ФОРМУВАННЯ КАТЕГОРІАЛЬНО-ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ ВИЗНАЧЕННЯ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ

FORMATION OF CATEGORY-CONCEPTUAL DEVICE FOR DEFINITION OF THE INTERNAL MARKET

УДК 339.1

Мардус Н.Ю.
к. е. н.,
доцент кафедри економічного аналізу та обліку
Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут»

У статті розглянуто теоретичні і методичні підходи до формування категоріально-понятійного апарату визначення внутрішнього ринку. Досліджено поняття «внутрішній ринок», яке базується на великій кількості думок економістів-науковців, а також обґрунтовано, що внутрішній ринок є складною соціально-економічною категорією. Встановлено, що існування суперечностей у визначенні поняття «внутрішній ринок» полягає в наявності різних поглядів на об'єкт дослідження внутрішнього ринку, що проводились науковцями, які були представниками різних теоретичних шкіл. Результати дослідження набули подальшого розвитку визначення понятійного апарату економічної категорії «внутрішній ринок» з позиції різних теоретичних шкіл.
Ключові слова: *ринок, внутрішній ринок, товар, національна економіка, товарний обмін, конкуренція.*

В статье рассмотрены теоретические и методические подходы к формированию категориально-понятийного аппарата определения внутреннего рынка. Исследовано понятие «внутренний рынок», которое базируется на большом количестве мнений экономистов-ученых, а также обосновано, что внутренний рынок является сложной социально-экономической категорией. Установлено, что существование противоречий в определении понятия «внутренний рынок» заключается в наличии различных взглядов на объект исследования внутреннего рынка, проводимых учеными, которые были представителями разных теоретических школ. Результаты исследования получили дальнейшее развитие определения понятийного аппарата экономической категории «внутренний рынок» с позиции разных теоретических школ.
Ключевые слова: *рынок, внутренний рынок, товар, национальная экономика, товарный обмен, конкуренция.*

The article deals with theoretical and methodical approaches to the formation of a categorical-conceptual apparatus for determining the internal market. The concept of "internal market", which is based on a large number of opinions of economists-scientists, is well-documented and it is substantiated that the internal market is a complex socio-economic category. It is established that the existence of contradictions in the definition of the concept of "internal market" consists in the presence of different views on the object of research of the internal market, conducted by scientists who were representatives of various theoretical schools. The results of the study have further developed the definition of the conceptual apparatus of the economic category "domestic market" from the standpoint of various theoretical schools.
Key words: *market, domestic market, goods, national economy, commodity exchange, competition.*

Постановка проблеми. Сучасні науковці стверджують, що внутрішній ринок сприяє збільшенню обсягів виробництва, зниженню витрат на одиницю продукції, підвищенню її якості та удосконаленню структури економіки за галузями, а отже, зростанню добробуту населення, зміцненню економічної та політичної незалежності. Принцип пріоритетності розвитку внутрішнього ринку є необхідною передумовою становлення національної економіки. Однак такої думки вчені дотримувались не завжди. Протягом століть точились дискусії щодо ролі внутрішнього ринку. Слід зазначити, що позиції науковців значною мірою різнилися, як і відрізнявся їхній погляд на сутність ринку як об'єкта дослідження.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальним проблемам розвитку внутрішнього ринку присвячуються праці багатьох науковців, серед яких можна відзначити таких відомих зарубіжних економістів, як А. Маршалл, М. Портер, Д. Робінсон, Ф.М. Шерер, Д. Росс, Г. Лібенстайн, Б. Райзберг, та таких вітчизняних економістів, як О. Власюк, В. Геєць, Н. Гетманцева, В. Точилін, Т. Остащенко, Б. Панасюк, О. Пустовойт, В. Бодров, Н. Балдич, В. Гусєв, О. Михайленко, В. Лагутін, Л. Ловський, С. Мочерний, А. Загородній, Г. Вознюк, З. Живко, В. Коломойцев, Н. Попадинець. Проте аналіз наукових розробок у сфері дослідження внутрішнього ринку вказує на те, що недостатньо опрацьованими з теоретичної і практичної точок зору залишаються питання формування категоріально-понятійного апарату внутрішнього ринку.

