

Громова Т. М.
кандидат економічних наук,
доцент, доцент кафедри економічної теорії
Національного університету державної фіскальної служби України

Hromova T. M.
candidate of economic sciences, associate professor;
associate professor of Department Economic Theory
National University State Tax Service of Ukraine

СУПЕРЕЧНОСТІ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТОВАРНОГО РИНКУ

Анотація. У роботі розглянуто суперечності розвитку товарного ринку за сучасних умов та розкрито його класифікацію, яка дає чітку характеристику його функціонування. Визначено вплив основних економічних показників, що впливають на стан функціонування товарного ринку. Проаналізовано соціально-економічну роль внутрішнього ринку і внутрішньої торгівлі в умовах сучасних дисбалансів між виробництвом і споживанням. Доведено значимість функціонування товарного ринку за умов закритого та відкритого товарних секторів, а також визначено основні його сегменти. Зазначено, що товарний ринок являє собою сферу товарного обміну на основі процесу купівлі-продажу товарів, де основними параметрами виступають пропозиція продавців, попит покупців та ринкова ціна.

Ключові слова: товарний ринок, внутрішній ринок, торгівля, попит, пропозиція, ціна, виробництво, споживання.

Вступ та постановка проблеми. Товарний ринок посідає важливе місце в розвитку економічних відносин держави, як внутрішніх, так і зовнішніх. Саме він є первинною формою ринку, яка поєднує у собі два компоненти: споживчий ринок та ринок засобів виробництва. Основним механізмом товарного ринку є торгівля з усіма своїми проявами на економічному просторі. Суб'єктами товарного ринку виступають продавці і покупці. До продавців слід відносити виробників, торговельних посередників, різні державні та громадські установи, населення. Покупцями ж виступають кінцеві масові споживачі товару, виробничі споживачі, торговельні посередники.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженню проблематики суперечностей та тенденції розвитку товарного ринку, його ролі в забезпеченні економічного зростання присвячено праці відомих науковців, серед яких – А. Мазаракі [1], Лагутін [2], В. Базилевич [3], К. Кривенко [4] та ін. Дослідники акцентують увагу на особливій ролі внутрішнього товарного ринку для довгострокової економічної та фінансової стабілізації України в сучасних умовах розвитку світової економіки.

Водночас аналіз останніх наукових досліджень, незважаючи велику кількість праць та враховуючи стрімкий розвиток товарного ринку, відображає необхідність його постійного дослідження. Також невіршеними залишаються проблеми наукового розуміння сучасного етапу розвитку товарного ринку в контексті його суперечностей. Це дає підставу стверджувати про актуальність обраної теми.

Метою статті є ґрунтовне вивчення сутності, передумов виникнення, суперечностей та тенденцій розвитку товарного ринку. Методологічну основу дослідження становлять метод наукової абстракції, діалектичний метод, а також методи аналізу та синтезу.

Відповідно до поставленої мети, у статті вирішуються такі завдання, як: розкриття сутності товарного ринку в його суперечностях та тенденціях розвитку; розкриття класифікації товарного ринку; визначення економічних показників функціонування товарного ринку; дослідження суперечності та дисбалансів між виробництвом і споживанням.

Результати дослідження.

Розвиток товарного виробництва залежить від закону діалектики про суперечності, який утілений у товарі, між конкретною та абстрактною працею, де конкретна праця утворює споживну вартість товару, а абстрактна – вартість. Саме такі суперечності, що втілені в товарі, є рушійною силою розвитку виробництва, а постійне їх відтворення і розв'язання постають внутрішнім її змістом.

Виробництво незалежно від його суспільної форми є значимою формою існування людства, адже людина завжди виробляє певну продукцію чи то для власного споживання (за натурального господарства), чи для продажу (за товарного виробництва). Виходячи із цього, зрозумілими є економічна значимість тенденції переходу від натурального господарства до товарного виробництва та подальший його розвиток на товарному ринку.

