

## **Азарян О.М. ЕФЕКТИВНЕ ФУНКЦІОНУВАННЯ СПОЖИВЧОГО РИНКУ: ПАРАМЕТРИ ТА УМОВИ**

*Особливості ринкових перетворень в Україні показані через принцип функціонування ринку як економічної системи. Розглядаються параметри та умови ефективного функціонування споживчого ринку. Виведені деякі закономірності, які відображають як кількісні, так і якісні процеси в споживанні.*

Сучасний споживчий ринок України почав формуватись в умовах зміни економічних відносин і трансформації політичних устоїв суспільства. Основним лейтмотивом змін, які відбуваються, став процес формування ринкових відносин у всіх сферах людського буття, при цьому основне було спрямовано на руйнування адміністративно-командної системи управління господарством. В результаті переходу до ринкової економіки більшість підприємств торгової сфери стали самостійними суб'єктами ринкових відносин і отримали відносну свободу у виборі методів свого розвитку.

Споживчий ринок у нашій країні нещодавно був організований переважно підприємствами державної та кооперативної торгівлі, громадського харчування та колгоспними ринками. Невелику питому вагу у його структурі займали малорозвинені форми індивідуальної і сімейної торгівлі. Відтепер всі організаційні форми торгівлі одержали однакову свободу у виборі методів розвитку. Істотно, що й роль його значно змінилася: справа в тому, що "ринок містить три взаємопов'язані підсистеми: ринок споживчих товарів та послуг, ринок товарів виробничого призначення та ринок факторів виробництва (робоча сила, грошові накопичення, земля). Без будь-якої з трьох підсистем загальний механізм ринку чи взагалі діяти не зможе, чи буде урізаним та неефективним" [1, с. 178]. Тим самим сфера споживання стає рівною учасницею в процесі суспільного відтворення будь-якого з його факторів: людини, капіталу, землі.

Перетворення, що проводяться в національній економіці, сприяли тому, що "споживчий ринок в Україні сьогодні складається з чотирьох основних сегментів. Перший – організований (врахований органами статистики, зокрема власні підприємці, які торгують на речових ринках)... Другий сегмент – продовольчий колгоспний.. Третій – речовий. І, нарешті, четвертий – продовольчо-власний" [2, с. 186]. Така сегментація споживчого ринку дозволяє проводити необхідні дослідження, які спрямовані на визначення відповідного місця, яке займає конкретний виробник та від якого здебільшого залежить успішна його робота, включаючи й передбачений успіх виводу на ринок нової продукції. Звичайно, наведена класифікація сегментів достатньо умовна, але в такому вигляді дозволяє представити процеси, що відбуваються, як пошук нових форм реалізації ринкових відносин на споживчому ринку.

Вивчаючи особливості функціонування споживчого ринку України, необхідно підкреслити, що вирішальним моментом, який впливає на його розвиток, є вартість життя населення. Одним із важливіших показників якості задоволення запитів населення є структура його споживчих витрат.

Такими параметрами, які характеризують споживчий ринок, виступають баланс попиту і пропозиції з урахуванням можливих товарів – замінників. Особливістю сучасної індустрії виробництва товарів споживання є практично безмежні можливості створення нових або модифікованих видів товарів, починаючи від самих необхідних, наприклад, продуктів харчування, та закінчуючи товарами тривалого користування. Така палітра технологічних можливостей постійної зміни складу та структури товарної маси відіграє позитивну роль у насиченні ринку відповідними товарами.

Однак, не дивлячись на уявну безмежність надходження товарів на споживчий ринок, важливу роль у цьому процесі відіграє відповідний попит. Будь-який товар, який надходить на ринок вперше, вимушений проходити ряд етапів у своїй реалізації, що пов'язано з часом очікування свого покупця, часом вивчення споживачем товарних характеристик, часом усвідомлення потреби даного товару для індивідуального споживання. Тільки після цього такий товар стає постійним учасником регулярних угод купівлі-продажу.

