

DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2018-19-6>

УДК 330.101

Основні підходи до змістовного наповнення категорії «ринок»

Шадура-Никипорець Н.Т.кандидат економічних наук,
доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Чернігівського національного технологічного університету**Мініна О.В.**кандидат економічних наук,
доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки
Чернігівського національного технологічного університету

Статтю присвячено дослідженню основних теоретичних підходів до змістовного наповнення категорії «ринок» та їх історико-логічної трансформації. Ринок як одна з базових економічних категорій носить історичний характер, тобто відповідає певним умовам та етапу суспільного розвитку, і, відповідно, її зміст та сутність характеризуються послідовною зміною та модифікацією підходів. Установлено, що найбільш поширеними є просторовий, політекономічний, системний, інституціональний, відтворювальний та інфраструктурний підходи.

Ключові слова: ринок, підхід, ринковий механізм, категорія, ринкові відносини, сфера обігу.

Шадура-Никипорець Н.Т., Мініна О.В. ОСНОВНЫЕ ПОДХОДЫ К СОДЕРЖАТЕЛЬНОМУ НАПОЛНЕНИЮ КАТЕГОРИИ «РЫНОК»

Статья посвящена исследованию основных теоретических подходов к содержательному наполнению категории «рынок» и их историко-логической трансформации. Рынок как одна из базовых экономических категорий носит исторический характер, то есть соответствует определенным условиям и этапам общественного развития, и, соответственно, ее содержание и сущность характеризуются последовательной сменой и модификацией подходов. Установлено, что наиболее распространены являются пространственный, политэкономический, системный, институциональный, воспроизводственный и инфраструктурный подходы.

Ключевые слова: рынок, подход, рыночный механизм, категория, рыночные отношения, сфера обращения.

Shadura-Nykyropets N.T., Minina O.V. BASIC APPROACHES TO CONTENT CATEGORY «MARKET»

The article is devoted to the study of the essence of the main theoretical approaches to the content content of the market category and their historical and logical transformation. The market, as one of the basic economic categories, has a historical character, that is, it corresponds to certain conditions and a stage of social development, and, accordingly, its content and essence are characterized by a consistent change and modification of approaches. It is established that the most widespread are spatial, polytechnical, systemic, institutional, reproductive and infrastructural approaches.

Keywords: market, approach, market mechanism, category, market relations, sphere of circulation.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних наукових теоретико-практичних розробках використання терміну «ринок» є поширеним та звичним явищем. Ця категорія знайшла широке застосування як у базових економічних (мікроекономіка, макроекономіка), так і прикладних дисциплінах (маркетинг, регіональна економіка, міжнародна економіка тощо). Зазвичай дослідники, використовуючи поняття ринку, не акцентують на його сутності, зміщуючи пріоритети у трактуванні на об'єктну характеристику, тобто розглядаючи ринок праці, споживчий ринок, регіональний ринок і т. п. За такого підходу зміст саме категорії «ринок» дещо ніве-

люється, сприймається як загальновідома істина чи аксіома, котра виконує лише функцію «додатку» до вибраного суб'єкту.

Важливо розуміти, що ринок як одна з базових економічних категорій носить історичний характер, тобто відповідає певним умовам та етапу суспільного розвитку, і, відповідно, її зміст та сутність характеризуються послідовною зміною та модифікацією підходів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У своєму суспільно-історичному розвитку ринок пройшов шлях від конкретного місця, часу та простору, де відбувається прямий обмін двох товарів між виробником і споживачем, до віртуально-умовної, фактично

не обмеженої простором і часом, опосередкованої грошовою формою взаємодії та взаємоузгодження інтересів між продавцями та покупцями.

Вивченню сутності ринку та розкриттю його змісту присвячено численні праці як вітчизняних, так і зарубіжних дослідників, зокрема: В. Базилевича, В. Білика [12], С. Брю [10], Д. Власова [3], А. Гальчинського [4], Е. Долана [5], А. Курно, Д. Ліндсея [5], В. Майна [8], О. Мамалая [13], П. Макаренка [9], К. Макконнелла [10], А. Маршалла [11], Р. Піндайка [14], А. Прилуцького [15], Д. Рубінфельда [14], П. Саблука [12], П. Самуельсона [19] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Розуміння сутності ринку змінювалося у сприйнятті наукової громади одночасно з розвитком суспільних відносин, поширенням товарно-грошового обігу, модифікацією суспільних формацій, способів виробництва та моделей споживацької поведінки. Категорія «ринок» поетапно модифікувала свою сутність від побутового розуміння визначеної території до її сучасного наукового різноаспектного сприйняття. Тому для коректного використання у сфері прикладних досліджень терміна «ринок» важливо з'ясувати домінуючі підходи до розкриття його змісту.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є вивчення сутності основних теоретичних підходів до змістовного наповнення категорії «ринок» та їх історико-логічних трансформацій.