У цьому переході відбувається перетворення споживної вартості у вартість під час реалізації товарів на ринку через посередництво ціни, яка виступає грошовим вираженням вартості, втіленої в товарі. Ціна товару містить витрати на його виробництво (сировину, матеріали, робочу силу та ін.) та очікуваний чистий прибуток, тобто вона відображає індивідуальні витрати виробника. Якщо ж на ринку індивідуальні витрати виробника не збігаються із суспільно необхідними, то виробник може не отримати прибуток і навіть мати збитки. А в умовах товарного ринку продукція набуває статусу конкурентоспроможності лише тоді, коли виробник одержує за неї більше, ніж витрачає на її виробництво.

Отже, товарний ринок надає можливість продавцю реалізувати товар, а покупцю – задовольнити свою потребу, придбавши цей товар. Згідно із Законом України «Про захист економічної конкуренції», ринок товару (товарний ринок) – це сфера обороту товару (взаємозамінних товарів), на який протягом певного часу і в межах певної території є попит і пропозиція [5].

Сучасний товарний ринок – це категорія товарного виробництва, яке не обмежується лише рамками національної економіки, а в пошуках збуту власної продукції виходить за національні межі. Він характеризується оптимізацією використання важливих чинників виробництва, спрямованих на створення конкурентних засад у його розвитку [6, с. 115].

Існує досить обширна класифікація товарних ринків, яка дає чітку характеристику їх функціонування. Ми ж зазначимо основних шість її пунктів:

1) За співвідношенням попиту і пропозиції товарні ринки можуть бути такими:

– ринок продавця – це ринок, на якому продавці мають більше влади і де найактивнішими діячами ринку повинні бути покупці. Це дефіцитний ринок, тобто ринок, на якому попит перевищує пропозицію;

– ринок покупця – це ситуація на ринку, за якої обсяг пропозиції товару з боку продавців, що представлені на ринку, перевищує величину попиту на певний товар із боку покупців за діючими цінами. Він передбачає випуск тих товарів, які потенційний споживач буде згоден купити.

2) За рівнем обмеження конкуренції:

– ринок монополії – характеризується наявністю єдиного продавця конкретного товару або виду послуг на ринку, а також неможливістю вступу на ринок інших фірм;

– ринок олігополії – на ньому домінує від двох до десяти фірм, на які припадає половина чи більше загального обсягу продажів продукту. На таких ринках декілька або й усі фірми в довгостроковому періоді одержують значні прибутки, оскільки вхідні бар'єри ускладнюють або унеможливають вхід фірм-новачків на ринок;

– ринок монополістичної конкуренції – це ринок, на якому відносно велике число виробників пропонують подібну, але не ідентичну продукцію, яка диференційована, що є основною рисою цієї моделі. Умови вступу на ринок відносно легкі, йому притаманна нецінова конкуренція;

– ринок досконалої конкуренції – це ринок, на якому завжди утворюється рівновага та панує для однакових продуктів єдина ціна, тому що жоден покупець або продавець у зв'язку зі своїм незначним розміром не може її диктувати.

3) За методами товарного обміну:

– роздрібний ринок – це реалізація товарів покупцям для особистого споживання в обмін на їхні грошові доходи, а також продаж товарів ринкового фонду організаціям і установам для суспільного споживання та задоволення їхніх господарських потреб;

– оптовий ринок – це продаж товарів торговельними підприємствами іншим підприємствам, що використовують ці товари або для подальшої реалізації, або для виробничого споживання як сировину і матеріали, або для матеріального забезпечення господарських потреб.

4) За товарним продуктом:

– ринок товарів – це первинна форма ринку, де здійснюється купівля-продаж предметів споживання та засобів виробництва. Він поділяється на споживчий ринок і ринок засобів виробництва;

– ринок послуг – це важливий складовий елемент структури товарного ринку, який є сегментом ринку предметів споживання. Він включає у себе такі види діяльності, які не створюють новий матеріально-уречевлений продукт, а лише поліпшують його якість;

– ринок капіталу – це частина фінансового ринку, на якому утворюються попит і пропозиція на середньостроковий та довгостроковий позичковий капітал;

– ринок робочої сили – це ринок, на якому об'єктом купівлі-продажу є робоча сила. На ньому визначаються умови найму робочої сили, величина заробітної плати, умови праці, можливість отримання освіти, професійного зростання, гарантії зайнятості.

