

**Т.Б. Кушнір**, канд. екон. наук

## **СУЧАСНИЙ ПОГЛЯД НА ТОРГОВЕЛЬНУ ІНФРАСТРУКТУРУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ**

*Розглянуто еволюцію поглядів на економічну сутність понять «споживчий ринок» та «торговельна інфраструктура», зроблено спробу представити торговельну інфраструктуру споживчого ринку як цілісну сукупність суб'єктів торговельно-посередницької діяльності на споживчому ринку, їх взаємодії в інституційній площині функціонування та розвитку в континуумі торговельного простору.*

*Рассмотрена эволюция взглядов на экономическую сущность понятий «потребительский рынок» и «торговая инфраструктура», предпринята попытка представить торговую инфраструктуру потребительского рынка как целостную совокупность субъектов торгово-посреднической деятельности на потребительском рынке, их взаимодействия в институциональной плоскости функционирования и развития в континууме торгового пространства.*

*Considered the evolution of views on the the economic substance of the concepts of "consumer market" and "trading infrastructure", an attempted to introduce a trading infrastructure of the consumer market as an integrated set of subjects trade and intermediary activity of the consumer market, their interaction in the plane of the institutional operation and development of a continuum of commercial space.*

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Споживчий ринок посідає особливе місце в економіці держави, бо саме він відображає взаємовідносини всіх ланок процесу товароруку споживчих товарів, ступінь задоволення потреб населення, рівень його добробуту та розвитку країни взагалі. Ефективність функціонування споживчого ринку багато в чому зумовлена рівнем розвитку торговельної інфраструктури, що є його фундаментом, важливою та неодмінною передумовою стабільного й безперервного функціонування.

У сучасних умовах глобалізації економіки відбувається помітна трансформація ролі та місця торговельної інфраструктури споживчого ринку в економічному просторі держави. Ці зміни вимагають розвитку та вдосконалення теорії торговельної інфраструктури як самостійного сегмента національної економіки.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розробкою питань розвитку інфраструктури ринку та її окремих складових займалися такі відомі науковці, як П.Ю. Беленький [14], Б.М. Данилишин, В.О. Маслак, О.С. Новоселів, О.С. Савощенко [11], В.П. Федько, Н.Г. Федько [10], І.М. Школа та ін. Вивченню проблем споживчого ринку, торгівлі та її різновидів присвячено наукові праці О.М. Азарян [2], В.В. Апопія, О.В. Березіна, О.Г. Білої, І.О. Бланка, Н.О. Власової, В.М. Гейця, Н.О. Голошубової, Ф. Котлера [4], Н.С. Краснокутської, В.Д. Лагутіна [5], Л.О. Лігоненко [1], А.А. Мазаракі, І.П. Міщука, М.В. Чорної, О.О. Шубіна та ін. Дослідження сутності інституціонального наповнення інфраструктури проводили О. Беляєв, І. Бочан, В. Геєць, Т. Громова [9], В. Деметсьєв, О.В. Пустовойт [8], В. Тарасевич та ін..

Таким чином, тематика споживчого ринку, інфраструктурного забезпечення сфери обігу споживчих товарів, як і інституціональна економічна теорія, стають провідними напрямками сучасної української наукової економічної думки. Проте, незважаючи на значну кількість розробок, залишається ще багато дискусійних питань. Так, не існує єдиного теоретичного підґрунтя основних базових понять – «інфраструктура споживчого ринку», «торговельна інфраструктура споживчого ринку» тощо.

**Мета та завдання статті** – узагальнення теоретичних підходів до визначення сутності «торговельної інфраструктури споживчого ринку» та її особливостей в інституціональному середовищі торговельного простору.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вивчення фахової економічної літератури свідчить про еволюцію розвитку теорії інфраструктури споживчого ринку, у процесі якої було сформульовано багато дефініцій, кожна з яких відображає той або інший аспект торговельних взаємовідносин на споживчому ринку.

