

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ  
ІНСТИТУТ ЕКОНОМІКИ ПРОМИСЛОВОСТІ

УДК 339.13+338.2

*Азарян Олена Михайлівна*

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ  
ФУНКЦІОНУВАННЯ І РЕГУЛЮВАННЯ  
СПОЖИВЧОГО РИНКУ

Спеціальність 08.02.03 – Організація управління,  
планування і регулювання  
економіки

АВТОРЕФЕРАТ  
дисертації на здобуття наукового ступеня  
доктора економічних наук

ДОНЕЦЬК 2003

Дисертацією є рукопис.

Роботу виконано в Донецькому державному університеті економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського.

Наукові консультанти: доктор економічних наук, професор  
**Сорока Ігор Вікторович**

доктор економічних наук, професор,  
академік НАН України, заслужений діяч науки  
і техніки України  
**Чумаченко Микола Григорович,**  
Інститут економіки промисловості НАН України  
(м. Донецьк), почесний директор.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор,  
член-кореспондент НАН України  
**Буркинський Борис Володимирович,**  
Інститут проблем ринку та економіко-екологічних  
досліджень НАН України (м. Одеса), директор;

доктор економічних наук, професор,  
член - кореспондент НАН України  
**Голіков Володимир Іванович,**  
Інститут економічного прогнозування НАН  
України (м. Київ), завідуючий відділом  
інституціональних змін і розвитку  
форм господарювання;

доктор економічних наук, професор  
**Червова Лідія Георгіївна,**  
Інститут економіки промисловості НАН України  
(м. Донецьк), завідувача відділом проблем  
управління виробництвом.

Провідна установа – Харківський державний економічний університет  
Міністерства освіти і науки України (м. Харків), кафедра бізнесу  
та підприємництва.

Захист відбудеться *"18" квітня 2003 року об 11 годині* на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 11.151.01 в Інституті економіки промисловості НАН України за адресою: 83048, Донецьк, вул. Університетська, 77.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Інституту економіки промисловості НАН України за адресою: 83048, Донецьк, вул. Університетська, 77.

Автореферат розісланий *"15" березня 2003 р.*

**Вчений секретар**  
**спеціалізованої вченої ради**

**Л.М. Кузьменко**

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми.** У сучасних умовах реформування системи господарювання виникла потреба в більш ретельному дослідженні і практичному вивченні проблем функціонування й регулювання споживчого ринку. Процес розвитку і трансформації відбувається на внутрішньому ринку, де конкурують вітчизняні та зарубіжні підприємства різного економіко-технологічного рівня. Однією з головних рис сучасного ринкового господарства є глобалізація ринкових відносин і необхідність адаптації споживчого ринку до вимог єдиної світогосподарської системи. Ефективність функціонування споживчого ринку тим вища, чим збалансованіша його кон'юнктура, чим більше обсяг платоспроможного попиту населення, чим якісніше процес задоволення потреб конкретних його цільових сегментів. Однак в Україні, де здійснюються глибокі економічні перетворення, більша частина перерахованих вище умов відсутня. Наша держава знаходиться на шляху трансформації колишнього механізму регулювання процесами обміну, що був властивий командній системі, у новий, адекватний ринковим умовам. Відповідно до цього економічна політика в країні покликана як можна точніше передбачити дії учасників ринку, виходячи із задач їх максимальної збалансованості та доцільності.

У різних країнах у різних історичних умовах використовувалися різноманітні моделі й концепції розвитку споживчого ринку, тому загальноприйнятий макроекономічний підхід, застосований до країн із перехідною економікою, зокрема пострадянських європейських держав, таких як Україна і Росія, виявився зовсім неефективним. Для подолання затяжної кризи в зазначених країнах і переходу до стійкого зростання актуальним є розвиток інституцій вільного споживчого ринку, заснованих на відповідних концептуальних положеннях, що враховують ряд макро- і мікроекономічних показників. У цих умовах системний підхід є основою теоретичного аспекту виконаної дисертаційної роботи.

Другий аспект актуальності, який можна назвати практичним, полягає в тому, що існуючий у даний час в Україні механізм функціонування і регулювання споживчого ринку недостатньо ефективний на протязі всіх періодів трансформації економіки країни.

Для подальшої стабілізації економічного зростання необхідним є створення механізму регулювання споживчого ринку і розробка моделей його розвитку з урахуванням особливостей економіки України.

Питання функціонування споживчого ринку і його регулювання вирішуються багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами. У зв'язку з об'єктивною необхідністю розробки й обґрунтування механізму функціонування споживчого ринку з урахуванням проведених реформ та інтеграції України у світову господарську систему в економічній лі-

тературі з'явилися нові дослідження з даної проблеми. У той же час питання, пов'язані із сутністю функціонування і регулювання споживчого ринку, вимагають подальшого дослідження.

Окремі питання регулювання споживчого ринку, особливо останнім часом, стали привертати увагу багатьох учених-економістів. Зокрема, проблемами вивчення й аналізу процесів обміну, регулювання споживчого ринку займаються А.А. Афонін, Б.В. Буркинський, А.В. Войчак, В.М. Геєць, В.І. Голіков, Є.П. Голубков, Ф.І. Євдокимов, Ф. Котлер, А.І. Кредісов, А. Хоскінг. Однак проблема комплексного дослідження розвитку споживчого ринку вирішена ще не повністю.

**З'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано відповідно до планів наукових досліджень Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського за темами "Дослідження шляхів розвитку роздрібної торгівлі з урахуванням умов перехідної економіки" (номер державної реєстрації 0100U004110, 1996-1998 рр.), "Основні напрямки розвитку оптової торгівлі в умовах розвитку економіки" (номер державної реєстрації 0100U004109, 1999-2002 рр.), у рамках яких автором розроблено концептуальні положення розвитку споживчого ринку в Україні і Донецькій області. Відповідно до госпдогвірної тематики в рамках тем "Дослідження ринку туристичних послуг" (№ 694/99, номер державної реєстрації 0102U003185), "Дослідження конкурентної привабливості продовольчих ринків" (№ 698/99, номер державної реєстрації 0100U004108), "Дослідження ринку титанової продукції України" (№738/2000, номер державної реєстрації 0102U004387), "Розробка методичних рекомендацій з дослідження вітчизняного ринку мийних засобів косметико-гігієнічного призначення" (№780/2001, номер державної реєстрації 0102U003188), "Розробка методичних рекомендацій з дослідження ринку автотранспортних послуг, оптимізації управління автотранспортним підприємством, вивчення попиту на автомобілі" (№837/2001, номер державної реєстрації 0102U003187), "Розробка методичних рекомендацій з вивчення маркетингового механізму на ринку цінних паперів" (№840/2001, номер державної реєстрації 0102U003186) автором розроблено заходи з вдосконалення механізму функціонування окремих ринкових сегментів.

**Мета і задачі дослідження.** Метою дисертаційної роботи є розробка методологічних основ і удосконалення організаційно-економічного механізму функціонування й регулювання споживчого ринку з урахуванням глобальних і локальних тенденцій розвитку світової та національної економік.

Для досягнення зазначеної мети поставлено і вирішено такі задачі:

визначено теоретичні основи розвитку ринкових відносин і основні етапи становлення обмінних процесів у системі господарювання і регулювання споживчого ринку;

досліджено економічний зміст категорій “споживчий ринок” і “споживання” та сформовано їх сучасну інтерпретацію;

проаналізовано споживання як інструмент становлення і розвитку господарювання;

проаналізовано сучасну парадигму дії ринкового механізму з виявленням основних передумов і тенденцій глобалізації ринкових відносин і об'єктивних процесів, що впливають на них;

визначено місце споживчого ринку у світогосподарській системі з розробкою класифікації елементів ринку;

виявлено особливості входження України у світову господарську систему;

виявлено особливості розвитку ринкового механізму в Україні та причини кризи споживчого ринку;

розроблено організаційно-економічний механізм реформування й регулювання споживчого ринку України.

*Об'єкт дослідження* – процеси розвитку споживчого ринку в контексті загальносвітових процесів і тенденцій.

*Предмет дослідження* – становлення і функціонування організаційно-економічного механізму регулювання споживчого ринку.

*Методи дослідження.* Теоретичну і методологічну основу дисертаційної роботи складають праці класиків економічної теорії, вітчизняних і зарубіжних учених-економістів із проблем розвитку споживчого ринку. Інформаційною базою дисертації є законодавчі акти України, методичні й інструктивні матеріали міністерств і відомств, дані Держкомстату України, аналітичні документи, економічні огляди.

Для досягнення поставленої мети в дисертаційній роботі використовувалися такі методичні засоби і прийоми: установлення причинно-наслідкових зв'язків – при дослідженні відносин власності як фактора зародження обмінних процесів, економічної свободи як мети існування споживчого ринку; системного аналізу – при вдосконаленні концептуальних підходів і моделі організаційно-економічного механізму регулювання споживчого ринку; системного підходу – при аналізі споживчого ринку в контексті глобалізації економіки; абстракції – при дослідженні кризових явищ споживчого ринку України; економіко-статистичного аналізу - при розрахунку індексів людського розвитку і людського потенціалу; порівняння – при аналізі стану і тенденцій розвитку споживчого ринку; факторного аналізу й економіко-математичного моделювання – при розробці моделей регулювання споживчого ринку в різних умовах зовнішнього середовища.

**Наукова новизна одержаних результатів** полягає у теоретичному обґрунтуванні і розробці цілісної методологічної концепції організаційно-економічного механізму функціо-

нування, регулювання споживчого ринку в сучасних умовах. Результати виконаного дослідження у своїй сукупності вирішують важливу науково-прикладну проблему із розробки теоретико-методологічних основ ефективного розвитку споживчого ринку.