Виклад основного матеріалу дослідження. Прослідкувавши історико-логічний генезис дефініції «ринок», можна виокремити кілька ключових етапів трансформації її змістовного наповнення. Так, початково ринок ототожнювався з визначеною територією, де відбувався обмін, – «площа в містах і селах для торгівлі запасами харчування на волі (на повітрі)» [9]; «певна ринкова площа, на якій велась роздрібна торгівля» [3]. Подібне побутове сприйняття ринку було змінено підходом, в якому акценти перемістилися від території як визначальної риси явища до опису його учасників та відносин. Англійський економіст С.Дж. Девонс із цього приводу відзначає, що «спочатку ринок являв собою публічне місце в місті, де продукти харчування та інші предмети виставлялися на продаж, але потім це слово було узагальнено і почало означати всяку групу людей, котрі вступають у тісні ділові відносини та укладають великі угоди з приводу будь-якого товару» [11].

Російський економіст В.Я. Желєзнов (1869–1933 рр.) у своїх роботах із політичної економії розкриває зміст поняття «ринок» так: «Ринком у звичайній мові прийнято називати місце, на якому відбуваються покупки або продаж товарів. Із погляду ж наукового та соціально-економічного під ринком розуміється сукупність осіб – продавців і покупців, які зустрічаються й обмінюються своїми продуктами» [7].

Д.В. Власов у дослідженні генезису даного поняття [3], спираючись на Оксфордський словник, зазначає, що «вперше термін «ринок» був застосований у 1066 р., коли в нього вкладалося поняття права лорда та державних установ організовувати зустріч осіб для продажу і купівлі» [23]. Таких же поглядів дотримувалися і класики політичної економії А. Сміт та Д. Рікардо, котрі не давали власного трактування поняттю «ринок», а лише розглядали його як відносини продавців та покупців, що засновані на співставленні їх попиту та пропозиції [20].

Подібні позиції відстоюють і сучасні українські та російські економісти-політекономисти [2; 4; 13], котрі визнають ринок як «цілісну систему економічних відносин і зв'язків між покупцями і продавцями, що будуються на основі ринкових цін» [4] чи «сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну, завдяки яким здійснюється реалізація товарної продукції й остаточно визначається суспільний характер утіленої у неї праці» [2].

Подальший розвиток економічної теорії на основі ідей неокласиків акцентував увагу на тому, що між учасниками ринку існують не просто відносини, а формується тісна взаємодія, основним зовнішнім проявом якої є ринкове ціноутворення. Наприклад, французький економіст Антуан-Огюстен Курно (1801–1877 рр.), перу котрого належить перше наукове визначення даної категорії, стверджував, що «ринок – це будь-який район, де відносини покупців і продавців вільні, ціни легко і швидко вирівнюються» [6, с. 235]. Англійський економіст А. Маршалл (1842–1924 рр.) пропонує розглядати ринок «як район, в якому продавці і покупці настільки добре обізнані про справи один одного і настільки обережно діють, що ціни на конкретний товар у межах цього району встановлюються на певному рівні» [11]. Американські економісти Р.С. Піндайк і Д.Л. Рубінфелд, описуючи ринок, характеризують його як «сукупність покупців і продавців, що взаємодіють, у результаті чого з'являється можливість обміну» [14, с. 27].

Наступним висхідним щаблем наукового пошуку стало сприйняття ринку як механізму узгодження інтересів його учасників. Так, автори підручника «Економікс», американські вчені К. Макконнелл і С. Брю, визначають ринок як «механізм, що зводить разом покупців (представників попиту) і продавців (постачальників) окремих товарів і послуг» [10]. Їхню думку продовжує П. Самуельсон. Науковець трактує ринок як механізм, за допомогою якого «...покупці і продавці взаємодіють, щоб визначити ціну і кількість товару» [19], і відзначає, що саме «механізм цін, який, діючи через пропозицію і попит на конкурентних ринках, має на меті вирішення трьох основних проблем економічної організації – що, як і для кого виробляти» [19]. Майже дослівно його тлумачення використовують у своїх роботах Е. Долан та Д. Ліндсей, які розглядають ринок як «...засіб координації виборів «що», «як» і «для кого» виробляти» [5, с. 20], а австрійський економіст Ф. Хайєк (1899–1992 рр.) характеризує ринок як «складний передавальний пристрій (механізм), що дає змогу з найбільшою повнотою й ефективністю використовувати інформацію, розсіяну серед незліченної безлічі індивідуальних агентів» [15].

