ПОНЯТТЯ РИНКУ В ЕКОНОМІЧНІЙ ТЕОРІЇ

С. М. Темненко³, старший науковий співробітник

Державний науково-дослідний контрольний інститут ветеринарних препаратів
та кормових добавок,
вул. Донецька, 11, м. Львів, 79019, Україна
sophia.temnenko@scivp.lviv.ua

У статті проаналізовано сутність ринку як економічної категорії. Розглянуто трактування поняття «ринок» класиками економічної думки, а також сучасними вітчизняними та зарубіжними вченими. Прослідковано еволюцію наукових знань щодо глибини розуміння та різниці підходів до тлумачення даної економічної категорії.

Ринок, як економічне явище сформувався як наслідок таких соціально-економічних процесів, як виробництво та обмін. У процесі формування економічно-самостійних суб'єктів господарювання відбувався перехід від прямого товарообміну до більш складних економічних відносин таких, як купівля-продаж. Взаємовідносини між продавцями та покупцями поступово ускладнювались та ставали багаторівневими. В економічній теорії з'являються поняття попиту та пропозиції та виникає основний постулат економічної теорії про «ринок», як головний механізм встановлення оптимальних економічних пропорцій між виробництвом та споживанням.

Відтак, з часом, розуміння «ринку» трансформувалось від вузького трактування як площадки, де відбувається купівля-продаж, до складного механізму, що регулює економічні відносини в процесі виробництва і розподілу ресурсів та суспільних благ.

Аналіз сучасних публікацій показав, що сьогодинішній дискурс щодо природи «ринку» значно розширює семантику поняття. Зокрема, надзвичайно цікавою, на нашу думку, є теза про «ринок» - як сферу реалізації людської свободи, та про людину - як центральний та найважливіший його суб'єкт. У зв'язку з чим, набуває нових аргументів одвічний спір економістів щодо свободи ринку та доцільності втручання держави у взаємовідносини продавців та покупців, виробників та споживачів.

У статті запропоноване більш лаконічне, на наш погляд, визначення ринку, як економічного середовища, що виконує функцію координуючого механізму, де в умовах конкуренції відбувається взаємодія виробників, продавців та споживачів, на основі якої формується загальна рівновага цін.

Ключові слова: РИНОК, ПОПИТ, ПРОПОЗИЦІЯ, ЦІНА, КОНКУРЕНЦІЯ.

CONCEPT «MARKET» IN ECONOMIC THEORY

S. M. Temnenko

State Scientific Research Control Institute of Veterinary Medical Products and Fodder Additives,
11, Donetska str., Lviv, 79019, Ukraine
sophia.temnenko@scivp.lviv.ua

The essence of the market as an economic category was analyzed in the article. Interpretation of the "market" concept by the classics of economic thought as well as by modern domestic and

³Науковий керівник – доктор економічних наук І. Б. Яців

foreign scientists was considered. The evolution of scientific knowledge regarding the depth of understanding and difference of approaches to the interpretation of this economic category was traced.

The market as an economic phenomenon has emerged as a result of such socio-economic processes as production and exchange. In the process of forming economically independent business entities, there was a transition from direct commodity exchange to more complex economic relations, such as buying and selling. The relationship between sellers and buyers gradually became more complex and multilevel. The concepts of supply and demand appear in economic theory, emerges a basic tenet of economics about the market as the main mechanism for establishing optimal proportions between production and consumption.

Thus, over time, the understanding of the "market" has transformed from a narrow interpretation as a platform where purchase and sale takes place to a complex mechanism that regulates economic relations in the process of production and distribution of resources and public goods.

An analysis of modern publications has shown that modern discourse on the nature of the "market" significantly expands the semantics of this concept. In our opinion, the thesis about the "market" - as a sphere of realization of human freedom, and about the person - as central and most important subject of market, is extremely interesting. In this regard, the age-old controversy of economists over the freedom of the market and the expediency of state intervention in the relationship between sellers and buyers, producers and consumers is gaining new arguments.

Often, modern market definitions are rather cumbersome and difficult to understand, therefore we offer a more concise definition of the market as an economic environment, which serves as a coordinating mechanism where producers, sellers and consumers interact in a competitive environment, and as a result of such interaction a general equilibrium of prices is formed.