Основні наукові результати, які мають наукову новизну, такі:

*у перше*

споживчий ринок досліджений як відносно відокремлена система загальних ринкових відносин, встановлено історичні етапи його розвитку; доведено, що відносини власності не тільки конституціонують ринковий простір, але й обумовлюють його форми та особливості механізмів реалізації співвідношення “попит – пропозиція” на ринку споживчих товарів; встановлено неузгодженість граничної норми заміни споживчих вартостей;

на основі аналізу споживання як інструменту становлення і розвитку форм господарювання структуровано систему потреб та елементи процесу споживання як фактора функціонування ринку;

обґрунтовано теоретичне положення, згідно якого споживчий стимул (у тому числі й відносно віртуальної споживчої вартості) виникає через неузгодженість окремих стадій попиту та пропозиції; визначено шляхи розвитку споживчого ринку в контексті загальноцивілізаційного процесу, пов'язаного із сучасними світовими тенденціями розвитку ринкового господарства;

розроблено організаційно-економічний механізм регулювання споживчого ринку з урахуванням взаємодії структурних елементів: механізму формування і задоволення потреб; механізму рівноваги між виробництвом і споживанням; механізму рівноваги національного і світового споживчих ринків; механізму захисту внутрішнього споживчого ринку; маркетингового механізму регулювання споживчого ринку; механізму циклічного розвитку споживчого ринку;

запропоновано моделі з реформування споживчого ринку, до яких відносяться модель споживчого ринку як динамічної системи; модель впливу факторів на споживчий ринок; модель взаємодії факторів з метою регулювання споживчого ринку;

*удосконалено:*

методологічні основи стратегії функціонування й регулювання споживчого ринку, що базуються на категорії потреб і враховують особливості й основні тенденції їхнього розвитку;

діагностику стану споживчого ринку шляхом уведення індексу його стану в норматив ІЛР (індексу людського розвитку);

*дістали подальшого розвитку:*

понятійно-категоріальний апарат економічної науки сутнісного трактування категорії "споживчий ринок", що розглядається як система економічних взаємин, які реалізують себе за допомогою економічних потреб і проявляються через попит, пропозицію і ціну;

класифікація елементів ринку та їхнє формування з урахуванням трьох основних факторів: населення, потреби якого задовольняються, промислового і торгового капіталу;

пропозиції з реформування ринкового механізму у сфері споживання з урахуванням загальноекономічних пропорцій, що склалися в даний час і відбивають зв'язки між сукупним попитом і сукупною пропозицією.

**Практичне значення одержаних результатів.** До числа результатів, що мають найбільше практичне значення, відносяться:

розробка концептуальної моделі вдосконалення функціонування ринку і визначення факторів, що впливають на динаміку розвитку ринкових відносин, які схвалені Постановою Кабінету Міністрів України від 13 грудня 2001 р. № 1662, а також заходи щодо вдосконалення функціонування ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів у Донецькій області на 2002-2003 рр., які затверджені розпорядженням голови Донецької облдержадміністрації від 15 січня 2002 р. № 9 (довідка про впровадження від Управління торгівлі та побутового обслуговування Донецької облдержадміністрації № 03/22-435 від 29.10.02); обґрунтування регулювання діяльності споживчого ринку та механізмів його захисту при реконструкції і розвитку торговельної мережі Куйбишевського району м. Донецька (довідка № 1453 від 15.11.02); розробка системи зміцнення іміджевих характеристик організаційно-структурних ланок споживчого ринку та системи управління ним (акт впровадження від Донецької торговельно-промислової палати № 1507/01 від 22.11.02); впровадження маркетингового механізму циклічного розвитку ринку (акт впровадження від ЗАО "Київ-Конті" № 1315 від 28.10.02). Результати досліджень теоретичного і прикладного характеру активно використовуються у навчальному процесі Донецького державного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського при викладанні дисциплін "Маркетинг", "Міжнародний маркетинг", "Промисловий маркетинг", "Інфраструктура товарного ринку" (довідка № 08.06/1899 від 23.10.02).

**Особистий внесок здобувача.** Автору належать наукові ідеї роботи, результати моніторингу споживчого ринку, вибір методів дослідження, методологія розробки комплексного підходу до вдосконалення організаційно-економічного механізму функціонування й регулювання споживчого ринку.

Дисертант є безпосереднім учасником практичного впровадження наукових і прикладних результатів дослідження.

**Апробація результатів дисертації.** Основні положення і результати дисертації доповідалися і мали підтримку на II Міжнародній науково-практичній конференції "Маркетинг: теорія і практика" (Київ, 1998 р.); Міжнародній науково-практичній конференції "Проблеми теорії і практики становлення соціально-орієнтованої ринкової економіки" (Харків, 1999 р.); V Міжнародній науково-практичній конференції "Маркетинг: теорія і практика" (Київ – Ялта, 1999 р.); Міжнародній науково-практичній конференції "Економічна теорія: сучасна парадигма та її еволюція на порозі XXI століття" (Київ, 2000 р.); III Міжнародній конференції молодих учених-економістів "Макроэкономика: проблемы, тенденции, перспективы" (Донецьк, 2000 р.); Міжнародній конференції "Глобалізація економіки: нові можливості чи загроза людству?" (Донецьк, 2001 р.); VIII Міжнародній науково-практичній конференції "Теорія і практика управління організацією з погляду тисячоліть" (Київ, 2001 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції "Менеджмент та маркетинг: досягнення і перспективи" (Київ, 2002 р.); Міжнародній науково-практичній конференції "Проблеми развития маркетинга и логистики в транзитивной экономике" (Донецьк – Слов'яногірськ, 2002 р.).

**Публікації.** Основні положення дисертації викладено в 50 наукових працях, з них 4 монографії, 12 статей у наукових журналах, 10 статей у збірниках наукових праць, 15 публікацій у матеріалах наукових конференцій, в періодичних виданнях, 5 розділах навчальних посібників. Загальний обсяг публікацій 47,5 д.а., з яких особисто автору належить 45 д.а.

**Структура й обсяг роботи.** Дисертація складається зі вступу, 5 розділів, висновків, списку використаних джерел (367 найменувань) і 4 додатків (на 19 сторінках). Основний зміст викладено на 399 сторінках. Робота містить 24 таблиці, 58 рисунків і схем.

## **ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ**

**Розділ 1. Становлення споживчого ринку в системі виробничих відносин.** У даному розділі досліджено становлення споживчого ринку в системі виробничих відносин за історичними етапами його розвитку з урахуванням форм власності. Історичний шлях розвитку споживчого ринку від IV тисячоліття до н.е. (Шумерська держава) і до наших днів (Сполучені Штати Америки) свідчить, що споживчий ринок виникає на етапі становлення товарно-грошових відносин.

Виходячи з цього та на базі аналізу існуючих дефініцій категорії "споживчий ринок", автор пропонує таке її визначення: споживчий ринок – це система економічних взаємовідносин, які реалізуються через економічні потреби і відображаються через попит, пропозицію і ціну та які розвиваються у бік їх інтенсифікації.



Обмінні процеси всередині господарства Шумеру (IV тисячоліття до н.е.) носили натуральний характер: через відсутність універсального товару-еквівалента кожен товар був відособленим і обмінювався в тих пропорціях, що найбільше влаштовували продавця і покупця. Торгові угоди носили випадковий характер і не були визначальними при виборі об'єкта купівлі-продажу. Розглядаючи в комплексі всю сукупність економічних відносин, які склалися в Шумерській державі, не можна стверджувати, що ринкові відносини, а також споживчий ринок відігравали важливу роль в її розвитку. Система господарювання єгипетської коми (IV століття н.е.) розглянута як один із проміжних ступенів формування і розвитку ринкових відносин у цілому і споживчому ринку зокрема, оскільки параметри її функціонування вказують на присутність в її економічному середовищі ознак ринкового господарства: вільні продавці і покупці, наявність попиту та пропозиції товарної маси, прояв вільної конкуренції на ринку товарів. Незважаючи на відсутність розвинутих ринкових інститутів, відповідні ринкові взаємозв'язки в комі проглядаються досить чітко, що додає їм завершений у соціально-економічному відношенні вид ринкового господарства. У середньовічних шведських містах (XV століття) торгівля починає носити масовий характер, а до сфери обміну залучається практично все міське населення. У суспільно-виробничих умовах шведського міста економічним фундаментом ринкових відносин виступають три доміанти: наявність вільної найманої праці, коли деяка нестійкість щодо кількості його пропозиції на ринковому просторі зрівноважується присутністю економічної свободи; соціально-політична оболонка прояву ринкових зв'язків у виді шведської корони, що є найбільш крупним власником; обмеження ринкової форми прояву потреб не економічним втручанням, а присутністю обмінних і утворюючих форм її реалізації.

Історичний характер етапів становлення ринкового господарства багато в чому пояснюється динамікою розвитку суспільно-політичних процесів у світі, незалежно від їхньої соціальної спрямованості. У цьому контексті в дисертації розглянуто приклад відродження Німеччини після Першої світової війни й особливості ринкових перетворень в умовах посилення тоталітарного режиму. В умовах мілітаризації німецького суспільства споживчий ринок як сукупність ринкових потреб набув специфічної форми існування. Досвід Німеччини показав, що потреба обмінювати і розподіляти, виявившись відірваною від ринкового потоку розвитку, породжує адміністративну систему управління, надзвичайно тверду за своїми конструктивними особливостями.

Найбільш рельєфно виступає механізм функціонування споживчого ринку в умовах американського суспільства. При цьому основу економічної політики складає обґрунтований вибір пріоритетів державної підтримки, якою на сьогодні в США користуються технічно передові галузі промислового виробництва, що забезпечують країні пріоритетне положення у

світі. Для підтримки національної переваги у високотехнологічних виробництвах США розробили ефективну науково-дослідну політику, результатом якої є створення найбільш комфортних умов розвитку основної складової продуктивних сил суспільства, а саме людини.

Обрані паралелі в історичних етапах становлення споживчого ринку дозволяють докладно прослідити і зрозуміти логіку сучасних трансформаційних процесів в економіці України та її споживчого ринку.

**Розділ 2. Трансформація процесів споживання в сучасних умовах.** У даному розділі визначено вплив процесів обміну на становлення і розвиток ринкових структур, систематизовано результати дослідження соціально-економічної природи людських потреб, викладено авторський погляд на категорії "потреба", "нестаток", "бажання". Методологічною основою у даному випадку обрана теза - споживання виступає рушійним мотивом усякого виробництва та є безпосереднім зв'язком економічного і соціального розвитку суспільства.

У розділі наведено теоретичне узагальнення природи виникнення категорії "споживання", що дозволяє внести певну системність у загальну схему його вивчення. Для цього розглянуто основні фактори споживання, якими виступають: потреби; сфера їхнього розподілу – через механізми виробництва благ і їхнього обміну; формування потреб у вигляді реалізації та соціального становлення людини; ринкова організація функціонування потреб у господарюванні. Цілісна взаємодія зазначених факторів породжує економічну категорію "споживання".

Усвідомлення потреб як мотивації до суспільної праці здобуває конкретну форму – форму інтересу. Реалізація інтересу на практиці знаходить своє втілення у здійсненні різних видів діяльності. У схемі "потреби – інтерес – діяльність" відбивається причинно-наслідковий зв'язок виникнення і реалізації спонукальних мотивів. На споживчому ринку схема реалізується за допомогою еквівалентного відшкодування отриманої частини вартості на відповідну кількість матеріальних і нематеріальних благ. Для більш детального аналізу змісту наведеної схеми розроблено ієрархічну структуру потреб, що представлена їхньою сукупністю.

Складовими споживчого ринку виступають, з одного боку, товари і послуги, призначені для задоволення потреб членів суспільства, з іншого – кількість чи маса грошей, що можуть бути використані для їхнього придбання. У взаємодії обидві ці складові знаходяться під впливом закону попиту та пропозиції, у результаті чого складається стереотип поведінки кожного з учасників ринку.