5) За характером кінцевого використання:

– ринок готової продукції – це ринок, де здійснюється продаж товарів кінцевого використання;

– ринок сировини і матеріалів – це ринок, де здійснюється продаж товарів, які в подальшому потребують обов'язкової обробки та виробництва.

6) За місцем розташування:

– місцевий ринок – це ринок, що розташований у певному місці (території), на якому здійснюється купівля-продаж різних товарів і послуг;

– регіональний ринок – це ринок, який розташований у масштабах одного географічного регіону всередині певної країни та зумовлений адміністративною, кліматичною, транспортною єдністю населених пунктів регіону;

– національний (внутрішній) ринок – це ринок конкретної країни, який інтегрує у собі всі ринки: товарів і послуг, нерухомості, фінансовий, робочої сили, ринки з різним ступенем конкуренції тощо;

– світовий ринок – це сукупність національних ринків, пов'язаних між собою стійкими грошово-кредитними відносинами та ґрунтується на міжнародному поділі праці.

Постійною тенденцією на товарному ринку є розвиток суперечності та дисбалансів між виробництвом і споживанням, який проявляється через ринковий механізм. У зв'язку із цим завданням торгівлі як інфраструктури ринку є виконання функції посередництва між виробництвом і споживанням. До цих функцій належить передусім надання якісних і порівняно недорогих послуг суб'єктам ринку, ніж це було б без неї.

Аналіз дисбалансів між виробництвом і споживанням на основі абсолютизації принципу пріоритету сфери виробництва не може дати належного наукового результату. Дослідження дисбалансів між виробництвом і споживанням передбачає визнання значущості акту продажу (збуту, реалізації) вироблених товарів на ринку. Спрощене розуміння проблеми співвідношення виробництва, ринку (обміну) і споживання (тобто фактичної збалансованості між фазами національного відтворення та їх безперервності) не має перспектив. Слід розрізняти необхідну та достатню умови збалансованості виробництва і споживання. Першою з них є наявність ефективного ринкового механізму, який функціонує на основі відносин ефективної конкуренції між суб'єктами ринку, а другою – наявність ринкової пропозиції товарів відповідно до платоспроможного попиту на них [2].

Отже, дисбаланс між виробництвом і споживанням відіграє значну роль у функціонуванні товарного ринку, де торговельні підприємства намагаються знайти для себе максимально вигідну нішу. Для цього потрібний чіткий маркетинговий хід, на якому здійснюється прогноз конкурентоспроможності даного підприємства.

На першому етапі оцінюють стан макросередовища, яке формує імпорту залежність ринку; на другому – різнобічно оцінюють конкурентне середовище за найвагомими чинниками; згодом оцінюють здатність підприємства до експансії на глобальних (національному, регіональному) товарних ринках. На мікроекономічному рівні наслідки кризи теж залишаються важливим чинником, який стримує розвиток внутрішнього товарного ринку, що виявляється у зниженні рентабельності виконаних робіт/послуг, виникненні нових цінових диспропорцій, низькому рівні конкурентоспроможності, дефіциті коштів, незбалансованості відтворювальних процесів тощо [7]. Кризові явища в економіці країни посилюються на тлі ефекту інформаційної асиметрії разом із транзакційними витратами, що є «дефектами мікроструктури» ринкових взаємодій суб'єктів економічної діяльності, які призводять до неоптимального (нерационального) розміщення ресурсів. Як відомо, асиметричною щодо розподілу інформації називається ситуація, за якої частина

учасників ринку володіє інформацією, якою не володіють інші зацікавлені особи [8].

Стан функціонування товарного ринку можна оцінити на основі таких його економічних показників:

1) Місткість ринку, тобто максимально можливий обсяг товарів, який може бути реалізований на даному ринку, забезпечуючи задоволення потреб покупців у конкретному товарі та потреб продавців у наданні цього товару, враховуючи його вигоду.

2) Функціонування галузевих товарних ринків, які у своїй сукупності утворюють її єдиний товарний ринок країни.