Keywords: MARKET, DEMAND, SUPPLY, PRICE, COMPETITION.

Економічний розвиток будь-якого суспільства неможливо уявити без розвитку ринкового механізму. Саме тому сучасна економічна думка вважає ринок чи не найбільшим досягненням цивілізації. Загалом, ринок як явище існує вже кілька тисяч років та поступово трансформується від примітивних форм товарообміну до складних та багаторівневих економічних процесів в сфері виробництва та розподілу ресурсів та суспільних благ.

Поняття «ринок», як економічної категорії на сьогодні не має єдиного загальноприйнятого тлумачення. У процесі еволюції наукових знань розуміння цього поняття суттєво змінювалося, змішувалися акценти.

Так, у своїх роботах А. Сміт та Д. Рікардо (засновники сучасної економічної теорії), не надали чіткого тлумачення терміну «ринок», його переважно використовували у контексті ринкового попиту. У той же час, Адам Сміт у своїй фундаментальній праці «Дослідження про природу та причини багатства народів» наводить популярну до сьогодні метафору «невидима рука ринку», у якій він вбачав непередбачену силу, що координує економічну поведінку та узгоджує економічні інтереси усіх членів суспільства (Smith, 1776). Сміт констатує, що чудесна властивість ринку полягає в тому, що він сам себе оберігає. Якщо ціни на товари та деякі види платежів відхиляються від приписаних суспільством рівнів, ринок приводить в рух сили, які повертають їх на цей рівень. Таким чином виникає цікавий парадокс: ринок, який символізує вершину індивідуальної економічної свободи є водночас найпильнішим наглядцем за всіма» (Heilbroner, 2011).

Девід Рікардо, у своїй роботі «Принципи політичної економіки та оподаткування» досліджуючи закономірності економічного розвитку суспільства, відстоював принципи необмеженої вільної конкуренції підприємців та свободи торгівлі (Ricardo, 1821).

Сучасне трактування «ринку» з точки зору мікроекономіки, почало формуватися представниками неокласичної економічної школи у дебатах XIX століття навколо творів

Антуана Августина Курно, Вільяма Стенлі Джевонса, Карла Менгера і Леона Вальраса у період так званої маргінальної революції. Головною темою цих дебатів було протиставлення трудової та суб'єктивної теорій вартості, причому перша асоціювалася із вищезгаданими класиками економічної науки Адамом Смітом та Девідом Рікардо, а також Карлом Марксом.

У своїй роботі «Дослідження математичних принципів теорії багатства», Антуан Огюстен Курно пише: «під терміном «ринок» економісти розуміють не якусь конкретно ринкову площу, на якій купують та продають речі, а в цілому, будь-який район, на якому взаємовідносини покупців і продавців настільки вільні, що ціни на одні й ті самі товари мають тенденцію легко і швидко вирівнюватися» (Cournot, 1897). Примітно те, що у наведеному визначенні, ринок вже розглядається через призму відносини суб'єктів ринку.

Вільям Стенлі Джевонс, який увійшов в історію економічної думки як засновник теорії граничної корисності, у своїй головній роботі «Теорії політичної економії» зауважує: «Спершу ринок представляв собою публічне місце в місті, де харчові продукти та інші предмети виставлялися на продаж, але пізніше цей термін був узагальнений та став означати будь-яку групу людей, які вступають у тісні ділові стосунки та укладають великі угоди з приводу будь-якого товару... Центром ринку є публічна біржа, торгові чи аукціонні зали, де торговці за взаємної згоди зустрічаються та укладають угоди» (Jevons, 1888).

Засновник кембриджської економічної школи Альфред Маршалл у своїй праці «Принципи політичної економії» запропонував власну теорію ціноутворення та обґрунтував принцип ринкової рівноваги. А. Маршалл вважав, що при формуванні ціни, центр уваги з проблеми формування вартості потрібно перенести на вивчення закономірностей взаємодії попиту і пропозиції, що дало змогу створити нову теорію ціни. Пізніше його міркування стали фундаментом для розвитку сучасних теорій попиту і пропозиції та ринкової рівноваги.

А. Маршалл стверджував «Чим більш досконалим є ринок, тим сильнішою є тенденція до того, щоб за одну і ту саму річ платилася однакова ціна у один і той самий час у всіх частинах ринку» (Marshall, 1920).