Щодо феноменів споживчого ринку [1–6] та його інфраструктури [10–15], поєднання даних понять, на наш погляд, доцільне з урахуванням їх взаємодії та існування протиріч в інституціональному середовищі певного торговельного простору.

Погляди більшості науковців сходяться в тому, що споживчий ринок – це досить складне комплексне поняття. Це уможливило його розгляд з різних позицій, а саме як:

– систему економічних взаємовідносин виробника та споживача. Грунтуючись на такому підході, проф. Л.О. Лігоненко стверджує, що це «один із сегментів (підсистем) ринку, який характеризує сукупність соціально-економічних відносин виробника та споживача, що формуються в процесі купівлі-продажу (оренди)

спожиткових товарів та послуг для кінцевого (особистого) споживання» [1, с. 10], а проф. О.М. Азарян підкреслює, що «це система економічних взаємовідносин, які мають реалізуватись через економічні потреби і відображаються через попит, пропозицію і ціну та які розвиваються убік їх інтенсифікації» [2, с. 8];

– форму господарських зв'язків між товаровиробниками та споживачами шляхом купівлі-продажу товарів. Здійснення цих актів пов'язане з певними організаційно-правовими й економічними відносинами [3, с. 32];

– сукупність споживачів товарів та послуг. Такої точки зору дотримується Ф. Котлер. На його думку, споживчий ринок – це сукупність окремих осіб та домашніх господарств, які купують товари та користуються послугами для особистого споживання [4, с. 275];

– сукупність інституцій у сфері товарного обігу, за допомогою яких, за ствердженням В.Д. Лагутіна В.Д., «здійснюються акти купівлі-продажу споживчих товарів для задоволення особистих потреб фізичних осіб на внутрішній території ринку» [5, с. 53];

Поряд із наведеними існує багато інших визначень споживчого ринку, що тією чи іншою мірою деталізують його з різних позицій.

Аналіз різноманітних підходів до визначення споживчого ринку та наданих трактувань його сутності виявив як відсутність єдиного загальновизнаного визначення, так і протиріччя в основному питанні. Спираючись на дослідження існуючих дефініцій, автор пропонує під споживчим ринком розуміти сукупність соціально-економічних взаємин між виробниками, торговельними посередниками та споживачами щодо купівлі-продажу споживчих товарів та послуг із метою задоволення особистих потреб, які забезпечуються певними організаційно-правовими інститутами.

Виходячи з наданого визначення та на підставі детального вивчення генеалогії категорії «споживчий ринок», автором виділено такі характерні особливості:

по-перше, визначаючи споживчий ринок як сукупність соціально-економічних взаємин між виробниками, торговельними посередниками та споживачами щодо купівлі-продажу споживчих товарів та послуг, необхідно зазначити той факт, що кінцевий споживач не має можливості купувати товари безпосередньо у виробника, тому для їх реалізації необхідна обов'язкова наявність конкретних суб'єктів господарювання, які займаються торгівлею, тобто торговельних посередників. Як вважає Т.В. Андросова «торгівля – організатор ринку, являє собою групу господарюючих суб'єктів, що відокремилися у самостійну сферу діяльності і спеціалізуються на виконанні посередницьких функцій між виробниками і споживачами»

[6, с. 64]. Тобто взаємини виробника та споживача щодо купівлі-продажу споживчих товарів та послуг відбуваються обов'язково за наявності суб'єктів торговельно-посередницької діяльності, зокрема підприємств торговельної інфраструктури;

по-друге, з огляду на обов'язкову умову існування споживчого ринку – задоволення особистих потреб споживача через кінцеве споживання – має сенс просторовий (територіальний) аспект його організації. За визначенням Р.М. Нуреєва та В.В. Дементьєва, ринок – це «географічний або функціональний простір (локус комунікацій), на якому здійснюються обміни й укладаються угоди» [7, с. 165]. Створюючи умови для забезпечення потреб споживачів, споживчий ринок має безпосереднє відношення до теорії розміщення. Існує територіальна спільність у розміщенні суб'єктів торговельної інфраструктури й потенційних споживачів. Система їх розселення безпосередньо зумовлює територіальну організацію суб'єктів торговельної інфраструктури, що локалізується в місцях життєдіяльності населення. Кожен вид економічної діяльності має свій просторовий аспект, тобто деякий просторовий вимір, що не завжди співпадає з географічними межами певних територіальних одиниць, зокрема діяльність суб'єктів торговельної інфраструктури здійснюється в певному торговельному просторі споживчого ринку. Таким чином, задоволення особистих потреб споживача відбувається в континуумі визначеного торговельного простору;