3) Ступінь диверсифікованості товарного ринку, яка відображає ступінь охоплення певного регіону, поселення, враховуючи платоспроможність покупців на конкретний асортимент товарів.

4) Якість товару, що сприяє зацікавленості в купівлі та в післяпродажному сервісі.

5) Конкурентоспроможність товару, яка містить у собі такі властивості, що сприяють підвищенню попиту покупців та вигідну нішу на ринку.

Товарний ринок може функціонувати за умов закритого та відкритого товарних секторів [9]. Закритий сектор товарного ринку – це частина товарного ринку, де продавці і покупці взаємодіють за допомогою відносин, які не носять комерційного характеру. Основні сегменти цього ринку – це внутрішньофірмові постачання (товарообіг між філіями, дочірніми і головними фірмами великих монополій), субпостачання дрібних і середніх формально незалежних фірм, які виступають підрядчиками великих монополій у рамках спеціалізації і кооперації, спеціальна торгівля у формі постачань товарів за програмами допомоги, особливими міжурядовими угодами, зустрічна торгівля, яка охоплює взаємозумовлені експертні операції.

Відкритий сектор товарного ринку – це сукупність сегментів, для яких характерні операції комерційного характеру. До основних сегментів цього ринку належать короткострокові угоди, що укладаються на період до одного-півтора року, оптова і роздрібна торгівля. «Вільний ринок» представлений біржовою торгівлею, ринком «спот», на якому реалізується наявний товар із негайним відвантаженням, «чорним ринком».

Для оцінки стану та перспектив розвитку як товарного ринку, так і економіки держави у цілому доцільним є аналіз показників оптової торгівлі. Інтегральним показником обсягу оптової торгівлі є загальний товарооборот. Він включає у себе оптовий товарооборот, роздрібний товарооборот, оборот від посередницької діяльності та обо-

рот від інших видів діяльності. Також важливою якісною характеристикою товарообороту є його структура, яка являє собою питому вагу окремих видів товарообороту в загальному обсязі.

Для більш детального розуміння стану загального товарообороту в Україні зробимо аналіз статистичних показників оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі країни за останні п'ять років (дані наведено без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях) [10].

З даних таблиці стає очевидним те, що оптовий товарооборот за аналізований період збільшився на 56,31% (833 917,40 млн. грн.). Причому в його розрізі товарооборот продовольчими товарами збільшився на 63,58% (114 373,2 млн. грн.), а товарооборот непродовольчими товарами – на 54,9% (719 543,9 млн. грн.). Питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва відображає тенденцію до зменшення на 10,6%, причому значну частку в цьому має питома вага продажу непродовольчих товарів – 13,1% порівняно з продовольчими, в яких питома вага продажу становить 5,1%.

Висновки. Товарний ринок являє собою сферу товарного обміну, на основі процесу купівлі-продажу товарів, де основними параметрами виступають пропозиція продавців, попит покупців та ринкова ціна. Завдяки їх дослідженню з усіма причетними до них чинниками відображується чітка картина про суперечності та тенденції розвитку товарного ринку, адже пропозиція продавців утворюється на основі товарів та послуг, які виставлено для реалізації на ринку. Ціна ж пропозиції являє собою максимально низьку ціну, за якою виробник готовий запропонувати максимально можливу кількість своєї продукції в певний проміжок часу за визначених умов. Попит товарного ринку утворюється з платоспроможних потреб споживачів, а ціна є загальним еквівалентом вартості товару. Іноді ціна може суттєво відхилитися від вартості товару, причинами такого відхилення можуть бути різні чинники: співвідношення попиту і пропозиції, регулювання цін, обсяг та якість товару тощо. Зв'язок між обсягом товару, що продається, та ціною за його одиницю є стійким і має причинно-наслідковий характер.

Такі особливості прояву параметрів товарного ринку стають основним складником у тенденціях його розвитку та суперечностях, які є невід'ємною рисою сучасної економіки.