Американські вчені Кампбелл Р. Макконнел та Стенлі Л. Брю розглядають ринок як «інститут або механізм, який зводить до купи покупців («продавців попиту») і продавців («постачальників») окремих товарів та послуг. Цікаво, що вчені вживають поняття «ринкова система» та «система ціноутворення» як синоніми, зазначаючи, що «Конкуренція є механізмом контролювання, а система ринків та цін відіграє роль основної організуючої сили (McConnell&Brue, 1999).

На думку сучасного класика маркетингу Філіпа Котлера, «ринок – сукупність наявних та потенційних покупців товарів та послуг. Ці покупці мають спільні потреби чи запити, які можуть бути задоволені шляхом обміну» (Kotler et al, 2000). У своїй праці «Маркетингове управління. Аналіз, планування, імплементація та контроль» Котлер уточнює: «економісти розглядають ринок як сукупність покупців і продавців, які здійснюють операції над певним продуктом або групою продуктів, наприклад ринок житла, ринок зерна тощо. У той же час, з точки зору маркетингу, продавці є представниками індустрії (виробництва), а покупці – представниками ринку» (Kotler et al, 1994).

Представник економічної школи неолібералізму, лауреат Нобелівської премії Фрідріх-Август фон Хаяк розумів ринок як «складний підрядний пристрій, що дозволяє із найбільшою повнотою та ефективністю використовувати інформацію, розсіяну серед безлічі індивідуальних агентів». Хаяк цілком справедливо розглядає ринок не як винахід людини, і не як інструмент оптимального і справедливого розподілу ресурсів, а як «спонтанний економічний порядок», за якого природнім шляхом та без втручання держави досягається більш ефективне розміщення суспільних ресурсів, ніж цього можна було б досягти будь-яким іншим способом (Hayek, 2007). Як бачимо, таке сприйняття цілком перегукується із метафорою «невидимої руки» якою А. Сміт позначав регулюючу функцію вільного ринку.

У той же час Карл Поланї стверджує, що сьогодні ринок захопив контроль над економічною системою, яка у свою чергу впливає на всю організацію суспільства. Він каже: «...економіка не вкорінена у соціальних відносинах, натомість соціальні відносини вкорінені у економічній системі». Науковець критикує саморегулюючу ринкову систему, він описує її як «утопічне прагнення економічного лібералізму», який у свою чергу готовий прийняти всі соціальні наслідки економічного прогресу, незалежно від їхнього характеру (Polanyi, 2010).

Натомість Р. Родовскі зауважує: «Ринок – це багатогранне явище. Це сфера, де реалізується людська свобода. Ринок одночасно є благом людини і для людини. Через те, що люди також використовують свободу для вчинення морально неправильних вчинків, ринок необхідно регулювати (обмежуючи певні свободи) заради захисту людини і суспільства в цілому. Свобода – це цінне людське благо, тому першочергово необхідно захищати свободу особистості, а лише після цього – свободу ринку. Якщо свобода ринку загрожує свободі людини, доцільно обмежити свободу ринку. Тому необхідно давати визначення ринку з акцентом на людину, як найважливішого суб'єкту ринку. Це дозволить трактувати ринок (ринкову свободу) не як абсолютне добро, а як інструментальне добро, спрямоване на благо людини» (Rogowski, 2014).

Таким чином ми бачимо як змінювалася світова наукова думка. Зокрема від первісного тлумачення «ринку», як місця де здійснюється продаж товарів до «ринку», як сфери реалізації людської свободи.

Слід зазначити, що українські вчені завжди активно долучались до розвитку світової економічної теорії. У цьому контексті не можна не згадати найбільш яскраву постать української економічної науки Михайла Івановича Туган-Барановського. У своїй праці «Промислові кризи в сучасній Англії, їх причини і близький вплив на народне життя», досліджуючи причини промислових криз, науковець дійшов висновку, що саме ринок керує виробництвом а не виробництво ринком (Tuhan-Baranovskii, 1894). Вчений розглядав економічну кризу як важливий механізм саморегулювання капіталізму, який доводить його здатність безперервного розвитку. Туган-Барановський сповідував ідею «етичного соціалізму», який, на його думку, має прийти на зміну капіталістичному укладу.