по-третє, акцентування уваги на забезпеченні актів купівлі-продажу споживчих товарів та послуг під час здійснення соціально-економічних взаємин між виробниками, торговельними посередниками та споживачами певними організаційно-правовими інститутами дозволяє підкреслити інституційний аспект існування споживчого ринку. Пустовойт О.В. пропонує розглядати «внутрішній галузевий ринок як інституційну форму впорядкування процесу товарообмінних операцій у межах економічної території держави, переважно за допомогою національної валюти» [8, с. 51]. А Т.М. Громова у своїй монографії «Торгівля як інституціональна форма функціонування сфери обігу» наголошує на тому, що «торгівля як галузь економіки реально функціонує та інституційована формальними і неформальними правилами і нормами, є ефективною складовою сфери обігу» [9, с. 159]. Отже, оскільки споживчий ринок та основна його складова – торгівля – як системні інститути щільно пов'язані між собою іншими інститутами та інституціями у сфері товарного обігу, інституційна складова є обов'язковим елементом поняття «споживчий ринок».

На підставі наведених міркувань та змістовної сутності визначення «споживчий ринок» робимо висновок, що основним дієвим суб'єктом його існування є підприємства торговельної інфраструктури, які діють у торговельному просторі за певних інституціональних умов. Торговельна інфраструктура є складовою функціональної та територіальної структур споживчого ринку. Перша з них відображає склад і співвідношення груп об'єктів, що виконують конкретні торговельно-посередницькі функції в межах споживчого ринку. Друга представлена різноманітними формами просторового зосередження об'єктів та їх територіальним поєднанням.

Спираючись на дискусійність наукових розробок в області інфраструктури, генезис та гносеологію терміну, об'єктивно можна зазначити, що більшість наукових досліджень, присвячених проблемам інфраструктури, базуються на існуючих теоретичних постулатах, які на сьогодні відстають від реальної ринкової практики господарювання суб'єктів у постіндустріальному, інформаційному суспільстві. Усе більше дослідників визнають, що інфраструктура з обслуговуючої галузі поступово перетворюється на провідну, навіть базисну. Тому в сучасних поглядах науковців інфраструктура представлена як забезпечуючий вид діяльності. Так, В.П. Федько та Н.П. Федько вважають, що інфраструктура – це «сукупність видів діяльності, що забезпечують ефективне функціонування об'єктів ринкової економіки і їх єдність у певному реальному ринковому просторі» [10, с. 3]. Савощенко А.С. пропонує розглядати інфраструктуру як «сукупність видів діяльності та суб'єктів господарювання, які забезпечують безперервний обіг речовинних чинників виробництва і товарів кінцевого споживання й надають комплекс послуг із метою підвищення ефективності товарного обігу та раціонального споживання товарів, якомога повнішого задоволення потреб та попиту споживачів» [11, с. 40]. Раєнок Д.Л. представляє її у вигляді «комплексу умов, необхідних для забезпечення економічного зростання і розвитку всіх видів виробництв, і як сукупність галузей, які забезпечують виробництво товарів і послуг, і різноманітних суспільних інститутів, необхідних для обслуговування та забезпечення функціонування і розвитку економіки в цілому» [12, с. 93]. Поряд із наведеними існує ще значна кількість визначень інфраструктури, що демонструє активний науковий пошук у сфері розвитку теорії інфраструктури.