За цей же час попередній товар - аналог поступово втрачає свої позиції: падає попит – покупці починають придбати нові товари та виробництво вимушено перебудовуватись для випуску товарів з новими споживчими характеристиками. Таким чином відбувається заміщення одного товару іншим, одних споживчих характеристик іншими, що забезпечує визначену еластичність заміни товарної маси та постійну присутність на товарному ринку необхідних для споживання товарів.

Значним параметром, який характеризує той чи інший товарний ринок, виступає взаємозв'язок між змінами ціни та обсягом попиту на конкретні види товару. Насиченість ринку товарами визначених споживчих властивостей, але не підкріплених відповідним ціновим еквівалентом (мається на увазі завищений рівень цін) призводить, як правило, до затоварювання ринку із наступною їх переоцінкою та пересортицею. Зниження цін на товари призводить до вимивання їх та втрати значної долі доходу, як безпосередньо виробників, так і, особливо, продавців, чий добробут повністю залежить від можливостей отримання прибутку.

Прямий зв'язок між змінами ціни та обсягом попиту може бути охарактеризований як цінова еластичність попиту, яка дозволяє збалансувати інтереси між попитом та пропозицією на окремі види товарів або послуг. У всій сукупності товарної маси такої збалансованості практично досягти неможливо.

Можливість диференціації продукції з метою формування нових споживчих характеристик товарів представляє собою ще один з параметрів, які можуть характеризувати ринки. Диференціація товарної маси

за споживчими характеристиками є об'єктивним фактором розвитку ринку, так як містить у своїй основі аналогічну диференціацію доходів населення. Оскільки на ринок йдуть всі ті, у кого є відповідні можливості, оскільки ці можливості і дозволяють придбати саме ці товари, споживчі характеристики яких задовольняють можливості покупців. Визначаючим у цьому ланцюгу залежностей виступають можливості споживача, які й обумовлюють можливості диференціювати виникаючі нові потреби.

Одним з параметрів, за допомогою якого можна характеризувати той чи інший ринок, виступають територіальні рамки та зосередження (або напроти, розсередження) виробництва та збуту. Як відомо, територіально виробництво і збут дуже часто не співпадають, що примушує забезпечувати надходження товарів за допомогою транспортних поставок. В цьому випадку транспортна система обслуговування товарного ринку має майже вирішальне значення в ритмовості його функціонування, у забезпеченні тісного зв'язку виробництва і збуту. Від того, наскільки повно реалізується зв'язки, які виникають між виробництвом та збутом, у більшості залежать темпи та обсяги поставок відповідної продукції на конкретний ринок, рівень охоплення та ступінь задоволення потреб окремих споживачів, а разом з ними і вся динаміка процесів, що відбуваються. Чим тісніше зв'язки з виробництвом та збутом, тим надійніше функціонує будь-який сегмент товарного ринку, тим більш стійко складаються ринкові відношення між його учасниками.

Товарні ринки, у тому числі й споживчі, безперервно знаходяться у русі: хтось приходить на них для того, щоб зайняти власну нішу, в надії одержання стійкого доходу, а хтось їх покидає, не виправдавши таких саме надій. Можливості для вступу на ринок та виходу з нього не тільки за чисто економічними уявленнями, але й в організаційно правовому перерізі складають важливі умови або параметри, які характеризують ці ринки. У будь-якому випадку вступ до ринку та вихід з нього є важливою обставиною, яка дозволяє судити про ступінь концентрації та монополізації учасників суспільного виробництва, які зайняті у сфері обміну. І від того, як часто відбуваються зміни у складі учасників ринків, можна судити про ступінь його стійкості: чим рідше з ринку виходять, тим він стабільніше; чим частіше на ринок приходять, тим менше він розвинутий та підпорядкований впливу ззовні.

Одним з параметрів, які характеризують ринок, виступає кількість та розмірна структура постачальників та покупців, за допомогою якої можна судити про товарні потоки, їх частоту, обсяги продажів, прихильностях та смаках покупців. Чим різноманітніше товари, які постачаються на ринок, тим привабливіше складаються умови для його учасників, тим більше ймовірність успіху та менше ймовірність невдач, адже існують реальні можливості оперативної зміни напрямку діяльності та пошуку нових ніш та учасників виробництва та збуту потрібної споживачу продукції.