У подальшому науковому доробку дослідники схильні розмежовувати поняття ринку та ринкового механізму як комплементарні, однак не тотожні категорії, тому трактують сутність ринку з позицій сфери обміну, що узгоджує різновекторні інтереси його учасників. Економісти Радянського Союзу, базуючись на ідеях марксизму, визначали ринок дуже лаконічно: «Ринок – сфера товарного обміну, категорія товарного виробництва» [1, с. 522].

Сучасні вітчизняні дослідники, крім загального сприйняття ринку як сфери обміну товарів, прагнуть надати сутності даної дефініції специфічних рис, концентруючись на відносинах, які тут виникають, процесах або меті її функціонування. Ю.Є. Власьєвич вважає ринок «сферою обміну всередині країни і між країнами, що зв'язують між собою виробників і споживачів продукції» [8].

Відомий український академік П.Т. Саблук, відстоюючи подібну позицію, вказує: «Ринок – це специфічна сфера обміну товарами і послугами, де виникають і реалізуються відносини, пов'язані з процесом купівлі-продажу товарів, їх просуванням від виробника до споживача» [17].

І.А. Рабинович пропонує сприймати ринок «як сукупність соціально-економічних процесів, що відбуваються у сфері обміну, завдяки яким реалізується вартість товарів і узгоджу-

ються інтереси їх виробників і споживачів» [16, с. 83].

Наступним логічно-висхідним етапом розвитку категорії «ринок» виявилось її змістовне наповнення з позицій посередника, котрий формує, визначає й обумовлює спосіб взаємодії його суб'єктів. У такому сприйнятті автори наділяють його рисами системи, структури, сфери діяльності, процесу, етапу чи інституту.

Російські професори В.І. Відяпин та Г.П. Журавльова із цього приводу зазначають: «Незважаючи на важливість сфери обігу, зміст ринку не слід зводити лише до сфери обміну. Поглиблене розуміння категорії «ринок» вимагає врахування його місця у всій системі суспільного відтворення, включаючи виробництво, розподіл, обмін і споживання» [22, с. 81]. Тобто науковці вказують на необхідність розуміння ринку як етапу (елементу) відтворювального процесу, що виступає посередником між його фазами і з'єднує споживачів і виробників. Таку ж позицію підтримують українські науковці Н.Г. Клишко та В.П. Нестеренко: «Кінцевою ланкою суспільного визнання результатів виробництва, середовищем, «атмосферою», у рамках і за допомогою яких відтворюються та панують відносини й зв'язки товарного виробництва, є ринок» [15].

Представники пітерської школи мікроекономіки професори Л.С. Тарасевич, П.І. Гребенніков, О.І. Леусський дають таке визначення: «Ринок – соціально-економічний інститут, що забезпечує продавцям та покупцям можливість вступати в контакт для здійснення взаємовигідних угод» [21, с. 301].

Українські науковці А. Задоя і Ю. Петруня визначають ринок як посередника, тобто «спосіб взаємодії економічних суб'єктів, що базується на цінній системі і конкуренції» [3].

Російський науковець Г.П. Семілетка у монографії «Ринок як орган економіки та маркетингу» розглядає ринок як процес узгодження, «у якому оферент і покупець спільно визначають ціну і кількість товару. При цьому вони вирішують економічні проблеми (що, як і для кого), хоча це не стоїть на передньому плані їхніх міркувань» [18, с. 9].

В.О. Білик, відзначаючи посередницький зміст ринку, описує його як «особливу соціально-економічну структуру, основними функціями якої є обмін продуктами між відособленими товаровиробниками і реалізація зворотного зв'язку між виробництвом і споживанням» [12, с. 139].

Проведені історико-логічні дослідження генезису категорії «ринок» виявили акценту-



Рис. 1. Основні підходи до розкриття змісту категорії «ринок»

вання науковців на різних аспектах даного поняття, що узагальнено можна подати як основні теоретичні підходи (сукупність способів і прийомів у розгляді будь-чого) до змістовного наповнення та розкриття глибинної сутності дефініції «ринок». Найбільшого використання у теорії та практиці дослідження ринку набули такі підходи (рис. 1):

– територіально-просторовий – розглядає ринок із позицій місця, території чи визначеного простору, призначеного для реалізації актів обміну;

– політекономічний – визначає сутність ринку через сукупність економічних відносин (соціально-економічних, загальних і конкретних організаційно-технічних, виробничих), що формуються у процесі купівлі-продажу товарів;