Засновник київської економічної школи, прихильник неокласичної теорії Микола Християнович Бунге та його наступники Дмитро Іванович Піхно, Афіноген Якович Антонович, Олександр Дмитрович Білімович, Євген Євгенович Слуцький розвивали ідеї австрійської школи граничної корисності, розглядали приватну власність на засоби виробництва як головну умову економічного прогресу, визнавали важливу роль ринку та конкуренції.

Сучасна вітчизняна економічна література наводить різні трактування категорії «ринок». В. Д. Базилевич розглядає ринок як «систему економічних відносин, пов'язаних з обміном товарів та послуг на основі широкого використання різноманітних форм власності, товарно-грошових і фінансово-кредитних механізмів» (Bazylevych, 2007).

Значно більш ёмко описує ринок З. Г. Ватаманюк. На його думку, ринок це «певний особливий механізм координації намірів (планів) та дій виробників і споживачів певного блага, завдяки якому між ними відбувається узгодження». Автор наголошує: «Ринок існує лише тоді, коли люди мають в господарюванні широкий діапазон свободи. Ринок – це механізм взаємодії вільних людей» (Vatamaniuk, 2005).

Яців І. Б. та Яців С. Ф. у своїй роботі «Регіональний ринок м'яса: ефективне функціонування і перспективи розвитку» приводять влучне тлумачення ринку товару як «системи взаємовідносин між виробниками (продавцями) і споживачами товару, яка визначає сферу його обігу» (Yatsiv&Yatsiv, 2008).

Слід зазначити, що для того, щоб ринок міг функціонувати як самостійна система необхідний ряд вихідних факторів та умов. Так, на думку В.А. Передборського (Predborskiy,

2003), головними умовами для формування, ефективного функціонування та подальшого розвитку ринку є:

- 1) наявність у суспільстві плюралізму форм власності, в тому числі обов'язково приватної;
- 2) рівність всіх форм власності перед законом і однакову їх захищеність;
- 3) свободу підприємництва;
- 4) свободу вибору, тобто свободу власника ресурсів (виробника) розпоряджатися ними, а споживача — власника грошей — вільно купувати товари (послуги), які він вважає доцільними для задоволення своїх потреб;
- 5) наявність особистого інтересу, який є рушійною силою ринку і спрямований на те, щоб виробник мав змогу мінімізувати витрати, максимізувати прибуток, а споживач — придбати певний товар (послугу) за найнижчою ціною, саме завдяки особистому інтересу виробники і споживачі реалізують свій вільний вибір;
- 6) впровадження механізму конкуренції, що означає, по-перше, наявність на ринку великої кількості незалежних продавців і покупців будь-якого продукту або ресурсу, по-друге, конкуренція означає також свободу для покупців і продавців виходити на ті чи інші ринки і покидати їх;
- 7) постійний і досить жорсткий контроль з боку держави за процесом монополізації виробництва та обігу, неухильне вживання антимонопольних заходів;
- 8) здійснення регулювання тих сфер життєдіяльності суспільства, які виходять за межі можливостей окремих (навіть найбільш потужних) суб'єктів підприємницької діяльності — структурна, інвестиційна, кредитна, соціальна політика, грошовий обіг, оподаткування, охорона навколишнього середовища та ін.;
- 9) наявність розвинутої структури та інфраструктури ринку;
- 10) створення досить надійної та відрегульованої системи правового захисту ринкових відносин.

ВИСНОВКИ

1. Таким чином, ми бачимо трансформацію сприйняття поняття «ринку» від його первісного тлумачення, як місця де здійснюється продаж товарів, до «ринку», як системи економічних відносин, пов'язаних із виробництвом, споживанням, обігом та розподілом економічних благ. Сучасне сприйняття ринку уособлює в собі такі базові поняття економіки як приватна власність, конкуренція, підприємництво, ціноутворення та інші. Саме тому більшість науковців визнають ринок одним з найважливіших досягнень цивілізації.

2. На підставі проведеного аналізу можна резюмувати, що через складність та багаторівневність понять, більшість сучасних тлумачень ринку є досить громіздкими та важкими для сприйняття. Тому пропонуємо більш лаконічне тлумачення ринку як економічного середовища, що виконує функцію координуючого механізму, де в умовах конкуренції відбувається взаємодія виробників, продавців та споживачів, на основі якої формується загальна рівновага цін.