Неузгодженість у реалізації окремих стадій процесів попиту та пропозиції на споживчому ринку призводить до зміни сформованих і виникнення нових споживчих стимулів. Якщо розглядати систему споживчих стимулів з погляду діалектичної єдності процесів виробництва і споживання, то вона може бути представлена такою структурною схемою:

*Споживчі стимули* = власне процес виробництва, що містить зовнішні і внутрішні стимули виробника + власне процес споживання, що містить зовнішні і внутрішні стимули споживача.

У будь-якому суспільстві споживання виступає не стільки домінуючим елементом розвитку виробничих відносин, скільки тим, що визначає можливості й основні їхні орієнтири, тому що, не маючи на це достатніх передумов, ні виробництво, ні тим більше розподіл і обмін не здатні забезпечити відповідну динаміку. У тісному сполученні окремих елементів кожної зі стадій суспільного виробництва між собою такий результат можливий, що обумовлює як один із провідних факторів розвитку виробничих відносин саме процес споживання.

**Розділ 3. Споживчий ринок і глобалізація економіки.** У розділі показано місце і роль споживчого ринку у світогосподарській системі з використанням як вихідних посилок тенденцій глобалізації та показників сучасної їх динаміки.

У роботі визначено, що тенденції глобалізації в історичному часі є перестановкою центрів індукції світового господарства.

Розглянуто і систематизовано основні фактори трансформації світової економіки кінця ХХ століття, які можна трактувати як формування багатьох центрів, що конкурують один з одним. Але у світовій економіці, що має вже кілька центрів світогосподарських систем, межі зон впливу починають стиратися завдяки тому, що глобальна рухливість ресурсів і почасті ринків досягла небачених раніше розмірів.

У структурному зрізі процеси глобалізації світової економіки відбуваються на трьох рівнях: мікрорівні (окремі підприємства, фірми, об'єднання), мезорівні (окремі ринки - праці, грошей, технологій), мегарівні (окремі регіони, країни). Формою прояву глобалізації економіки виступають інтеграційні угруповання, усередині яких чітко простежуються синхронізація процесів відтворення, тісний взаємозв'язок національної економіки з окремими пріоритетами власного розвитку, узгодженість вибору орієнтирів розвитку усередині інтеграційного утворення. Одним із таких інтеграційних угруповань може бути регіон.

У цьому зв'язку істотно зростає значущість дослідницької діяльності, пов'язаної з відстеженням процесів зміни умов життєдіяльності окремих суб'єктів господарювання, окремих членів суспільства, установленням причин і можливих наслідків форс-мажорних обставин, виробленням раціональної схеми відповідних економічних стимулів, що дозволяють змінити на краще умови економічного середовища, що погіршилися. Такі дослідження можливі за допомогою застосування концепції маркетингу в її еволюційному русі. У розділі визначено, що маркетинг є тим інструментом, що дозволяє частково вирішити одне з найжорсткіших протиріч наслідків глобалізації – збільшення розриву між індустріально розвиненими країнами і країнами, що розвиваються.

Від того, наскільки та чи інша держава є інтегрованою в економіку іншої держави, власне, і залежить її стійкий стан у світі.

Зважаючи на те, що вся світогосподарська система функціонує за чітко визначеними правилами, можна розглядати її як об'єктивну систему, підпорядковану впливу ринкових імпульсів. Для більш глибокого аналізу цих імпульсів наведено групування об'єктивних законів економіки, що дозволяє розглядати їх як механізм забезпечення збалансованості чи досягнення рівноваги інтересів споживачів і виробників, їх ресурсних можливостей і перспектив пошуку та знаходження компромісних рішень у взаємодії на ринку товарів (послуг).

У роботі споживчий ринок представлений як система, що має прямі та зворотні зв'язки. Як зв'язки, що прямо впливають на перспективи його розвитку, виступають обсяги і темпи інвестицій у промисловий і торговельний сектори і народжуваність населення за певний період. Як зворотні зв'язки виступають середній термін служби промислового та торговельного капіталу і зв'язані з ним розміри амортизації, обсяги резервів запасів необхідних ресурсів і рівень смертності населення за цей же період.

На основі розгляду споживання як економічної категорії, що характеризує певну сферу суспільного відтворення, виділено такі ознаки, що найбільшою мірою розкривають її зміст: по-перше, як специфічну сферу суспільного відтворення, у рамках якої закінчує свій шлях пересування будь-який товар чи послуга; по-друге, як стадію виникнення попиту, що породжує виробництво того чи іншого товару чи послуги; по-третє, як специфічний процес, пов'язаний із використанням результатів роботи суспільного виробництва для задоволення особистих потреб.

**Розділ 4. Розвиток споживчого ринку в Україні.** Проаналізовано особливості розвитку ринкового господарства в Україні і зроблено висновок про те, що тільки система, заснована і функціонуюча на законах ринкового господарювання, дозволяє найбільш ефективно забезпечувати баланс інтересів і можливостей у частині задоволення соціально-економічних потреб суспільства.

Виходячи з цього одним із головних завдань економічної політики України є дослідження ефективності взаємодії всіх складових споживчого ринку в контексті трансформаційних процесів, що відбуваються. Високий динамізм цих процесів, які набули особливого прискорення з 1991 р., після досягнення незалежності нашої держави, вимагає забезпечення виконання принципу зростання народного добробуту, відповідно до якого повинна будуватися стратегія і тактика реформування. Основними критеріями їх доцільності та ефективності, які дають підстави для висновків щодо необхідності продовження існуючої економічної політики, можуть бути показники стану і розвитку економіки і споживчого ринку.

Розглянуто стан і наведено динаміку основних економічних регуляторів операцій обміну на ринку товарів і послуг, що дало змогу дослідити основні складові створення такого середовища, яке формує дію ринкового механізму.

Характеризуючи з погляду основних елементів ринкового механізму ситуацію, що склалася на кінець 90-х років на ринку товарів і послуг в Україні, необхідно відзначити той факт, що в становищі України спостерігався ряд моментів, які вписуються в загальноприйняті схеми класичного розвитку економіки, а деякі – не вписуються (табл.1):

по-перше, це стосується питань ціноутворення на переважну більшість товарів (продуктів) і послуг як вітчизняного, так і імпортного виробництва. Мав місце перманентний процес знецінення грошей, з одного боку, а з іншого – хронічних затримок із виплатою заробітної плати, пенсій і субсидій, який призвів до істотного зубожіння великої маси людей, змушених існувати за межами мінімального порогу виживаності. Дані свідчать, що заборгованість із виплати заробітної плати за 11 місяців 2002 р. зменшилась на 3,8%, або на 95,3 млн. грн., і становила на 1 грудня 2002 р. 2389 млн. грн. Однак продовжується зростання суми несплаченої заробітної плати за рахунок місцевих та Державного бюджету, відповідно на 4,6 та 14,8%, порівняно з аналогічним періодом 2001 р.;

по-друге, невідповідність розвитку економічних процесів в Україні загальноприйнятим виявляється у вільній валютизації резерву коштів. Вільне ходіння на території країни іноземної валюти призвело до того, що на практиці набули масового характеру обмінні валютні операції, пов'язані з конвертацією національної грошової одиниці;

Таблиця 1

*Динаміка основних показників розвитку економіки і споживчого ринку в Україні за 1990-2002 рр.*

	1990	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
ВВП*	...	87,8	90,0	97,0	98,1	99,8	105,9	109,2	104,1
Виробництво товарів народного споживання* <sup>1</sup>	105,8	82,2	82,2	88,1	100,0	107,2	124,5	117,7	124,7
Роздрібний товарообіг*	111,5	86,1	94,9	100,2	93,4	92,9	108,1	133,7	150,1
Грошові доходи населення <sup>2</sup> ,	...	26498	40311	50069	54379	61865	86911	109391	21,8

млн. грн.									
Індекс споживчих цін, % (грудень до грудня)	...	281,7	139,7	110,1	120,0	119,2	125,8	106,1	99,4
Обсяг послуг, млрд. грн. <sup>3</sup>	...	...	...	...	...	...	26,5	30,5	7
Середньомісячна зарплата*:									
номінальна	...	370,2	121,8	108,9	105,6	124,3	135,4	127,7	149,2
реальна	...	128,1	86,2	97,6	87,1	103,4	103,6	120,4	138,8

\* у % до попереднього року.

<sup>1</sup> дані за 2002 р. наведені з урахуванням обсягу послуг;

<sup>2</sup> % збільшення порівняно з аналогічним періодом 2001 р. (січень – листопад);

<sup>3</sup> % збільшення порівняно з 2001 р.

по-третє, це надмірна деформованість механізму попиту та пропозиції. Якщо на конкурентному ринку ціна будь-якого товару встановлюється на рівні, урівноваженому попитом та пропозицією, то на ринку товарів і послуг в Україні ціни більшості товарів орієнтуються не стільки на зазначене співвідношення, скільки на обмінний курс іноземних валют, що, як правило, установлюється з урахуванням тенденцій, які утворюються на валютних торгах. Аналіз індексу споживчих цін за 2002 р. дає змогу дійти висновку, що деформаційні процеси дещо уповільнилися, оскільки загальний індекс споживчих цін за 2002 р. становив 99,4% порівняно зі 106,1% в 2001 р. при одночасному збереженні курсу валюти;

по-четверте, це відсутність цивілізованого характеру економічних відносин в умовах формування конкурентного середовища. Показник обсягів зовнішньої торгівлі товарами певною мірою відображає покращення ситуації, що склалася у 2002 р. Так, загальний обсяг зовнішньої торгівлі за січень – листопад 2002 р. збільшився на 6,9% відповідно до аналогічного періоду 2001 р. Крім того, обсяги експорту в Україні перевищили обсяги імпорту на 2%, що є свідомством зміцнення положення України в міжнародному ринковому просторі;

по-п'яте, боротьба з дефіцитом товарної маси призвела до того, що на практиці утворився дефіцит грошової маси. Виявилося, що широко відомі заходи для зрівняння попиту та пропозиції не можуть бути використані в сучасних умовах на ринку України. Становище, що

склалося, поліпшилося в 2002 р. завдяки політиці поступового зміцнення відсоткової ставки та нарощування грошової пропозиції відповідно до Основ грошово-кредитної політики на 2002-2003 рр.

Здійснення перетворень у господарському комплексі України, у тому числі і на споживчому ринку, поставило в основу еволюцію сфери особистого споживання, що вирішальною мірою впливає на рівень життя населення. Одним із найважливіших показників рівня попиту є структура споживчих витрат (табл. 2).