Таблиця 1

Структура оптового товарообороту підприємств оптової торгівлі України

Показники	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	2017 р.
Оптовий товарооборот, млн. грн.	1074753,2	987957,0	1244220,8	1555965,7	1908670,6
у тому числі					
продовольчі товари	199674,1	194669,3	224268,9	252771,0	314047,6
непродовольчі товари	875079,1	793287,7	1019951,9	1303194,7	1594623,0
Питома вага в оптовому товарообороті, %	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
у тому числі					
продовольчі товари	18,6	19,7	18,0	16,2	16,5
непродовольчі товари	81,4	80,3	82,0	83,8	83,5
Питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва, %	54,3	48,5	46,9	44,5	43,7
продовольчі товари	71,7	71,4	75,2	76,4	76,8
непродовольчі товари	50,3	42,9	40,7	38,3	37,2

Список використаних джерел:

1. Внутрішня торгівля України / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін, А.Г. Герасименко та ін.; за заг. ред. д-ра екон наук, проф. А.А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. 864 с.
2. Мазаракі А.А., Лагутін В.Д. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансу між виробництвом і споживанням. Економіка України. 2016. № 4. С. 4–18.
3. Базилевич В.Д., Філюк Г.М. Природні монополії: монографія. К.: Знання, 2006. 367 с. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=S&I21DBN=VFEIR&P21DBN=VFEIR&S21FMT=fullw&S21ALL=%28<%2E>A%3DБАЗИЛЕВИЧ%24<%2E>%29.
4. Кривенко К.Т. Теорія вартості і мінової вартості: монографія. К.: КНЕУ, 2004. 226 с.
5. Про захист економічної конкуренції: Закон України № 2210-III від 11.01.2001. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/main/2210-14>.
6. Балабанова Л.В. Оптовая торговля: маркетинг и коммерция. М.: Экономика, 2010. С. 115.
7. Данніков О.В. Процес уточнення стратегічного напрямку маркетингової діяльності господарюючих суб'єктів на вітчизняному та глобальних товарних ринках. Економіка та підприємництво. 2015. Вип. 36. С. 72–82.
8. Діагностика товарного ринку в умовах глобалізації вітчизняного бізнесу / В.П. Пилипчук, О.В. Данніков, І.М. Іваська. URL: http://ena.lp.edu.ua/bitstream/ntb/34874/1/22_132-141.pdf.
9. Товарний ринок. URL: <http://ukr.vipreshebnik.ru/birzhova-diyalnist/2430-tovarnij-rinok.html>.
10. Статистичний щорічник України за 2017 рік. URL: https://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/sr/sot/sot_u/sot2006_u.htm.

ПРОТИВОРЕЧИЯ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ТОВАРНОГО РЫНКА

Аннотация. В работе рассмотрены противоречия развития товарного рынка в современных условиях и раскрыта его классификация, которая дает четкую характеристику его функционирования. Определено влияние основных экономических показателей на состояние функционирования товарного рынка. Проанализирована социально-экономическая роль внутреннего рынка и внутренней торговли в условиях современных дисбалансов между производством и потреблением. Доказана важность функционирования товарного рынка в условиях закрытого и открытого товарных секторов, а также определены основные его сегменты. Отмечено, что товарный рынок представляет собой сферу товарного обмена на основе процесса купли-продажи товаров, где основными параметрами являются предложение продавцов, спрос покупателей и рыночная цена.

Ключевые слова: товарный рынок, внутренний рынок, торговля, спрос, предложение, цена, производство, потребление.

CONTRADICTIONS AND PROGRESS OF COMMODITY MARKET TRENDS

Summary. In-process the considered contradictions of commodity market development are at modern terms and his classification that gives clear description of his functioning is exposed. Influence of basic economic indicators that influence on the state of functioning of commodity market is certain. The socio-economic role of internal market and domestic trade is analysed in the conditions of modern disbalances between a production and consumption. Meaningfulness of importance of functioning of commodity market is well-proven at terms closed and open commodity to the sector, and also his basic segments are certain. It is marked that a commodity market shows a soba the sphere of commodity exchange, on the basis of process of purchase-sale of commodities, where suggestion of salespeople, demand of customers and market price, comes forward as basic parameters.

Key words: commodity market, internal market, trade, demand, suggestion, price, production, consumption.