Залежно від інструментів, що використовуються під час виявлення сутності та властивостей об'єктів інфраструктури, у науковій літературі виділяють такі теоретико-методологічні підходи до вивчення категорії інфраструктури як економічної таксономічної одиниці:

– теоретико-економічний, що розглядає інфраструктуру як умови праці та матеріального виробництва, базу для розвитку інших галузей, транзакційні витрати;

– інституціональний визначає інфраструктуру як суспільно-ринковий інститут;

– структурно-функціональний трактує її як комплекс галузей та сукупність видів діяльності, сукупність засобів;

– комплексний, який поєднує елементи всіх підходів [13].

Також систематизовано концепції, які різняться науковими підходами до визначення ідеї організації та існування інфраструктури. Так, згідно з концепцією накладних витрат основна конструктивна ідея ринкової інфраструктури – створення комплексу економічних умов для функціонування товарного обігу й розвитку комерційної діяльності; згідно з інституціональною концепцією – вибір інституціональних форм організації інфраструктури та формування механізму взаємодії ринкових інститутів; основою маркетингової концепції є формування інфраструктури, що обслуговує всю систему ринків, виходячи з пріоритетності інтересів споживача; розподільна передбачає вибір ефективних каналів товароруку й обслуговуючої їх інфраструктури для різноманітних типів ринків; логістична – раціоналізацію транспортно-складських процесів, матеріальних, фінансових та інформаційних потоків у сфері обігу [14, с. 44].

Детальне вивчення наведених підходів та концепцій дозволили зробити висновок, що вони логічно доповнюють та розширюють один одне. Узагалі, інфраструктура пронизує всі сфери економічної діяльності та людського життя, має на меті забезпечення процесу товароруку, чим створює загальні передумови відтворення суспільного виробництва та забезпечує ефективне функціонування об'єктів ринкової економіки та їх єдність у певному реальному ринковому просторі. Елементи інфраструктури є природними та взаємодіють за певних інституціональних умов. Від того, наскільки чітким є механізм взаємодії між елементами інфраструктури, значною мірою, залежить ефективність функціонування всієї економіки країни.

Грунтуючись на визначеннях змісту понять «споживчий ринок» та «інфраструктура», науковці трактують «інфраструктуру споживчого ринку» як систему окремих елементів (інститутів) та їх зв'язків, спрямованих на досягнення певних цілей. Так, Л.О. Лігоненко зазначає, що це сукупність організаційно-економічного, нормативно-правового, технічного й технологічного потенціалу економіки, закладених у можливостях окремих галузей і видів діяльності надати споживчому ринку необхідний обсяг і набір послуг для підвищення ефективності товарообмінних операцій [1, с. 221]. Іванова Н.В.

підкреслює, що інфраструктура споживчого ринку – це система державних, приватних і громадських інститутів (організацій і установ), технічних засобів і каналів зв'язку, які обслуговують інтереси суб'єктів ринкових відносин, забезпечують їх ефективну взаємодію в економічному, правовому та соціопсихічному середовищах і регулюють рух товарно-грошових потоків [15, с. 56].

Продуктом інфраструктури споживчого ринку є торговельно-посередницька послуга, яку надають суб'єкти торговельної інфраструктури, бо саме вони є найважливішою складовою інфраструктури споживчого ринку. До них відносять оптові (товарні біржі, оптові бази, ринки, аукціони, заготівельні бази), роздрібні (ринки, суб'єкти роздрібної торгівлі, фірмова роздрібна мережа), збутові (дилери, дистриб'ютори, збутові кооперативи, агенти із закупівлі та збуту), посередницькі (аукціони, виставки, ярмарки, брокери, трейдери, консигнатори, комерційні агенти, логістичні та інші торговельні посередники) підприємства та організації, тобто суб'єкти внутрішньої торгівлі. Очевидно, що під час визначення змісту торговельної інфраструктури потрібно розмежовувати її економічну основу й інституціональну складову (як сукупність правил, законів і норм, упорядковану систему інститутів, що визначають культуру й моделі економічної поведінки та обмеження для суб'єктів торговельного простору економіки країни; здатність інститутів до адаптації у разі радикальних змін суспільних умов).