Аналіз структури грошових доходів і витрат населення свідчить, що протягом останніх п'яти років істотних змін не відбулося. Платоспроможний попит і споживчий ринок знаходилися у стані депресії, тобто реальні показники грошових доходів і витрат у порівнянні з 1990 р. мають дуже повільну позитивну динаміку. Так, грошові доходи в 1990 р. склали 115,7%, а в 2001 р. – 125,9% відповідно до попереднього року. Зокрема, купівля товарів та оплата послуг у 2001 р. становила 77 млрд. грн. проти 590 млрд. грн. в 2000 р.

За аналізований період істотно не поліпшились і показники рівня життя населення. Свідченням цього є і зменшення споживання основних продуктів харчування. Якщо розглядати середньодушове споживання основних продуктів харчування в порівнянні з 1990 р. і рекомендованою раціональною нормою споживання, то виявиться, що по всьому переліку найменувань продуктів харчування, крім картоплі, спостерігається зниження обсягів споживання (табл. 3).

Таблиця 2

*Платоспроможний попит, грошові доходи і грошові витрати населення, % до 1990 р.*

	1991	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Грошові доходи	97,5	34,1	28,8	30,9	30,3	28,1	30,8
Грошові доходи без обов'язкових платежів і податків	100,5	35,2	29,2	31,1	30,6	28,6	29,9
Грошові доходи разом із недеklarованими доходами	97,5	44,6	43,9	44,9	43,4	38,7	36,7
Платоспроможний попит	83,1	20,2	16,9	18,2	18,2	16,9	18,0
Платоспроможний попит разом із недеklarованими доходами	83,1	26,9	26,5	27,1	26,6	20,1	21,8
Індекс споживчих цін (середніх, до попереднього року), ра-	1,9	4,8	1,8	1,16	1,106	1,227	2,282

зів							
Усього грошових витрат	92,1	31,8	27,7	29,4	29,6	26,9	29,5
Покупка товарів і оплата послуг	88,1	33,0	25,0	25,0	24,7	24,36	17,0
З них:							
покупка товарів	86,9	29,9	19,8	18,6	19,1	18,9	21,5
оплата послуг	98,8	60,3	69,7	80,8	74,3	70,1	74,8
Обов'язкові платежі і добровільні внески	73,1	25,2	25,4	29,3	28,2	27,9	37,8
З них податок на прибуток	69,0	31,6	31,7	29,0	28,4	28,8	32,4
Приріст заощаджень у вкладах і придбання цінних паперів	140,2	4,6	16,1	14,7	13,0	19,1	17,2
Витрати на придбання валюти*	...	10,6	14,8	20,1	22,5	9,3	5,9
Перевищення доходів над витратами**		23,3	10,2	13,9	5,9	11,3	11,8

\* % до 1993 р. (у фактичних цінах).

\*\* 1992 – 1999 рр. у цінах 1990 р., у % до 1991 р. (у фактичних цінах).

Таблиця 3

*Середньодушове споживання населенням України  
основних продуктів харчування<sup>1</sup>*

Найменування продуктів харчування	Фактично досягнутий рівень споживання, кг		
	1990	2001	Рекомендована раціональна норма
М'ясо і м'ясопродукти	68	31	80
Молоко і молочні продукти	373	205	380
Яйця, шт.	272	180	290
Картопля	131	140	124
Овочі та баштанні	102	105	151
Цукор	50	39	38
Олія	11,6	10	13
Хлібні продукти	141	130	101



<sup>1</sup> Статистичний щорічник України за 2001 р. - К.: Техніка, 2002. - С. 441.

Спостерігається достатньо негативна тенденція до диференціації суспільства, що поглиблюється, за рівнем доходів. У цьому зв'язку великого значення набуває необхідність аналізу купівельної спроможності населення як суб'єкта сукупного попиту.

У формалізованому вигляді сукупну купівельну спроможність ( $KC$ ) можна відобразити як

$$KC = \sum_{i=1}^n (KC_i + \Delta KC_i), \quad (1)$$

де  $KC$  – купівельна спроможність населення;

$KC_i$  – купівельна спроможність  $i$ -го покупця ( $i=1, 2, \dots, n$ );

$\Delta KC_i$  – приріст купівельної спроможності  $i$ -го покупця ( $i=1, 2, \dots, n$ );

$n$  – загальна кількість покупців.

Проте, у випадку, коли в наступному періоді старі покупці домоглися приросту індивідуальної купівельної спроможності та зросла загальна кількість їх за рахунок нових покупців, формула сукупної купівельної спроможності на споживчому ринку ( $PC$ ) приймає наступний вигляд:

$$PC = \sum_{i=1}^n (PC_i + \Delta PC_i) + \sum_{j=n+1}^{n+m} PC_j, \quad (2)$$

де  $PC$  – купівельна спроможність населення на наступний період;

$PC_i$  – купівельна спроможність  $i$ -го покупця, що залишився з попереднього періоду ( $i=1, 2, \dots, n$ );

$n$  – загальна кількість покупців, що залишилися від попереднього періоду;

$\Delta PC_i$  – приріст купівельної спроможності  $i$ -го покупця у порівнянні з попереднім періодом;

$PC_j$  – купівельна спроможність нових покупців ( $j = n+1, n+2, \dots, m$ );

$m$  – кількість нових покупців.

Для ефективного функціонування споживчого ринку необхідне створення системи моніторингу за його станом. Для цього пропонується використання інформаційних підсистем, за якими доцільно здійснювати моніторинг: стан виробництва і постачання ринку товарами і послугами; стан роздрібною торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами; стан загальної ринкової кон'юнктури і балансу попиту та пропозиції; соціальний портрет споживача.

Дані підсистеми пропонується трансформувати в елементи розрахунку індексу стану споживчого ринку для доповнення індексу людського розвитку. Можна також визначити ін-

декс регіонального розвитку ринку (IPPP) як відсоток купівель у регіоні даного товару від покупок даного товару в цілому в країні.

У порівнянні з розвинутими в економічному відношенні країнами світу в Україні у сфері особистого споживання спостерігаються дві основні тенденції: з одного боку, відбувається згладжування диспропорцій, що існували, чому в значній мірі сприяють розширення особистої економічної свободи, поява нових видів товарів і послуг, підвищення загальної культури споживання і з іншого – продовжують існувати в показниках рівня диспропорції, причиною чому є повільне зростання платоспроможного попиту, пов'язаного із затримками виплат заробітної плати й інших видів грошового забезпечення громадян, з цінними регуляторами неринкового змісту.

Визначаючи споживчий ринок як систему економічних взаємин, в якій знаходять своє задоволення потреби всіх учасників за допомогою відповідних товарів і послуг певної властивості чи характеристики, необхідно вказати на той факт, що взаємини економічних потреб у виробництві, обміні та споживанні можуть здійснюватися в будь-якій суспільній формації, будь то рабовласницький лад, феодальний, капіталістичний чи соціалістичний, без обмежень. Розподіл благ як неодмінна складова споживчого ринку може відбуватися за двома напрямками: соціальним і економічним. Соціальний канал представлений необхідністю допомоги суспільства індивідуумам, що через ряд причин і обставин (вік, здоров'я тощо) не можуть задовольняти всі свої потреби в повному обсязі, а економічний канал являє собою власне ринковий механізм розподілу результатів господарювання. В сучасних умовах транзитивної економіки саме соціальний канал починає відігравати провідну роль і потребує першочергових перетворень.

**Розділ 5. Моделювання системи регулювання споживчого ринку.** Організаційно-економічний механізм регулювання споживчого ринку – це система причинно-наслідкових і зворотних зв'язків з організації та регулювання споживчого ринку і його інфраструктури, що засновані на аналізі та прогнозуванні потреб населення й забезпечують взаємодію між ринками на мега-, мезо- і мікрорівнях.

Організаційно-економічний механізм регулювання споживчого ринку є складною багатоструктурною системою. Усередині цієї системи об'єктивно існують і постійно діють взаємозалежні структурні одиниці. Ці одиниці не є незалежними одна від одної. Діючи одночасно, вони стимулюються взаємно, утворюючи при цьому певну систему взаємодії та закономірностей. Ця взаємозалежність, що функціонує в рамках держави, і у взаємозв'язку зі світогосподарською системою утворює систему регулювання національного споживчого ринку (рис. 1).

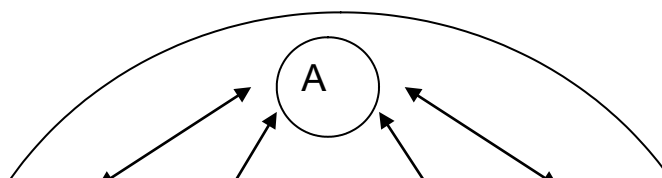


Рис. 1. Взаємодія структурних одиниць організаційно-економічного механізму регулювання споживчого ринку

- А – механізм формування і задоволення потреб;
- Б – механізм рівноваги між виробництвом і споживанням;
- В – механізм рівноваги національного і світового споживчого ринків;
- Г – механізм захисту внутрішнього споживчого ринку;
- Д – маркетинговий механізм управління споживчим ринком;
- Е – механізм циклічного розвитку споживчого ринку.

Механізм формування і задоволення потреб є складним за своєю структурою, тому що він заснований на нематеріальних факторах (психологія споживання, престижність споживання, побудова ієрархії споживачів) і матеріальних факторах (фінансові можливості, властивості товару, наявність і доступність товару) і дозволяє визначати і прогнозувати ієрархію потреб, установлювати закономірності реалізації потреб на ринку, формувати баланс потреб і можливостей на ринку.

Механізм рівноваги національного і світового споживчого ринку є складовою частиною світогосподарської системи. Більш ніж половина ВВП України реалізується за допомогою зовнішньоекономічної діяльності. Це обумовлює необхідність розробки механізму рівноваги національного і світового споживчого ринку з урахуванням таких напрямів: створення економічних, нормативно-правових і організаційних передумов з метою реалізації у світогос-

подарській системі конкурентних переваг; оптимізація структури експорту-імпорту; удосконалення торгового режиму з метою подальшого вступу у ВТО (рис. 2).

Механізм рівноваги між виробництвом і споживанням сприяє: прогнозуванню процесів зміни попиту, ціни, обсягів продажів, зміни потреб; досліджуванню формування рівноваги виробництва і споживання під впливом таких інструментів, як реклама, якість, асортимент; аналізу тенденцій розвитку сфери виробництва з урахуванням потреб і фінансових можливостей покупців.

Механізм захисту внутрішнього споживчого ринку сприяє забезпеченню зовнішньоторговельного балансу, що повинен бути спрямований на створення рівноправних умов господарювання для вітчизняних та іноземних товаровиробників і їхній ефективний захист від несумлінної конкуренції. Механізм захисту внутрішнього споживчого ринку дозволяє: сформувати ефективне конкурентне середовище на споживчому ринку; стимулювати розвиток вітчизняних виробників; захищати внутрішній споживчий ринок від імпоротної недоброякісної продукції; сформувати патріотизм споживання вітчизняної продукції.