Постановка завдання. Метою статті є обґрунтування системи розвитку внутрішнього ринку товарів, що полягає у дослідженні поняття «внутрішній ринок» з боку різних економічних теорій та формуванні категоріально-понятійного апарату «внутрішній ринок», а також відокремленні його структурних і функціональних особливостей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Як складова частина економіки внутрішній ринок формує основні балансові пропорції ринкової моделі господарювання, насамперед пропорції виробництва та споживання, сприяючи максимальній мобілізації внутрішніх ресурсів країни [1, с. 34].

Зупинимось на деяких визначеннях внутрішнього ринку.

В. Точилін, Т. Остащенко, О. Пустовойт та інші вчені визначають внутрішній ринок як сукупність

галузевих ринків національної економіки, на яких домогосподарства, підприємства і держава задовольняють платоспроможний попит на товари і послуги, зокрема імпортні [2].

В. Бодров, Н. Балдич, В. Гусєв внутрішньому ринку дають таке визначення: це система суспільно-економічних відносин і взаємопов'язаних інституцій у сфері товарно-грошового обігу, які опосередковують взаємовідносини між вітчизняними виробниками-продавцями і споживачами-покупцями на території певної країни [3].

О. Михайленко розглядає внутрішній ринок як механізм задоволення потреб суб'єктів ринку, що знаходяться на економічній території певної країни, за рахунок пропозиції підприємств-резидентів [4].

О. Пустовойт економічне поняття «внутрішній ринок» використовує для характеристики обсягів споживання товарів і послуг домогосподарствами, підприємствами, органами управління всіх рівнів, що здійснюється через сферу товарного обігу національної економіки [2].

В. Лагутін визначає внутрішній ринок як «цілісну систему соціально-економічних відносин у межах території країни між покупцями, продавцями та торговими посередниками щодо руху товарів і грошей, що забезпечує реалізацію потреб економічних суб'єктів у товарах (послугах, роботах), а також систему соціально-економічних відносин і сукупність інституцій у сфері товарного обігу, що опосередковують взаємовідносини між виробниками-продавцями і споживачами-покупцями на внутрішній території країни» [5].

Велика кількість визначень представлена також в енциклопедичних і довідкових посібниках. Зокрема, Б. Райзберг, Л. Лозовський, Л. Стародубцева стверджують, що внутрішнім є ринок, що діє всередині країни, у її межах [6].

С. Мочерний внутрішній ринок визначає як систему економічних відносин у процесі обміну товарами, цінними паперами та послугами, що виникають між виробником і споживачами матеріальних благ і послуг; продукт суспільного поділу праці [7].

А. Загородній, Г. Вознюк визначають внутрішній ринок як сферу обертання товарів і послуг у межах національної економіки.

З. Живко, М. Живко, І. Живко визначають внутрішній ринок як товарообіг, обмежений рамками державного кордону [8].

В. Коломойцев вважає внутрішній ринок сферою товарного обміну, що обмежена державними кордонами; сукупністю економічних відносин товаровиробників і споживачів стосовно реалізації товару [9].

Н. Попадинець стверджує, що внутрішній ринок може розглядатися як:

– територіально-інституціональне утворення;

Таблиця 1

Автори	Аспекти розуміння внутрішнього ринку										
	Місце зустрічі продавців і покупців	Територія, на якій відбувається процес купівлі-продажу	Відокремлений суб'єкт господарювання	Сфера поведінки господарюючих суб'єктів	Сукупність економічних відносин у сфері обміну	Механізм взаємодії між виробниками та споживачами	Інструмент погодження інтересів продавців і покупців	Сфера організації суспільного виробництва	Сфера господарського життя	Сукупний платоспроможний попит на товар
В. Точилін, Т. Остащенко, О. Пустовойт										*
В. Бодров, Н. Балдич, В. Гусєв		*			*	*				
О. Михайленко		*				*				
В. Лагутін		*			*	*	*			*
Б. Райзберг, Л. Ловський, Л. Стародубцева		*								
С. Мочерний					*	*				
А. Загородній, Г. Вознюк, З. Живко, М. Живко, І. Живко		*								
В. Коломойцев		*			*					
Н. Попадинець		*					*	*		

– сфера товарного обігу, що функціонує в межах державного кордону і регулюється органами влади цієї країни;

– складова макроекономічної системи суспільства, що представлена товарними, грошовими і фінансовими потоками національного капіталу, а також де за певного рівня цін відбувається розподіл обмежених виробничих ресурсів, інвестиційних, споживчих товарів і послуг [10].