Перспективи досліджень. Наше дослідження спрямоване на вивчення ринку кормових добавок в Україні. В рамках його виконання, планується обґрунтувати сутність сучасного ринку кормових добавок, його складові та місце в системі товарних ринків; виявити особливості формування вітчизняного ринку кормових добавок, його інфраструктури та конкурентних відносин; визначити основні принципи державного регулювання і стратегічні напрями розвитку ринку кормових добавок.

References

- Bazylevych, V.D. (2007). *Ekonomichna teoriia. Politekonomiia. Pidruchnyk*. 6-e vyd., pererob. i dop. Znannia-Pres: Kyiv. 719. [In Ukrainian].
- Cournot Antoine Augustin. (1897). *Researches Into the Mathematical Principles of the Theory of Wealth*. Translated by Nathaniel T. Bacon with A Bibliography of Mathematical Economics by Irving Fisher: New York. The Macmillan Company. London: Macmillan & Co., Ltd. 213.
- Hayek, F.A. (1992). *Pagubnaja samonadejannost'. Oshibki socializma*, editirs, U.U. Bartli III. Per. s angl. Novosti, Catallaxy: Moskwa. 304. [In Russian].
- Heilbroner, R. (2011). *Filosofy ot mira sego. Velikie jekonomicheskie mysliteli: ih zhizn', jepoha i idei*. Per. s angl. I. Fajbisovicha. Astrel'. Corpus. 431. [In Russian].
- Jevons Stanley William. (1888). *The Theory of Political Economy*. Third Edition. 1871. Macmilland and Co.: London and New York. 296.
- Kotler, Ph. (1994). *Marketing Management. Analysis, Planning, Implementation, and Control*. Eighth edition. Prentice-Hall International, Inc. 801.
- Kotler, Philip, Armstrong, Gary, Saunders, John, Wong, Veronica. (2000). *Osnovy marketinga: Uchebnoe posobie*. per. s ang. 2-e evropejskoe izdanie. Moskwa. Sankt-Peterburg. Kiev. 2000. 944. [In Russian].
- Marshall, Alfred. (1920). *Principles of Economics*. 8th ed. 1890. Macmillan and Co.: London. 731.
- McConnell Campbell, R. & Brue Stenli, L.. *Tiania Panchyshyna*. (1997). *Analychna ekonomii. Pryntsypy, problemy i polityka. Chastyna I. Makroekonomika*. per z anhl. Tian Panchyshyn, Ostap Vatamaniuk.. *Kerivnyk proektu Zinovii Vatamaniuk*. Prosvita: Lviv. 671. [In Ukrainian].
- Polanyi, K. (2010). *Wielka transformacja*. Wydawnictwo Naukowe PWN: Warszawa; 2010. 155–157. [In Polish].
- Predborskiy, V.A. (2003). *Ekonomichna teoriia*. Kondor: Kyiv. 492p. [In Ukrainian].
- Ricardo, David. (2001). *On the Principles of Political Economy and Taxation*. Third edition 1821. Batoche Books. Kitchener. 333.
- Rogowski, Robert. (2014). *Moralność a rynek. Propozycja nowej definicji rynku*. *Magazyn Annales. Etyka w życiu gospodarczym*. Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego [Internet] .vol. 17, nr 3. 19-30. Available from: http://www.annalesonline.uni.lodz.pl/archiwum/2014/2014_3_rogowski_19_30.pdf. [In Polish].
- Smith, Adam, editors. (1776). *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations: Books I, II, III, IV*. MetaLibri Digital Library: London; 2007. 743.
- Tuhan-Baranovskii, M.Y. (1894). *Promyshlennye kryzysy v sovremennoi Anhlii, ykh prychyny i vliianie na narodnuu zhyzn*. Typohrafiia N.Y. Skorokhodova : S.Peterburh.. 512. [In Russian].
- Vatamaniuk, Z. H. (2005). *Vstup do ekonomichnoi teorii. Kurs leksii. Vydannia druhe, dopovnene*. «Novyi Svit – 200»: Lviv; 408. [In Ukrainian].
- Yatsiv, I.B., Yatsiv, S.F. (2008). *Rehionalnyi rynek miasa: efektyvne funktsionuvannia i perspektyvy rozvytku*. Monohrafiia. Lviv, 184. [In Ukrainian].