Рис. 2. Механізм взаємозв'язку рівноваги національного і світового споживчого ринку

Маркетинговий механізм регулювання споживчого ринку забезпечить: динамічну рівновагу між виробництвом і споживанням; задоволення попиту споживачів; погодженість

маркетингової діяльності всіх суб'єктів споживчого ринку у сфері товарної, цінової політики, товароруху і комунікацій; комплексне використання досвіду найбільш успішних суб'єктів ринку (система бенчмаркінгу); удосконалення системи збуту й організації торгівлі; вирішення проблем підприємств за допомогою орієнтації на потреби кінцевого споживача; наявність систематизованої інформації для прийняття управлінських рішень і прогнозування розвитку ринку (рис. 3).

Механізм циклічного розвитку споживчого ринку визначає стадію стагнації споживчого ринку і вплив факторів зовнішнього і внутрішнього середовища на циклічність розвитку ринку. Взаємовплив даних факторів на кожній стадії розвитку споживчого ринку дає можливість оптимізувати його структуру.

Таким чином, в умовах перехідної економіки споживчий ринок унаслідок внутрішньо властивих йому протиріч нездатний самостійно вирішувати проблеми забезпечення потреб суспільства в необхідних товарах і послугах. Тому організаційно-економічний механізм регулювання споживчого ринку повинен мінімізувати дії монополістичних утворень, пом'якшити негативний вплив світового ринку, забезпечити рівновагу між виробництвом і споживанням, урівноважити різкі коливання в циклічному розвитку споживчого ринку, формувати і задовольняти потреби, сприяти інтернаціоналізації потреб за умови збереження національних традицій. При такій взаємодії складових організаційно-економічного механізму управління споживчим ринком забезпечується задоволення потреб і суспільства в цілому і суб'єктів споживчого ринку зокрема.

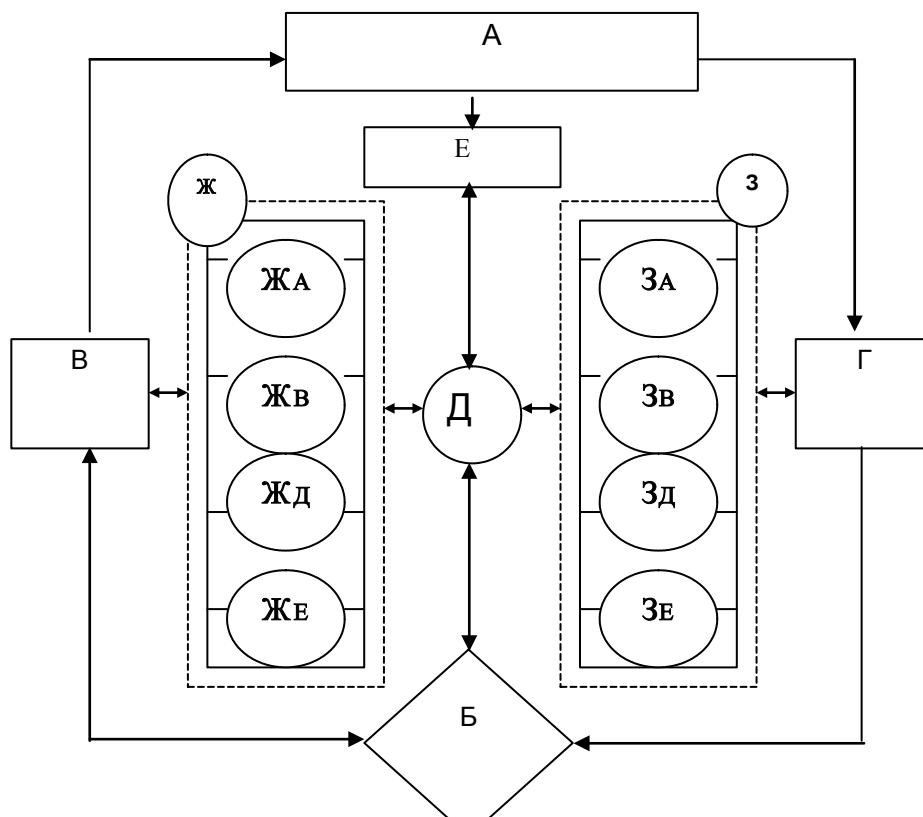


Рис. 3. Маркетинговий механізм регулювання споживчого ринку

- А – фактори зовнішнього і внутрішнього середовища;
- Б – маркетингова інформаційна система;
- В – система маркетингових досліджень;
- Г – система бенчмаркінга;
- Д – система задоволення потреб з урахуванням можливостей підприємств;
- Е – система просування;
- Ж – система координації та управління інтегративними процесами суб'єктів ринку;
- З – система прогнозування розвитку споживчого ринку.

В умовах ринкових відносин ефективність функціонування споживчого ринку в цілому залежить від адекватного реагування на умови економічного середовища, що постійно змінюються.

Щоб уявити таку систему, розглянуто фактори, які впливають на процеси функціонування підприємств і прийняття рішень щодо впливу на ринок, а саме: політичні, економічні, правові, соціально-культурні та фактори держрегулювання.

У процесі формування компромісного регулюючого впливу на споживчий ринок проведено формалізацію впливів для виявлення можливих конфліктних ситуацій, що виникають у процесі регулювання.

Споживчий ринок представляється у виді складної динамічної системи, властивості якої можна описати методами теорії диференціальних рівнянь:

$$\dot{\bar{x}} = f(x, u, t, o), \quad (3)$$

де  $\bar{x} = \{x_1, x_2, \dots, x_n\}$ .

У цьому виразі  $x$  -  $n$ -мірний фазовий вектор,  $\xi$  -  $k$ -мірний ( $k \leq n$ ) вектор збурювань (зовнішніх впливів), що може бути випадковим (тоді він заданий своїм статистичним описом) або невизначеним (що характеризує недостатність знань про досліджуване явище).

$u$  - "вільна" вектор-функція, що може бути функцією часу ( $u = u(t)$ ), фазовою функцією ( $u = u(x)$ ), функцією збурювання ( $u = u(\xi)$ ) чи мати більш загальний вигляд ( $u = u(t, x, (\xi))$ ).

Функція  $u(t, x, (\xi))$  є формалізованим описом способів досягнення мети. У теорії управління ця функція часто називається законом управління чи регулювання. Таким чином, одна з

основних задач регулювання споживчого ринку – пошук закону регулювання за заданою метою.

На ефективність регулювання споживчого ринку основний вплив справляє обрана стратегія управління, залежно від впливу факторів зовнішнього середовища.

Вплив зовнішнього середовища може здійснюватися на:

мегарівні, де зіштовхуються інтереси національного і глобального ринків і переслідуються мета зміцнення позицій України на міжнародному споживчому ринку;

мезорівні, де досліджуються політичні, економічні і соціальні характеристики споживчого ринку України, його привабливість для внутрішнього споживача, зміцнення позицій вітчизняного виробника і можливих дій уряду з посилення позитивного впливу зовнішніх факторів;

мікрорівні, де досліджуються фактори зовнішнього середовища, що впливають на регіональний споживчий ринок.

Взаємодію факторів і ринків різних рівнів показано на рис. 4.

Удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання ґрунтується на аналізі адекватності початкових впливів стану споживчого ринку і факторів, що впливають на нього.

Вплив факторів мегарівня в інтегрованому вигляді (IFMG) можна представити у вигляді функції

$$\text{IFMG} = \{ \varphi_1, \varphi_2, \dots, \varphi_N \}, \quad (4)$$

де  $\varphi_n$  - показник впливу в n-го фактора на міжнародний (глобальний) ринок ( $n=1, 2, \dots, N$ );

$N$  – максимальна кількість факторів, що впливають на ринок на мегарівні.

На мезорівні функцію інтегрованого впливу факторів (IFMZ) можна представити у вигляді

$$\text{IFMZ} = \{ \chi_1, \chi_2, \dots, \chi_K \}, \quad (5)$$

де  $\chi_k$  – показники політичної, економічної та соціальної національної стратегії (якісні показники одержують кількісне значення за допомогою експертних оцінок ступеня впливу цих факторів) і можливі дії уряду по їхній зміні ( $k=1, 2, \dots, K$ );

$K$  – максимальна кількість факторів, що впливають на ринок на мезорівні.

Аналогічно представимо і функцію інтегрованого впливу факторів (IFMK) на споживчий ринок на мікрорівні:

$$IFMK = \{\psi_1, \psi_2, \dots, \psi_P\}, \quad (6)$$

де  $\psi_P$  – показники зовнішнього середовища, що впливають на регіональний споживчий ринок ( $p=1, 2, \dots, P$ );

$P$  – максимальна кількість факторів, що впливають на ринок на мікрорівні.

Органи регіонального (державного) управління ( $S_c$ ) впливають на споживчий ринок на основі аналізу ефективності ( $E$ ) його діяльності.

$$S_c = \{s_1, s_2, \dots, s_R\},$$

$$E = \{e_1, e_2, \dots, e_J\}, \quad (7)$$

де  $s_r$  –  $r$ -а складова регулюючого впливу ( $r = 1, 2, \dots, R$ ), що групуються у впливи держави  $S_{ck}$ ,  $S_{cz}$ ,  $S_{cp}$  і  $S_{cu}$ ,

де  $S_{ck}$  - вплив конституції;

$S_{cz}$  – вплив законодавства;

$S_{cp}$  – вплив рішень основних державних органів;

$S_{cu}$  – вплив безпосередніх розпоряджень вищих органів.

$e_j$  –  $j$ -а складова ефективності ( $j=1, 2, \dots, J$ ).