Широта та багатоформатність визначень цього поняття охоплює його трактування в різних аспектах, за винятком чотирьох (місце зустрічі продавців і покупців, відокремлений суб'єкт господарювання, спосіб поведінки господарюючих суб'єктів, спосіб господарського мислення). Спостерігається розмаїття поглядів науковців, що свідчить про відсутність одностайності та наявність певних суперечностей окремих теоретичних підходів, в межах яких відбувались дослідження внутрішнього ринку.

Провівши контент-аналіз розмаїття понять внутрішнього ринку, ми провели їх розподіл з точки зору багатоаспектності розуміння ринку як такого (табл. 1).

Як видно з результатів аналізу, представленого у табл. 1, більшість вчених (78,95%) трактує внутрішній ринок, розглядаючи його з позиції території, на якій відбувається процес купівлі-продажу (товарообмін, товарообіг).

Близько 31,58% науковців розглядає внутрішній ринок як сукупність (систему) відносин у сфері обміну.

Кількість вчених, що розглядають внутрішній ринок як механізм (спосіб) взаємодії між виробниками-продавцями та споживачами-покупцями продукції, складає також 31,58% від загальної кількості.

Як певний інструмент погодження інтересів продавців і покупців розглядали внутрішній ринок 10,53% вчених, як відображення сумарного платоспроможного попиту – також 10,53%.

Як спосіб організації суспільного виробництва внутрішній ринок розглядають 5,26% вчених.

На наш погляд, пояснити існування цих суперечностей можна тим, наскільки різняться погляди на об'єкт дослідження внутрішнього ринку, що проводились науковцями, які були представниками різних теоретичних шкіл.

В нашому дослідженні ми спрямовуємо увагу на розвиток внутрішнього ринку товарів, тому розглянемо поняття «внутрішній ринок товарів» з боку різних економічних теорій.

Дослідження сутності поняття «внутрішній ринок товарів» можна здійснювати відповідно до постулатів класичної, неокласичної, кейнсіанської, інстуціональної та неоінституціональної теорій, а також теорій економічного росту.

Згідно з класичною економічною теорією, засновником якої вважається А. Сміт, під час дослідження внутрішнього ринку товарів акцентується увага на товарообмінних операціях та цінах на товари.

А. Сміт, досліджуючи джерела багатства народів, довів, що багато в чому воно зумовлене успіхом здійснення товарообмінних операцій, завдяки яким всі члени суспільства тісно пов'язані між собою.

Основну ж інформацію щодо здійснення торговельних (товарообмінних) операцій, як вважав дослідник, можна отримати, проаналізувавши ціни на товари та послуги, які формуються під дією попиту та пропозиції. Саме товарообмінні операції та ціни А. Сміт пропонував розглядати як складові елементи ринку, що утворюють об'єкт та предмет його дослідження.

Розгляд внутрішнього ринку товарів, згідно з неокласичною економічною теорією (Л. Вальрас, А. Маршал, В. Паретто, Р. Солоу та ін.), передбачає вивчення функціональних зв'язків між явищами та структурними елементами цього ринку.

Основну увагу під час вивчення ринку товарів представники цієї теорії приділяли споживачу, механізму формування ринкової ціни, структурі потреб споживача і можливості їх задоволення за певного рівня доходів.

Інституціональна теорія під час вивчення внутрішнього ринку товарів вимагає обов'язкового розгляду правил, що функціонують на цьому ринку, та транзакційних витрат, пов'язаних з купівлею-продажем товарів. Її представниками є Т. Веблен, У. Мітчелл, Дж. Гелбрейт, Я. Тінберген [11]. Прихильниками цього напряму було встановлено, що обсяг торговельних операцій, видів товарів, обмін якими відбувається на ринку товарів, залежить від того, які правила діють на ньому. Такі правила (інституції), запроваджені з метою визначення прав та обов'язків тих, хто здійснює торговельні операції (трансакції), порядку подолання конфліктів між ними, спрощують взаємодію між учасниками торгів та зменшують трансакційні витрати, тобто витрати на здійснення трансакцій обміну (ринкових угод), сприяючи розширенню ринку.