Таким чином, узагальнення багатьох сучасних поглядів щодо визначення поняття «торговельна інфраструктура споживчого ринку» дозволило представити його як цілісну сукупність суб'єктів торговельно-посередницької діяльності на споживчому ринку, їх взаємодії в інституційній площині функціонування та розвитку в континуумі торговельного простору.

**Висновки.** У системі споживчого ринку торговельна інфраструктура посідає особливе місце. За своєю сутністю вона ширше за поняття внутрішньої торгівлі, включає економічну й інституціональну складові та функціонує в межах певного торговельного простору.

Наявність розвиненої системи торговельної інфраструктури споживчого ринку сприяє задоволенню потреб населення, поліпшенню його добробуту, урівноваженню інтересів виробника та споживача (пропозиції та попиту), безперебійному функціонуванню споживчого ринку. Тому поставлений автором ракурс наукових питань потребує подальших досліджень теоретичного підґрунтя торговельної інфраструктури на споживчому ринку з урахуванням особливостей інституціонального середовища в межах соціальноорієнтованого торговельного простору національної економіки України.

*Список літератури*

1. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання: монографія / Л. О. Лігоненко [та ін.] ; за заг. ред. Л. О. Лігоненко. – К.: КНТЕУ, 2007. – 378 с.
2. Азарян О. М. Організаційно-економічний механізм функціонування і регулювання споживчого ринку: автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.02.03 / О. М. Азарян; НАН України, Ін-т економіки пром-сті. – Донецьк, 2003. – 31 с.
3. Юридичний путівник споживача: навч.-практ. посіб. / В. Е. Теліпко [та ін.]; за заг. ред. В. Е. Теліпко. – К.: Центр учбової літ-ри, 2010. – 368 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга. / Ф. Котлер – М.; СПб.; К.: Вильямс, 1999. – 1152 с.
5. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: монографія / В. Д. Лагутін. – К.: КНТЕУ, 2008. – 326 с.
6. Андросова Т. В. Торгівля в ринковій економіці: навч. посіб. / Т. В. Андросова. – Х.: ХДАТОХ, 2001. – 120 с.
7. Постсоветский институционализм / под ред. Р. М. Нуреева, В. В. Дементьева. – Донецк: Каштан, 2005. – 480 с.
8. Пустовойт О. В. Ринок: економічна сутність, типова і видова різноманітність / О. В. Пустовойт // Економічна теорія. – 2008. – № 4. – С. 44–55.
9. Громова Т. М. Торгівля як інституціональна форма функціонування сфери обігу: монографія / Т. М. Громова. – Чернігів: Ранок, 2009. – 173 с.
10. Федько В. П. Інфраструктура товарного ринка / В. П. Федько, Н. П. Федько. – Ростов-на-Дону.: Феникс, 2000. – 512 с.
11. Савошенко А. С. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / А. С. Савошенко. – К.: КНЕУ, 2005. – 336 с.
12. Раенок Д. Л. Генезис теории инфраструктуры в экономической науке / Д. Л. Раенок // ЭТАП: Экономическая Теория, Анализ, Практика. – 2013. – № 3. – С. 92–101.
13. Иванова Н. В. Генезис економічної категорії «інфраструктура» та її роль у суспільному поділі праці / Н. В. Иванова // Ефективна економіка [Електронний ресурс]. – 2010. – № 11. – Режим доступу: <<http://www.economy.nauka.com.ua>>.
14. Інфраструктурне забезпечення конкурентної економіки регіонів (методологія і механізми) / наук. ред. П. Ю. Беленький. – Львів: НАНУ, Ін-т рег. дослідж., 2002. – 308 с.
15. Иванова А. М. Інфраструктура ринку споживчих товарів: проблеми і напрямки розвитку / А. М. Иванова // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – № 9. – С. 55–65.

Отримано 01.11.2013. ХДУХТ, Харків.

© Т.Б. Кушнір, 2013.