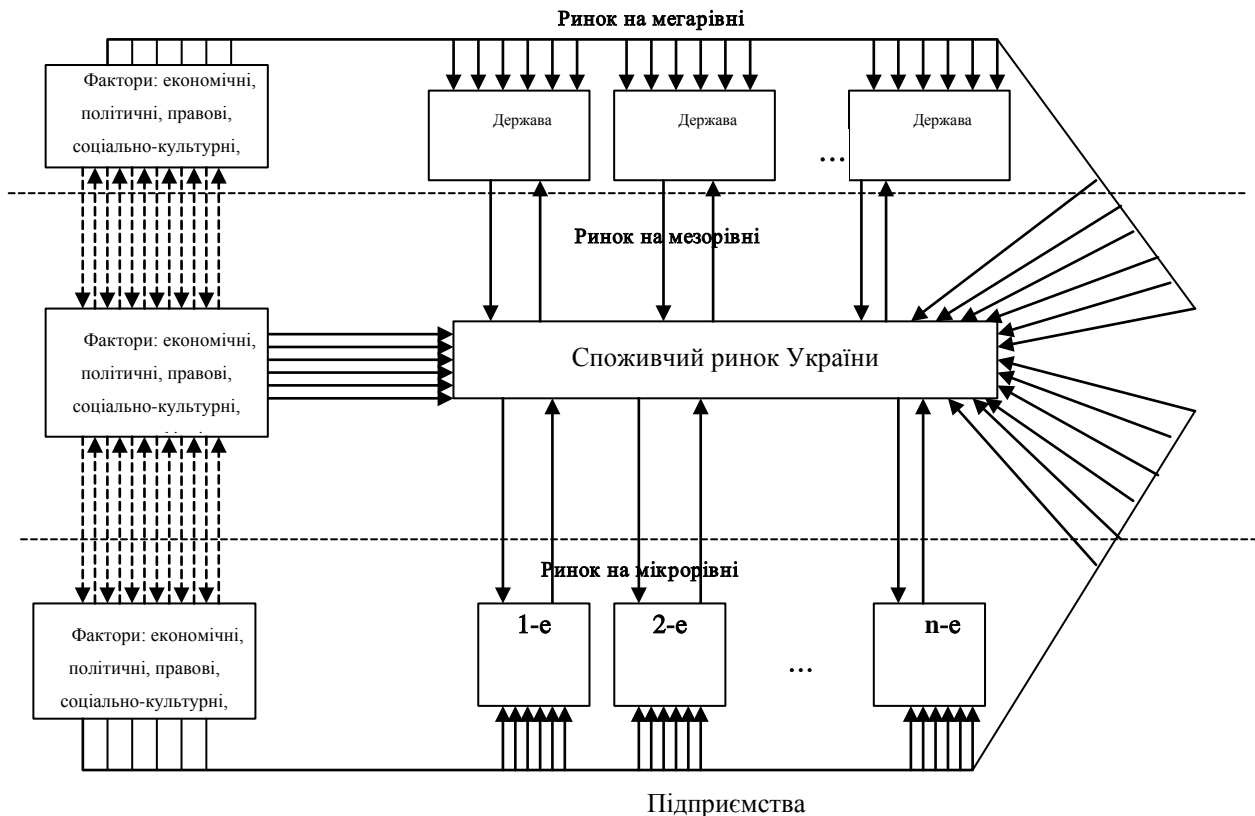




Рис. 4. Вплив факторів на трирівневу систему споживчого ринку

Внутрішній стан системи (F) є функцією від зовнішніх впливів та часу (t) і визначає ефективність (E), на підставі аналізу якої виробляється регулюючий вплив

$$\begin{aligned} F &= \phi(\text{IFMG}, \text{IFMZ}, \text{IFMK}, S_c, t); \\ E &= \varepsilon(F) \Rightarrow \text{opt}; \\ S_c &= \upsilon(E, \text{IFMG}, \text{IFMZ}, \text{IFMK}). \end{aligned} \quad (8)$$

Для вибору виду впливу на споживчий ринок із переліку можливих у конкретній ситуації необхідно провести експертну оцінку сили прояву  $V = \gamma(\varphi_n, \chi_k, \psi_l, t)$ , комплексного впливу факторів  $\varphi_n$  ( $n=1, 2, \dots, N$ ),  $\chi_k$  ( $k=1, 2, \dots, K$ ) і  $\psi_l$  ( $l=1, 2, \dots, L$ ) зовнішнього середовища в різні моменти часу.

Оцінка регулюючого впливу ґрунтується на експертній оцінці чутливості внутрішнього стану (ЧВС), споживчого ринку до зовнішнього фактора.

$$\text{ЧВС} = \xi(\varphi_n, \chi_k, \psi_l, t). \quad (9)$$

Дані дослідження покладено в основу оцінки ефективності маркетингової стратегії управління споживчим ринком.

$$\Omega(\text{ЧВС}, V, t) = \frac{\sum_n \sum_k \sum_l \gamma(\varphi_n, \chi_k, \psi_l, t) \cdot \xi(\varphi_n, \chi_k, \psi_l, t)}{\sum_n \sum_k \sum_l \gamma(\varphi_n, \chi_k, \psi_l, t) \cdot |\xi(\varphi_n, \chi_k, \psi_l, t)|}. \quad (10)$$

Якщо всі впливи сприятливі, то  $\Omega=1$ , якщо всі впливи несприятливі, то  $\Omega=-1$ , у всіх інших випадках значення  $\Omega$  лежить у діапазоні  $(-1;1)$ .

Вплив розглянутих факторів у загальному вигляді (y) і регулюючих i-x впливів ( $x_i$ ) у рамках діючого організаційно-економічного механізму ( $\sum x_i$ ) можна уявити у вигляді адитивної моделі

$$y = \text{IFMG} + \text{IFMZ} + \text{IFMK} + \sum x_i. \quad (11)$$

У той же час, якщо розглядати більш детально фактори, наприклад економічні, то виникають більш складні залежності.

Інтегрований показник впливу факторів у момент  $t$  (ПВФ $_t$ ) обчислюється за формулою усереднення тенденцій впливу окремих факторів, виявлених у результаті статистичних досліджень

$$\text{ПВФ}_t = \sum K_i \cdot F_{ti} / \sum K_i, \quad (12)$$

де  $F_{ti}$  – значення  $i$ -ї функції на момент часу  $t$ ;

$K_i$  – коефіцієнт впливу  $i$ -ї функції на загальний, інтегрований показник.

На основі моделі (9–12) для реалізації процесів динамічного моделювання регулюючих впливів на споживчий ринок і удосконалення організаційно-економічних механізмів регулювання розроблено комп'ютерну програму, що дозволяє графічно відстежувати інтегрований показник зміни стану споживчого ринку залежно від впливів на фактори у різні періоди часу.

## ВИСНОВКИ

Проведені дослідження дозволили виділити серед загальних проблем трансформування економіки України проблему дії механізму споживчого ринку країни, який забезпечує задоволення потреб населення шляхом ефективною дію роздрібною та оптовою ланок, а також системи сервісу. Основним науковим результатом дисертаційного дослідження є наукове обґрунтування і розв'язання важливої теоретико-прикладної проблеми формування цілісного організаційно-економічного механізму регулювання споживчого ринку.

1. Логіку сучасного стану трансформаційних процесів в економіці України та споживчого ринку зокрема доцільно аналізувати через паралелі в історичних етапах становлення і розвитку обмінних операцій. При цьому споживчий ринок уперше був досліджений як відносно самостійна система загальних ринкових відносин. Для встановлення історичних етапів його розвитку були обрані: розвиток відносин власності (держави Шумер, Давній Єгипет), організаційні передумови виникнення ринкового середовища (середньовічна Швеція), становлення і розвиток автаркічних методів управління економікою (фашистська Німеччина) та економічна свобода виробників і споживачів (сучасні США).

2. Обґрунтовано теоретичне положення, згідно з яким виникнення споживчого стимулу пов'язано з неузгодженістю й дисбалансом попиту і пропозиції. В обраному ракурсі обґрунтовано принципи відмінності в категоріях “споживчий ринок”, “споживання”, “споживчі

стимули”. Виходячи з основних етапів та закономірностей становлення товарно-грошових відносин, було запропоновано авторське трактування категорії “споживчий ринок”: споживчий ринок являє собою систему економічних взаємовідносин, які реалізуються через економічні потреби і відображаються через попит, пропозицію і ціну та які розвиваються у бік їх інтенсифікації.

3. Запропоновано структурування процесів глобалізації, що відбуваються на трьох рівнях: мікрорівні (окремі підприємства, фірми чи їх об’єднання), мезорівні (окремі ринки – праці, грошей, технологій), мегарівні (окремі регіони, країни) на основі розгляду основних передумов глобалізації ринкових відносин і їх впливу на функціонування споживчого ринку.

4. Розроблено класифікацію елементів споживчого ринку й обґрунтовано положення про розвиток споживчого ринку залежно від трьох факторів: населення, потреби якого задовольняються; промислового капіталу, що виробляє товари; торгового капіталу, що забезпечує взаємозв’язок між першими двома факторами.

5. Особливості ринкових перетворень в Україні показано через призму досвіду функціонування ринку як економічної системи з домінантою приватної власності. Обґрунтовано, що платоспроможність населення є вирішальним чинником, який справляє вплив на розвиток споживчого ринку. Здійснення перетворень у господарському комплексі України, зокрема на споживчому ринку, як основний пріоритет окреслило еволюцію сфери особистого споживання, яка у вирішальному ступені впливає на рівень життя населення.

6. У сучасних соціально-економічних умовах України суттєво зростає роль інституту формування та управління ринковим механізмом і його впливу на економічне зростання. Тобто необхідна нова політика сприяння розвитку та оптимізації формування ринків і ринкових структур. Формування політики регулювання та оптимізації дії ринкового механізму представлено як концепцію, що розглядає ринок у послідовності взаємовідносин його структурних одиниць і має основною метою стійку узгодженість сформованих потреб і потреб, що формуються, з можливостями виробництва, що в свою чергу дозволить реалізувати основні цілі ефективного трансформування споживчого ринку.

7. Розроблено організаційно-економічний механізм регулювання споживчого ринку, що містить:

а) механізм формування і задоволення потреб, завдяки чому можна визначати і прогнозувати ієрархію потреб; установлювати закономірності реалізації потреб на ринку; формувати баланс потреб і можливостей на ринку;

б) механізм рівноваги між виробництвом і споживанням, який дає змогу прогнозувати процеси зміни попиту, цін, обсягу продаж, потреб; досліджувати формування рівноваги виробництва і споживання під впливом таких інструментів, як реклама, якість, асортимент;

аналізувати тенденції розвитку сфери виробництва з урахуванням потреб і фінансових можливостей покупців;

в) механізм взаємозв'язку рівноваги національного і світового споживчого ринку, що дозволяє: встановлювати і розвивати стійкі відносини з країнами світового ринку; використовувати інвестиційний потенціал країн для потреб національного ринку; диверсифікувати форми міжнародних економічних зв'язків; сприяти створенню системи просування товарів; формувати умови для взаємопроникнення різних культур і традицій споживання;

г) механізм захисту внутрішнього споживчого ринку, завдяки чому можна формувати ефективне конкурентне середовище на споживчому ринку; стимулювати розвиток вітчизняних виробників; захищати внутрішній споживчий ринок від імпортової недоброякісної продукції; формувати патріотизм споживання вітчизняної продукції;

д) маркетинговий механізм регулювання споживчого ринку, який забезпечує: динамічну рівновагу між виробництвом і споживанням; задоволення попиту споживачів; погодженість маркетингової діяльності всіх суб'єктів споживчого ринку у сфері товарної, цінової політики, товароруку і комунікацій;

е) механізм циклічного розвитку споживчого ринку, який дає змогу шляхом взаємовпливу виділених факторів на кожній стадії розвитку споживчого ринку оптимізувати циклічну природу ринку.