Таким чином, перелічені вище параметри, дозволяють характеризувати будь-який з товарних ринків та визначати їх достатню комплексну оцінку з тим, щоб зробити вірні висновки та обрати потрібну стратегію і тактику поведінки при реалізації основної задачі просування на ринку: максимальне задоволення потреб (для покупців) і максимальне одержання доходів (для продавців). Основні параметри ринку тісно пов'язані із забезпеченням основних умов його ефективного функціонування.

Під ефективністю функціонування товарного ринку необхідно розуміти рівень результативності торгової діяльності, при цьому розрізняють економічну та соціальну ефективність. Економічна ефективність – це співвідношення результатів торгової діяльності з витратами або ресурсами: витратний результат представляється відношенням отриманого прибутку до витрат обігу, тобто рентабельністю, а ресурсний – відношенням прибутку до вартості основних фондів або торгової площі, тобто фондодатчею. Крім того існують й інші показники, такі як відношення прибутку у відсотках до товарообігу, відношення прибутку на одного робітника або на 1000 грн. заробітної платні, виробничості праці, товарообіговості.

Соціальна ефективність проявлюється через задоволення купівельного попиту, якості торгового обслуговування, кількості та структури часу покупців, який витрачається на придбання товарів та інше. При цьому дохід, який залишається у розпорядженні торгового підприємства або організації, носить характер економічного і соціального ефекту, так як може бути використаний як для цілей виробничого, так і соціального розвитку як самого підприємства, так і робітників.

Основними умовами, які забезпечують ефективне функціонування товарного ринку, виступають:

- по-перше, матеріальна зацікавленість виробника у обслуговуванні попиту, коли будь-який поставлений на ринок споживчий товар забезпечує виробнику необхідну масу прибутку, яка дозволяє підтримувати його виробництво на рівні, не нижче від вже досягнутого, а споживачу – відповідне задоволення попиту та забезпечення необхідних умов відтворення його і членів його сім'ї.
- По-друге, наявність резервів виробничих потужностей та резерву робочої сили, коли невеликі коливання кон'юнктури ринку повинні бути самим оперативним чином враховані у виробничій програмі з тим, щоб будь-які запити споживачів могли бути задоволені якомога швидше, а можливі економічні витрати виробника – мінімізовані.
- По-третє, наявність інфраструктури ринкового господарства, тобто наявність пов'язаної системи організацій, які обслуговують потоки товарів, послуг, грошей, цінних паперів, робочої сили, коли складний механізм товарного ринку повинен функціонувати налагоджено та безперебійно.
- По-четверте, наявність стійкого грошового обігу, коли товарно-грошова та грошово-кредитна система дійсно є кровоносними судинами всієї економіки і, де товарному ринку відведена одна з головних ролей у забезпеченні балансу попиту і пропозиції.

Розглядаючи таким чином параметри та умови ефективного функціонування споживчого ринку, мож-

на вивести деякі закономірності, які відображають як кількісні, так і якісні процеси у споживанні. До закономірностей, які відображають кількісні процеси у споживанні можна віднести: зріст або зниження загальних параметрів споживання населення, зміна структури споживання та споживчих витрат, диференціація ступені задоволення потреб в залежності від диференціації індивідуальних доходів та інші. До закономірностей, які відображають якісні процеси розвитку споживання, можна віднести: зміну (підвищення чи зниження) раціонального складу споживання, зміну (послаблення чи підсилення) економічної і територіальної диференціації споживання населення.

В будь-якому випадку названі закономірності розвитку споживання населення представляють собою не що інше, як стійкі тенденції споживання, які проявляються через його масовий характер і відображають об'єктивну необхідність в такому розвитку.

### **Література**

1. Общая экономическая теория. Курс лекций/ Под ред. Журавлевой Г.-М.: РЭД им. Пхеланова, 1998.- 312 с.
2. Селезнев В. В. Основы рыночной экономики Украины% Власть. Право. Предпринимательство. Финансы. Налоги. Маркетинг. Менеджмент. Торговля. Реклама. Преступность: Учебное пособие.-К.: А. С. К., 1999.-544 с.
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Пер. С нем.- М.: Прогресс, 1982.-454 с.