Національного банку надзвичайно високі (до 60%). Комерційні банки, прагнучи одержати прибуток, нарощують розмір річної кредитної ставки на 15-20%. Разом її величина досягає 75-80%. Між комерційними банками відсутнє конкурентне середовище, перестають діяти ринкові механізми, залишається монополю високою кредитна ставка. В результаті відбувається нагромадження фінансових ресурсів у комерційних банках, створених у виробничій сфері, банківський кредит перестає бути рушієм виробництва вітчизняної продукції, а стає ефективним інструментом "відкачування" фінансових ресурсів, створених за межами фінансово-кредитної системи. Внаслідок цього відбувається занепад виробництва товарної маси як основного фактора підтримання національної валюти на світовому ринку, розвиток інфляційних процесів, що зумовлює призупинення вітчизняного виробництва. За таких умов єдиним шляхом підтримання національної валюти на певному рівні є одержання кредиту в світових фінансових структурах. Проте дана економічна модель тулкова, оскільки суспільство не може безмежно існувати на позичках. Ця модель є основною причиною зубожіння основної маси населення, поглиблення економічної поляризації та криміналізації суспільства, назрівання революційної ситуації.

В умовах економічного занепаду посилюється податковий тиск на товаровиробника і на суспільство в цілому, адже державі необхідно утримувати армію, міліцію та інші державні структури. Монетарсько-посередницька економічна модель — добре підгрунта функціонування структур номенклатурно-кримінального характеру. Нагромадженні фінансові засоби вимагають матеріалізації, основним спрямуванням також є створені суспільством виробничі об'єкти, земля тощо. Отже, монетарсько- посередницька економічна модель — антинародна і тимчасова. Вона не має майбутнього і має бути заміненою.

Соціально орієнтована ринкова економічна модель використовує ринкові механізми для вирішення соціальних потреб суспільства. Вона ставить у центр людину, її потреби. Найвпливовіші на виробничу сферу системи (ціноутворення, банківська та фінансово-кредитна) покликані стимулювати вітчизняне виробництво. Тут основною мотиваційною силою є конкуренція в усіх сферах — виробничій, фінансово-кредитній та банківській, а система ціноутворення регулюється попитом і пропозицією на ринках збуту товару та перебуває під патронатом держави. Національні банки країн із соціально орієнтованою ринковою економікою не кредитують комерційних банків, що запобігає запровадженню монополю високих кредитних ставок. Вони коливаються в межах 5-6% річних і є важливим стимулом розвитку вітчизняного виробництва. Податкова система прогресивно зростаюча. Вона не призводить до глибокої поляризації суспільства за доходами, а є добрим підґрунтям формування середнього класу. Найважливіші природні ресурси в країнах із соціально орієнтованою ринковою економікою (земля, надра, водні ресурси) є або державною або муніципальною власністю (Швеція, Ізраїль тощо) [5].

ВИСНОВКИ

Отже, ринкова економіка за своїм економічним змістом є потужним носієм мотиваційних важелів прискорення розвитку науково-технічного прогресу і економіки будь-якої країни. Завданням держави полягає у раціональному їх використанні на користь усього народу. Стимулювання завдяки ринковим механізмам вітчизняного товаровиробника сприяє швидкому зростанню валового внутрішнього продукту і національного доходу, а прогресивно зростаюча податкова система стає потужним джерелом наповнення бюджету. Міцний бюджет дозволяє вирішувати комплекс виробничих і соціальних проблем у країнах із соціально орієнтованою ринковою моделлю. Вона стимулює розвиток підприємництва, бізнесових структур виробничого характеру, сприяє формуванню середнього класу. На сучасному етапі в Україні є усі економічні передумови переходу на виробничу економічну модель. Банківські структури комерційного характеру внаслідок експлуатації монетарсько-посередницької економічної моделі уже нагромадили необхідні фінансові ресурси. Слід поставити їх у конкурентне середовище, яке дозволить запобігти встановленню ними монополю високих банківських процентних ставок. Це зробить кредит таким, який виконуватиме стимулюючу функцію і поживить виробництво і в свою чергу допоможе вирішити весь комплекс соціальних проблем.

Література

1. Базілієвська О. Макроекономіка: Навчальний посібник для студентів вузів / О. Базілієвська: М-во освіти і науки України. - К.: Центр навчальної літератури, 2005. - 442 с.
2. Базилевич В. Ринкова економіка: Основні поняття і категорії. Навчальний посібник / В. Базилевич, К. Базилевич. - К.: Знання, 2006. - 263 с.

3. Панчишин С. Макроекономіка: Навч. посібник для студ. вузів / С. Панчишин. - 2-е вид. - К.: Либідь, 2002. - 614 с.
4. Савченко А. Макроекономіка: підручник / А. Савченко: М-во освіти і науки України. - К.: КНЕУ, 2005. - 441 с.
5. Харкянєн Л. Макроекономіка: Навчальний посібник для студентів вузів/ Л. Харкянєн. - К.: Каравела, 2006. - 174 с.

Стаття надійшла до редакції 20.03.2012 р.



ТОВ "ДКС Центр"