8. Споживчий ринок представлено у вигляді складної динамічної системи. Розглянуто модель виявлення можливих впливів на основі визначення мети управління. Показано, що вирішення цієї задачі на основі тільки математичного моделювання в даний час не уявляється можливим. Тому пропонується сформувати комп'ютерну систему обґрунтування раціональних управлінських рішень на регіональному рівні як із застосуванням економіко-математичного моделювання, так і за участю групи експертів.

9. Для побудови моделі впливу факторів на споживчий ринок проведено їх класифікацію. При цьому виділено три рівні впливаючих факторів, вони розглядаються як вплив зовнішнього середовища (мегарівень, мезорівень і мікрорівень) і показано взаємодію факторів і ринків різних рівнів.

10. Показано складні залежності, що виникають при деталізації економічних факторів, до яких віднесено рівень конкуренції, баланс імпорту і експорту, вироблення якісної продукції і її частка, рівень цін. Як приклад узяті виробнича система і система ціноутворення. Побудована модель показує, що класична економічна рівновага є окремим випадком рівноваги, який виникає при недосконалій конкуренції, і що ефективність виробництва товарів і послуг може досягатися не тільки за рахунок свободи цін, але й більшою мірою в результаті середньо- і довгострокових процесів розподілу інвестицій, що залежать від прибутковості

різних видів виробництва. Таким чином, однією із найбільш ефективних дій на фактори, що впливають, є перерозподіл інвестиційних ресурсів і вплив на політику ціноутворення.

11. Запропонований автором інтегрований показник впливу факторів на стан споживчого ринку дозволяє визначити ефективність стратегії його регулювання, а також можливості коригування. Це дозволило розробити комп'ютерну програму моделювання впливу на окремі фактори для аналізу тенденцій зміни інтегрованого показника.

## **СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ**

### **Монографії**

1. Азарян Е.М. Потребительский рынок: становление и развитие. – Донецк: ИЭП НАН Украины, 2002. – 304 с. (*Рецензію на монографію надруковано в журналі "Економіка України". -2002. - № 11. - С. 87 – 88*).

2. Азарян О.М. Світові тенденції та споживчі потреби ринку мийних косметико-гігієнічних засобів // Товари хімічної промисловості на ринку України. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2002. – С. 42-60.

3. Азарян О.М., Радкевич Л.А. Развитие рынка кондитерских виробів в Україні: конкурентні аспекти. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2002.-236 с. *Особистий внесок автора: здійснено дослідження ринку кондитерських виробів і запропоновано організаційно-економічний механізм управління ним.*

4. Азарян О.М., Жукова Н.Л. Ринок туристичних послуг: моніторинг та розвиток комплексу маркетингу. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2002. – 241 с. *Особистий внесок автора: розроблено стратегію діяльності фірми, орієнтованої на економічне зростання, моделі оптимізації маркетингової діяльності фірми, що працює на споживчому ринку.*

### **Статті в наукових виданнях**

5. Азарян Е.М. Проблема эффективности функционирования рынка кондитерских товаров // Актуальні науково-методичні проблеми в підготовці спеціалістів вищої кваліфікації для торгівлі і харчування. – Харків: ХДАДТУ. – 1998. – Ч. 2. - С. 154-157.

6. Азарян Е.М. Рынок кондитерских изделий в Украине: реалии и перспективы // Маркетинг и реклама. – 1998. – №6. – С. 18-22.

7. Азарян Е.М. Формирование антикризисной маркетинговой политики производственных предприятий // Проблемы формирования антикризисной политики и механизма банкротства предприятий. – Донецк: ИЭП НАН Украины. – 1998. – С. 215-218.

8. Азарян Е.М. Методология потребностей в их рыночной оптимизации // Маркетинг и реклама. – 1999. – № 7-8. – С. 69-73.

9. Азарян Е.М. Реализация потребности в рыночной экономике // Бизнес-Информ. – 1999. – №15-16. – С. 6-8.
10. Азарян О.М. Аналіз розвитку споживчого ринку України в сучасних умовах // Вісн. ДонДУЕТ. – 1999. – № 3. – С. 126-131.
11. Азарян О.М. Ринкова організація української економіки: потреба і механізм розвитку // Торгівля і ринок України. – Донецьк: ДонДУЕТ. – 1999. – Вип. 9. – Т. 1. – С. 249-255.
12. Азарян О.М. Фактор іраціональності в економічному полі України: суттєвість і закони розвитку // Маркетинг: теорія і практика. - Луганськ: СУДУ. – 1999. – № 3. – С. 49-55.
13. Азарян О.М. Фіскальна політика як засіб впливу на інвестиційні процеси // Вісн. Технологічного ун-ту Поділля. – 1999. – №5. – С. 103-107.
14. Азарян Е.М. Генезис украинского социума: динамизация потребительского рынка // Ekonomiskgs problemas uzņemejdarbogr: Starptautisks augstskolu zinātnisko rakstu krājums. – R.: RTU. – 2000. – С. 108-112.
15. Азарян Е.М. Глобальные рынки XXI столетия: перспективы Украины // Прометей: Региональный сб. науч. тр. по экономике. – Донецк: Юго-Восток. – 2000. – № 1(2). – С. 125-128.
16. Азарян О.М. Маркетинг в XXI столітті // Торгівля і ринок України. - Донецьк: ДонДУЕТ. – 2000. – Вип. 11. – Т. 1. – С. 10-14.
17. Азарян О.М. Споживче товариство США: уроки для України // Торгівля і ринок України. - Донецьк: ДонДУЕТ. – 2000. – Вип. 10. – Т. 1. – С. 23-29.
18. Азарян О.М. Ефективне функціонування споживчого ринку: параметри та умови // Торгівля і ринок України. - Донецьк: ДонДУЕТ. – 2001. – Вип. 12. – Т. 3. – С. 13-17.
19. Азарян Е.М. Кризис потребительского рынка Украины // Культура народов Причерноморья. – Симферополь: СГУ. – 2001. – № 24. – С. 29-33.
20. Азарян Е.М. Некоторые проблемы формирования рыночных отношений на Украине // Финансовый рынок и кредитно-банковская система России: проблемы регулирования и функционирования. – СПб, 2001. – С. 180-182.
21. Азарян Е. М. Концепция человеческого развития и потребительский рынок // Культура народов Причерноморья. - Симферополь: СГУ. - 2001. - № 31. – С. 45 – 48.
22. Азарян Е.М. Концепция управления потребительским рынком на основе организационно-экономического механизма управления // Вісн. Донецького ун-ту. Серія В. Економіка і право. – 2002. – № 2-1. – С. 128-133.
23. Филькевич И.А., Азарян Е.М. Украина–Беларусь: становление потребительских рынков // Вестн. Белорус. гос. экон. ун-та. – 2002. – №1. – С. 49-52. *Особистий внесок автора:*

проаналізовано характерні тенденції, притаманні в однаковому ступені Україні та Білорусі в становленні і розвитку споживчого ринку.

24. Азарян О.М. Трансформація споживчого ринку України в сучасних умовах // Схід. – 2002. – №4 (47). – С. 13-16.

25. Азарян Е.М. Модели управления потребительским рынком в различных условиях внешней среды // Економіка: проблеми теорії та практики. – Дніпропетровськ: ДНУ. – 2002. – Вип. 138. – С. 85-95.

26. Азарян Е.М. Глобализация в контексте маркетинга // Прометей: Региональный сб. науч. тр. по экономике. – Донецк: Юго-Восток. – 2002. – № 1(7). – С. 309-312.

### **Тези доповідей, матеріали наукових конференцій**

27. Азарян Е.М. Проблематичность международного маркетинга в Украине // Маркетинг: теория і практика: Матеріали III Міжнар. наук.-практ. конф. (19-22 трав. 1999 р.). – Київ-Ялта: КНЕУ. – 1999. – С. 5-6.

28. Азарян Е.М. Факторинговый анализ потребности организации в формировании и развитии стратегии // Матеріали Міжнар. наук. конф. "Проблеми теорії і практики становлення соціально-орієнтованої ринкової економіки" (17-19 листоп. 1999 р.). – Харків: ХДАДТУ. – 1999. – С. 256-258.

29. Криковцева Н.О., Азарян О.М. Дослідження місцевого ринку молокопродуктів // Матеріали Міжнар. наук. конф. "Проблеми теорії і практики становлення соціально-орієнтованої ринкової економіки" (17-19 листоп. 1999 р.). – Харків: ХДАДТУ. – 1999. – С. 255-256. *Особистий внесок автора:* досліджена ситуація на місцевому ринку молокопродуктів, виявлені тенденції її розвитку, запропоновані заходи щодо її покращення.

30. Азарян Е.М. Роль маркетинга в стратегии развития торговли // Стратегия управления социально-экономическим развитием региона на период до 2010 года (Донецкая область – 2010): Материалы региональной науч.-практ. конф.(Донецк, 28-30 сент. 1999 г.). – Донецк: ИЭПИ НАН Украины, Юго-Восток. – 1999. – С. 56-60.

31. Азарян Е.М. На рубеже веков: украинские реалии и западноевропейские уроки // Материалы III Междунар. науч. конф. молодых ученых-экономистов "Экономика третьего тысячелетия". – Т. 1: Макроэкономика: проблемы, тенденции, перспективы. – Донецк: ДонГТУ, ИЭП НАН Украины, ИЭПИ НАН Украины.– 2000. – С. 3-4.

32. Азарян О.М. Особливості формування навколишнього середовища та основні задачі міжнародного маркетингу // Маркетинг: теорія і практика: Тези доп. IV Міжнар. конф. (Ялта, 24-27 трав. 2000 р.). – Луганськ: СУДУ.- 2000. – С. 23-24.

33. Азарян О.М. Функціональна характеристика моделей споживчого ринку // Економічна теорія: сучасна парадигма та її еволюція на порозі ХХІ століття: Матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (1-2 бер. 2000 р.). – К.: КНЕУ. – 2000. – Ч. 3. – С. 45-49.

34. Азарян О.М. Передумови глобалізації ринкових відносин // Матеріали Міжнар. конф. "Глобалізація економіки: нові можливості чи загроза людству?" (21-22 бер. 2001 р.). – Донецьк: ДУЕТ. – 2001. – Т. 1. – С. 86-88.

35. Азарян Е.М. Потребительский рынок: взаимосвязь производства, потребления и развития розничной торговли // Материалы Междунар. науч.-практ. конф. "Потребительский рынок: качество и безопасность товаров и услуг" (Орел, 18-21 дек. 2001 г.). – Орел: ОрелГТУ. – 2001. – Т. 2. – С. 98-101.