– системний – пропонує розуміти ринок як сукупність елементів, які взаємодіють між собою заради досягнення мети;

– інституціональний – розглядає ринок як механізм або інститут, що забезпечує формування параметрів ринку в процесі взаємодії його учасників;

– відтворювальний – визначає ринок із позицій забезпечення безперервності фаз суспільного виробництва (виробництво, розподіл, обмін і споживання), де на нього покладено роль формування сфери обміну споживчими вартостями;

– інфраструктурний – пропонує розглядати зміст ринку через призму «базис – надбудова», тобто розуміти його як посередника, що забезпечує умови для ефективної реалізації ринковими суб'єктами своїх цілей.

Висновки з цього дослідження. Проведені дослідження виявили наявність широкого кола підходів до змістовного наповнення категорії «ринок» (просторовий, політекономічний, системний, інституціональний, відтворювальний, інфраструктурний), які не суперечать, а скоріше доповнюють та поглиблюють сутність даної багатоаспектної дефініції. Наведений перелік підходів не є повним та вичерпним, адже у сучасному науковому доробку існують й інші підходи (процесний, маркетинговий, галузевий, поведінковий, суб'єктний тощо) та все більшого поширення набуває практика їх комбінованого використання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Большая советская энциклопедия. Т. 37. М.: БСЭ, 1955. 1024 с.
2. Большой экономический словарь / под ред. А.Н. Азрилияна; 3-е изд., стереотип. М.: Институт новой экономики, 1998. 864 с.
3. Власов Д.В. Генезис формування поняття «ринок». Економіка АПК. 2009. № 4. С.121–124.
4. Гальчинський А.С. Суперечності реформ: у контексті цивілізаційного процесу. К.: Українські пропілеї, 2001. 320 с.
5. Долан Э.Дж., Линдсей Д. Рынок: Микроэкономическая модель. СПб., 1992. 496 с.
6. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Т. 3 / редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. К.: Академія, 2002. 952 с.
7. Железнов В.Я. Очерки политической экономии. Библиотека для самообразования; под ред. А.С. Белкина, А.Я. Кизеветтера, проф. М.И. Коновалова и др.; ; 3-е изд. 1905. 831 с.

8. Майн В.В. Етимологічні основи сутності ринку. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. 2013. № 1(56). С. 73–77.
9. Макаренко П.М., Сень О.В. Теоретичні аспекти сутності ринку та його видів. Наукові праці Полтавської державної аграрної академії. 2012. № 1(4). Т. 2. С. 3–21.
10. Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика; пер. с 14-го англ. изд. М.: ИНФРА-М, 2003. 972 с.
11. Маршалл А. Основы экономической науки; пер.с англ. М.: Эксмо, 2007. 832 с.
12. Основи економічної теорії: навч. посіб. / за ред. В.О. Білика, П.Т. Саблука. К.: Інститут аграрної економіки, 1999. 466 с.
13. Основи економічної теорії: підручник / за заг. ред. О.О. Мамалуй. К.: Юрінком Інтер, 2006. 477 с.
14. Піндайк Р.С., Рубінфелд Д.Л. Мікроекономіка; пер. з англ. А. Олійник, Р. Скільський. К.: Основи, 1996. 648 с.
15. Прилуцький А.М. Ринок в системі категорій сучасної економічної теорії. Теоретичні та прикладні питання економіки. 2011. № 25. С. 185–197.
16. Рабинович И.А. Маркетинг в коммерческой деятельности. Одесса: Интмар, 1993. 248 с.
17. Ринок продовольства: проблеми формування і розвитку / за ред. П.Т. Саблука, В.І. Бойка, М.Г. Лобаса. К.: УкрІНТЕІ, 1993. 236 с.
18. Рынок как орган экономики и маркетинг / сост. Г.П. Семилетка. К.: УкрМаркет, 1994. 254 с.
19. Самуельсон П. Экономика; в сокр. пер. с англ. Севастополь: Ахтиар, 1995. 384 с.
20. Супіханов Б.К. Развитие рынков аграрной продукции: монография. К.: ННЦ «Ін-т аграрної економіки», 2009. 538 с.
21. Тарасевич Л.С., Гребенников П.И., Леусский А.И. Микроэкономика. М.: Юрай-Издат, 2003. 375 с.
22. Экономическая теория (политэкономия): учебник / под общ. ред. акад. В.И. Видяпина, акад. Г.П. Журавлевой. М.: ИНФРА-М, 1999. 560 с.
23. Oxford dictionary. Oxford: Clarendon Press, V. VI. 1970. P. 172–173.