Засновником цієї теорії є Р. Коуз, який у своїх наукових роботах навів аргументовані докази, що без урахування витрат на здійснення трансакцій обміну неможливо пояснити роботу економічної системи та надати рекомендації щодо її регулювання.

Поява кейнсіанської теорії зробила переворот в економічній науці. Кейнсіанці розглядали ринок товарів через активне втручання держави у формування та стимулювання ефективного попиту за допомогою державних закупок товарів [11].

Найбільш близьким до нашого розуміння внутрішнього ринку товарів є його розгляд з позиції теорії економічного зростання. В їх рамках розгляд внутрішнього ринку товарів вбачається як

децентралізований інституційно-структурований товарообмін, який визначає остаточний вибір (поведінку) учасників ринку під час товарообміну та збільшує мобільність обмежених виробничих ресурсів, що забезпечує їхнє використання найбільш цінним способом для максимального задоволення потреб суспільства в благах. Такий погляд передбачає, що результати функціонування цього ринку є потужним засобом стабільного економічного зростання економіки загалом.

Висновки з проведеного дослідження. Результати дослідження категоріально-понятійного апарату визначення внутрішнього ринку демонструють поняття «внутрішній ринок» як складну соціально-економічну категорію яка базується на великій кількості думок економістів-науковців. Широта та багатоформатність визначень цього поняття охоплює його трактування в різних аспектах, проте більшість вчених трактує внутрішній ринок, розглядаючи його з позиції території, на якій відбувається процес купівлі-продажу (товарообмін, товарообіг).

Неможливо не погодитися з думкою науковців, які розглядають внутрішній ринок як сукупність (систему) відносин у сфері обміну та як механізм (спосіб) взаємодії між учасниками ринку (виробниками-продавцями та споживачами-покупцями).

Безумовно, пояснити існування суперечностей у визначенні поняття «внутрішній ринок» можна наявністю різних поглядів на об'єкт дослідження внутрішнього ринку, що проводились науковцями, які були представниками різних теоретичних шкіл.

Слід зазначити, що об'єктом дослідження найчастіше називають процес або явище, що породжує проблему в певній сфері людської діяльності, яка вибирається для вивчення. Тобто об'єктом дослідження є фактично те, на що спрямована пізнавальна діяльність дослідника.

Таким чином, результати дослідження набули подальшого розвитку визначення понятійного апарату економічної категорії «внутрішній ринок» з позиції різних теоретичних шкіл.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Мірко Н. Державне регулювання внутрішнього ринку та шляхи його активізації. Сучасні питання економіки і права. 2011. Вип. 2. С. 34–40.

2. Пустовойт О. Внутрішній ринок України: потенційні та реальні можливості впливу на економічне зростання. Економіка України. 2007. № 3. С. 50–58.

3. Бодров В., Балдич Н., Гусєв В. та ін. Внутрішній ринок України: теорія та стратегія посткризового розвитку: наук.-метод. розробка / за заг. ред. В. Бодрова. Київ: НАДУ, 2011. 80 с.

4. Михайленко О. Роль внутрішнього ринку у соціально-економічному розвитку країни. Економіка України. 2002. № 10. С. 37–42.

5. Лагутін В. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: монографія. Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. 327 с.

6. Райзберг Б., Лозовский Л., Стародубцева Э. Современный экономический словарь. Москва: ИНФРА-М, 1996. 496 с.

7. Економічна енциклопедія: у 3 т. / відп. ред. С. Мочерний. Київ: Академія, 2002. Т. 1. 864 с.

8. Живко З., Живко М., Живко І. Словник сучасних економічних термінів. Львів: Край, 2007. 384 с.

9. Коломойцев В. Універсальний словник економічних термінів: навчальний посібник. Київ: Молодь, 2000. 384 с.

10. Попадинець Н. Внутрішній ринок: підходи до визначення. Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України. 2015. Вип. 6. С. 124–129.

11. Леоненко П., Юхименко П. Історія економічних вчень: підручник. 2-ге вид., перероб. і доп. Київ: Знання, 2008. 639 с.