36. Азарян Е.М., Жукова Н.Л. Анализ подходов к классификации туристического продукта // Менеджмент та маркетинг: досягнення і перспективи: Матеріали ІХ Всеукр. наук.-практ. конф. (13 бер. 2002 р.). – К.: ІВЦ "Політехніка". – 2002. – С. 6-7. *Особистий внесок автора*: проаналізований ряд підходів до класифікації туристичного продукту за цілями споживання.

37. Азарян Е. М. Формирование механизма равновесия национального и мирового потребительских рынков // Теорія і практика перебудови економіки: Матеріали ІІІ Міжнар. наук.-практ. конф. (25–27 листоп. 2002 р.). – Черкаси: УДТУ. – 2002. – С. 32 – 35.

### Періодичні видання

38. Азарян Е.М. Роль международной торговли в развитии экономики страны // Предпринимательство: проблемы и решения. – Донецк: Кассиопея. – 1998. – С. 118-121.

39. Сальников А.Н., Азарян Е.М. Зачем нам ОПР? Оптовые продовольственные рынки как важнейший элемент инфраструктуры потребительского рынка // Негоциант. – 2001. – №34. – С. 7. *Особистий внесок автора*: досліджені причини дисбалансу діяльності оптових продовольчих ринків та шляхи вдосконалення їх діяльності.

40. Азарян Е.М., Радкевич Л.А. Мерчендайзинг – модное слово или действенный инструмент эффективной торговли? // Оборудование. – 2001. – №3. – С. 6-9. *Особистий внесок автора*: досліджено шляхи оптимізації просування товарів у роздрібну торгівлю як складову частину функціонування споживчого ринку.

41. Азарян Е.М., Радкевич Л.А. Маркетинговые аспекты выбора месторасположения торговых предприятий и профиля их деятельности // Оборудование. – 2002. – №1. – С. 6-7. *Особистий внесок автора*: розроблено шляхи розміщення торговельних підприємств і вдосконалення профілю їх діяльності в контексті підвищення ефективності дії ринкового механізму.



### Навчальні посібники

42. Азарян Е.М. Международный маркетинг: Учеб.-практ. пособие. – К.: ИСМО МОН Украины, НВФ "Студцентр", 1998.– 200 с.
43. Маркетинг: принципи та функції: Навч. посібник для вищих навчальних закладів.–2–е вид., перероб. і доп. /За ред. О. М. Азарян. – К.: НМЦВО МОН України, НВФ "Студцентр", 2001.–320 с.
44. Азарян О.М. Функції елементів інфраструктури та їх особливості в економічних умовах, що склалися // Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник / Під ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Сороки. – К.: НМЦВО МОН України, НВФ "Студцентр", 2002. – С. 34-50. – (Розд. 1.3).
45. Азарян О.М. Споживчий ринок України: стан та перспективи розвитку // Інфраструктура товарного ринку: Навч. посібник / Під ред. д-ра екон. наук, проф. І.В. Сороки. – К.: НМЦВО МОН України, НВФ "Студцентр", 2002. – С. 265-290. – (Розд. 4.1).
46. Азарян О.М. Сутність і завдання промислового маркетингу // Промисловий маркетинг: Навч. посібник / Під ред. О.О. Шубіна. – К.: НМЦВО МОН України, НВФ "Студцентр", 2002. – С. 7-37. – (Розд. 1.1).

### АНОТАЦІЯ

**Азарян О.М. Організаційно-економічний механізм функціонування і регулювання споживчого ринку. – Рукопис.**

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.02.03. – Організація управління, планування і регулювання економіки. – Інститут економіки промисловості НАН України, Донецьк, 2003.

У дисертаційній роботі розроблено нову концепцію механізму функціонування і регулювання споживчого ринку у сформованих соціально-економічних умовах. Визначено вплив процесів споживання на динаміку розвитку ринкового господарства. Доповнено понятійно-категоріальний апарат економічної науки новим трактуванням поняття "споживчий ринок". Виявлено основні тенденції розвитку сучасної світової економіки. Визначено місце і роль споживчого ринку у глобальній світогосподарській системі. Доведено, що розвиток споживчого ринку в Україні має свої особливості, які пов'язані із кризовими явищами й інтеграцією держави в міжнародний ринковий простір. Розроблено організаційно-економічний

механізм регулювання споживчого ринку на основі виявлення взаємодії структурних одиниць. Запропоновано моделі з реформування споживчого ринку, до складу яких входять: модель споживчого ринку як динамічної системи, модель впливу означених факторів на споживчий ринок і модель впливу на ці фактори з метою регулювання споживчого ринку. Основні результати дослідження використовуються у практиці роботи торговельних підприємств для підвищення ефективності їхньої діяльності на основі вдосконалення обмінних процесів і виведення їх із кризового стану, а також як методологічна основа діяльності управлінських структур із розвитку споживчого ринку.

*Ключові слова:* організаційно-економічний механізм, споживчий ринок, функціонування і регулювання, глобальна система, реформування.

## АННОТАЦІЯ

**Азарян Е. М. Организационно-экономический механизм функционирования и регулирования потребительского рынка. – Рукопись.**

Диссертация на соискание научной степени доктора экономических наук по специальности 08.02.03. – Организация управления, планирование и регулирование экономики. – Институт экономики промышленности НАН Украины, Донецк, 2003.

В диссертационной работе разработана новая концепция функционирования и регулирования механизма потребительского рынка в сложившихся социально – экономических условиях.

Определено влияние процессов потребления на динамику развития рыночного хозяйства. Проведен анализ отношений собственности как фактора зарождения обменных процессов, формирующих основу действия рыночного механизма. Описан значительный исторический путь развития потребительского рынка от IV тысячелетия до нашей эры до настоящего времени. Исследованы организационные предпосылки возникновения рыночной среды, становления и развития автаркических методов управления экономикой и категория экономической свободы в обменных отношениях.

Дополнен понятийно-категориальный аппарат экономической науки новой трактовкой понятия "потребительский рынок". В связи с тем, что существующие подходы не отражают основополагающее значение потребностей в процессе формирующегося потребительского рынка, дано авторское его определение как системы экономических взаимоотношений, реализующихся посредством экономических потребностей и выражающихся через спрос, предложение и цену.

Выявлены основные тенденции развития современной мировой экономики. Определены место и роль потребительского рынка в глобальной мирохозяйственной системе. Проведен анализ исторического среза развития обменных процессов, составляющих основу постижения рыночных закономерностей функционирования общества на любой стадии его развития. Сформировано понятие потребительского рынка как экономической модели, с помощью которой могут быть исследованы не только источники обменных форм проявления рынка, но и природа возникновения отдельных его разновидностей.

Доказано, что развитие потребительского рынка в Украине имеет свои особенности, связанные с кризисными явлениями и интеграцией государства в международное рыночное пространство. С точки зрения основных элементов рыночного механизма рассмотрена ситуация, сложившаяся к концу 90 – х годов на рынке товаров и услуг в Украине. Отмечено, что в ее состоянии наблюдался ряд моментов, не вписывающихся в общепринятые схемы классического развития экономики. Систематизированы особенности, присущие развитию обменных процессов и потребительского рынка в Украине, к которым причислены: вопросы ценообразования; несоответствие развития экономических процессов в Украине общепринятым классическим; чрезмерная деформированность механизма спроса и предложения; придание экономическим отношениям цивилизованного характера посредством формирования конкурентной среды; борьба с дефицитом товарной массы, приведшая на практике к образованию дефицита денежных средств.

Разработан организационно-экономический механизм регулирования потребительского рынка на основе выявления взаимодействия структурных единиц, в качестве которых предложены: механизм формирования и удовлетворения потребностей; механизм равновесия между производством и потреблением; механизм равновесия национального и мирового потребительских рынков; механизм управления потребительским рынком; механизм циклического развития потребительского рынка.

Выявлены основные тенденции развития экономики Украины на основе анализа системы макроэкономических показателей за период 1990 – 2000 гг. и их влияние на сферу личного потребления. Определены процессы потребления и структурированы потребительские стимулы в условиях кризисного состояния потребительского рынка Украины, глубоких диспропорций в развитии экономики, социальной сферы с учетом наметившихся тенденций к стабилизации.

Обоснована необходимость применения системы диагностики состояния потребительского рынка на общегосударственном и региональном уровнях, базирующихся на расчете индексов его развития. Предложено введение индекса развития потребительского рынка в систему определения индекса человеческого развития для ее расширения.

Предложены модели по реформированию потребительского рынка, к которым можно отнести: модель потребительского рынка как динамической системы, модель влияния выявленных факторов на потребительский рынок и модель воздействия на эти факторы с целью регулирования потребительского рынка.

Основные результаты исследования используются в практике работы торговых организаций для повышения эффективности их деятельности на основе совершенствования обменных процессов и вывода их из кризисного состояния, а также в качестве методологической основы деятельности управляющих структур по развитию потребительского рынка.

*Ключевые слова:* организационно-экономический механизм, потребительский рынок, функционирование и регулирование, глобальная система, реформирование.

## SUMMARY

**Azaryan O.M. The organization and economic mechanism of functioning and regulation of the consumer market. - Manuscript.**

Thesis for a Doctor's degree in economic sciences in specialty 08.02.03. - Organization of Management, Planning and Regulation of Economy. - Institute of Industrial Economics under NAS of Ukraine, Donetsk, 2003.

In the work a new concept of the mechanism of functioning and regulation of the consumer market under social and economic conditions is grounded and applied. The influence of processes of consumption on dynamics of development of market facilities is determined. The conceptual and categorial apparatus of the economic science is expanded through adding the treatment of the concept "consumer market". The basic tendencies in development of modern global economy are revealed. The place and role of the consumer market in a global economic system is determined. It is proved that the development of the consumer market in Ukraine has its specific features connected with the crisis phenomena and integration of the state into the international market space. The organization-economic mechanism of regulation of the consumer market is developed on the basis of revealing the interactions of structural units. The system of models on reforming the consumer market is offered which includes the model of the consumer market as a dynamic system, the model of influence of the factors on the consumer market, the model of influence on these factors with the purpose of regulation of the consumer market. The basic results of the research are used in practical of work of trade enterprises to increase their efficiency on the basis of perfection of exchange processes and to overcome a crisis state, and also as a methodological basis for activities of managing structures aimed at development of the consumer market.

*Key words:* organization and economic mechanism, consumer market, functioning and regulation, a global system, reforming.

---

Підп. до друку 12.03.2003. Формат 60x90/24. Папір друк. №3. Офс. друк.  
Обл. - вид. арк. 1,9. Тираж 100 прим. Замовлення № 717.  
Інститут економіки промисловості НАН України.  
83048, Донецьк, Університетська, 77.  
Ротапринт ІЕП НАН України.