REFERENCES:

1. Bol'shaya sovetskaya entsiklopediya. T. 37. – M.: BSE, 1955. – 1024 s.
2. Bol'shoy ekonomicheskij slovar' / Pod red. A.N. Azriliyana. – 3-e izd. stereotip. – M.: Institut novoy ekonomiki, 1998. – 864 s.
3. Vlasov D.V. Henezys formuvannia poniattia «rynok» / D.V. Vlasov // Ekonomika APK. – 2009. – №4. – S.121-124.
4. Halchynskiy A.S. Superechnosti reform: u konteksti tsyvilizatsiinoho protsesu. – K.: Ukrainski propilei, 2001. – 320 s.
5. Dolan E.Dzh. Rynok: Mikroekonomicheskaya model' / E.Dzh. Dolan, D. Lindsey. – S. Pb, 1992. – 496 s.
6. Ekonomichna entsyklopediia: U trokh tomakh. T.3 / Redkol.: S.V. Mochernyi (vidp.red.) ta in. – K.: Vydavnychiy tsentr «Akademiia», 2002. – 952 s.
7. Zheleznov V.Ya. Ocherki politicheskoy ekonomii. 3-e izd // Biblioteka dlya samoobrazovaniya, izd. pod red.: A.S Belkina, A.Ya. Kizevettera, prof. M.I. Konovalova i dr.; 25. – 1905. – 831 s.
8. Main V.V. Etymolohichni osnovy sutnosti rynku / V.V. Main // Naukovyi visnyk Poltavskoho universytetu ekonomiky i torhivli. – 2013. – №1(56). – S.73-77.
9. Makarenko P.M. Teoretychni aspekty sutnosti rynku ta yoho vydiv / P.M. Makarenko, O.V. Sen // Naukovi pratsi Poltavskoi derzhavnoi ahrarnoi akademii. – Poltava: PDAA. – 2012. – №1(4). – T.2. – S.3-21.
10. Makkonel K.R. Ekonomiks: printsipy, problemy i politika /K.R. Makkonel, S.L. Bryu – Per. s 14-go angl. izd. – M.: INFRA-M, 2003. – 972 s.
11. Marshall A.Osnovy ekonomicheskoy nauki: per.s angl. – M.: Eksmo, 2007. – 832s.
12. Osnovy ekonomichnoi teorii: navch. posibnyk / za red. V.O. Bilyka, P.T. Sabluka. – K.: Instytut ahrarnoi ekonomiky, 1999. – 466 s.
13. Osnovy ekonomichnoi teorii: pidruchnyk / za zah. red. O.O. Mamaluia. – K.: Yurinkom Inter. – 2006. – 477 s.
14. Pindaik R.S., Rubinfeld D.L. Mikroekonomika / Pereklaly z anhliskoi A. Oliinyk, R. Skilyskiy. – K.: «Osnovy», 1996. – 648 s.
15. Prylutskiy A.M. Rynok v systemi katehorii suchasnoi ekonomichnoi teorii / A.M. Prylutskiy // Teoretychni ta prykladni pytannia ekonomiky. – K.: Kyivskiy universytet. – 2011. – №25. – S.185-197.
16. Rabinovich I.A. Marketing v kommercheskoy deyatelnosti / I.A. Rabinovich. – Odessa: Intmar, 1993. – 248 s.

17. Rynok prodovolstva: problemy formuvannia i rozvytku / za red. P.T. Sabluka, V.I. Boika, M.H. Lobasa. – K.: UkrINTEI, 1993. – 236 s.
18. Rynok kak organ ekonomiki i marketing / sost. G.P. Semiletka. – K.: UkrMarket, 1994. – 254 s.
19. Samuel'son P Ekonomika: v sokr. per. s angl. – Sevastopol': «Akhtiar», 1995. – 384s.
20. Supikhanov B.K. Rozvytok rynkiv ahrarnoi produktsii: monohrafiia / B.K. Supikhanov. – K.: NNTs «In-t ahrarnoi ekonomiky», 2009. – 538 s.
21. Tarasevich L.S., Grebennikov P.I., Leusskiy A.I. Mikroekonomika. – M.: Yuray-Izdat, 2003. – 375 s.
22. Ekonomicheskaya teoriya (politekonomiya): Uchebnik / Pod obshchey red. akad. V.I. Vidyapina, akad. G.P. Zhuravlevoy. – M.: INFRA-M, 1999. – 560 s.23.
23. Oxford dictionary. – Oxford: Clarendon Press, V. VI. – 1970. – P.172-173.