

Література

1. Матеріали парламентських слухань «Стратегія інноваційного розвитку України на 2010—2020 роки в умовах глобалізаційних викликів» від 17 червня 2009 р. (www.rada.gov.ua).
2. Наукова та науково-технічна діяльність (1998—2009) / Держкомстат України (www.ukrstat.gov.ua).
3. Наукова і інноваційна діяльність в Україні в 2006 р.: Статзбірник Держкомстату України. — К., 2007.
4. Попередні результати пілотного обстеження інноваційної діяльності / Держкомстат України (www.ukrstat.gov.ua).
5. Семіноженко В., Архієреєв С. Оцінка та напрями реформування системи державного стимулювання науково-освітнього розвитку України (www.niss.gov.ua).
6. Стан економічної безпеки України в першому півріччі 2008 року / Міністерство економіки України, Департамент макроекономіки. — 2008. — Випуск 10. (www.me.gov.ua).
7. Федулова Л. І. Фінансова складова в національній інноваційній системі // Фінанси України. — 2007. — № 6. — С. 14—21.

Статтю подано до редакції 10.03.09 р.

УДК 339.13.01

Л. А. Азьмук, канд. екон. наук, доц.,
кафедра стратегії підприємств,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ЗМІСТОВОГО НАПОВНЕННЯ КАТЕГОРІЇ «РИНОК»

Стаття націлена на розуміння та роз'яснення категорії «ринок». Звертається увага на специфіку змістовного наповнення цієї категорії різними течіями та суміжними напрямками економічної теорії. Послідовно розглядаються загальноекономічні та економіко-соціологічні підходи із зазначенням основних представників та ключових характеристик ринку. Доводиться необхідність поєднання різних методів аналізу ринку для розв'язання загальнонаукових завдань.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: ринок, змістове наповнення, соціальні зв'язки, методи вивчення.

Ще до недавнього часу прозорість змістовного наповнення поняття «ринок» не ставилась під сумнів, а отже не виникала потреба прискіпливого дослідження даної категорії. Між тим, така необхідність обумовлена об'єктивними причинами. Різноманітність сфер інтересів, принципів і методів аналізу обумовлюють чисельність відмітних авторських підходів до виділення ключових характеристик ринку. Крім того, доцільність взаємоузгодження «понятійної многозначності» даного терміну виникає внаслідок стрімкого розвитку нових, часто принципово різних напрямків економічної думки.

Аналіз численних інформаційних джерел показав, що питання визначення категорії «ринок» та уточнення його ключових рис перебувають у сфері інтересів багатьох предметних областей економічних знань, зокрема, мікроекономічної теорії, теорії організації промисловості, маркетингу, економічної соціології та ін. Теоретичні, інструментальні та методологічні аспекти названої проблеми висвітлюються у працях зарубіжних та вітчизняних спеціалістів у сфері зазначених дисциплін: Ф. М. Шерера; Ж. Тіроля; Д. Хей, Д. Морріса, В. М. Гальперіна, С. І. Ігнат'єва, В. І. Моргунова, Ф. Котлера, С. Б. Авдашевої, Н. М. Розанової, В. В. Вольчика, В. В. Радаєва, І. Павлюткіна, Х. Олдрича, М. Хеннана, Дж. Фрімена, Г. Керролла та багатьох інших [1, 2, 4, 5, 7—10]. Однак питання еволюції, систематизації та синтезу підходів до визначення категорії «ринок» окремими теоретичними школами опрацьовано лише частково.

Саме це окреслило сферу дослідження, часткові результати якого представлено в даній статті, метою якої є визначення основних підходів до формування категорії «ринок», його наповнення в розрізі різних напрямків економічної думки, а також порівняльна характеристика методів його вивчення.

На сьогоднішній день важко знайти єдине розуміння ринку. Підходи до його визначення сильно різняться, і в результаті «ринком» називають принципово різні явища. Спробуємо розібратися у визначеннях. Для початку звернемося до етимологічного словника російської мови Макса Фасмера та етимологічного словника української мови, згідно з якими даний термін походить від польск. *rynek* — те ж, чеш. *rynk* «коло, міська площа» [6].

В англійській мові *market* означає зібрання людей для купівлі та продажу, а також публічне місце для цього. Назване слово запозичено через фр. мову *marché* з латини *mercatus* (порівн. італ. *mercato*, іспан. *mercado*) у XII ст. [12].

Отже, якщо говорити про один з підходів, то саме як місце торгівлі і визначають ринок. Підтвердженням тому можуть слугувати тлумачення, які наводять енциклопедичний словник економіки і права, малий академічний словник, тлумачний словник Даля, тлумачний словник Ушакова [11]. Крім наведеного підходу можна зустріти визначення, в яких увага акцентується на розумінні ринку як сфери товарного обміну, як системи економічних відносин, як механізму регулювання попиту та пропозиції (табл. 1).

Таблиця 1

**ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНІ ПІДХОДИ
ДО РОЗУМІННЯ ПОНЯТТЯ «РИНОК»¹**

Поняття	Визначення	Джерело
ринок як місце	місце роздрібною торгівлі їстівними припасами й іншими товарами під відкритим небом або в критих торговельних рядах; базар	Малий академічний словник, Тлумачний словник Ушакова, Великий тлумачний словник сучасної української мови
	місце купівлі-продажу товарів і послуг, укладання торговельних угод	Енциклопедичний словник економіки й права, Сучасний економічний словник
	площа в містах і селах, для торгівлі їстівними й іншими припасами (на повітрі), місце з'їзду й сходки продавців і покупців по призначених днях; торг, торговище, базар	Тлумачний словник Даля
	певне місце, де здійснюється торгівля	Сучасна енциклопедія
ринок як сфера обміну	сфера товарного обміну	Велика радянська енциклопедія, Великий тлумачний словник сучасної української мови
	сфера товарного обігу, товарообігу	Тлумачний словник Ушакова

¹ Опрацьовано за [3; 11].

Закінчення табл. 1

Поняття	Визначення	Джерело
ринок як сфера обміну	сфера товарного обміну; попит та пропозиція товарів, послуг, фінансових ресурсів, цінних паперів, золота, коштовностей, творів мистецтва, інвестицій, праці й ін.	Великий енциклопедичний словник, Сучасна енциклопедія
	економічна категорія товарного виробництва, що являє собою сферу обміну з певною системою ринкових відносин між продавцями і покупцями	Економічна енциклопедія
ринок як економічні відносини	сукупність соціально-економічних відносин у сфері обміну, за допомогою яких здійснюється реалізація товарної продукції й остаточно визнається суспільний характер праці	Фінансовий словник
	сукупність економічних відносин, що проявляється в сфері обміну товарів і послуг, у результаті яких формуються попит, пропозиція й ціна	Енциклопедичний словник економіки й права
	економічні відносини, пов'язані з реалізацією й обміном товарів і послуг	Словник бізнес-термінів
	економічні відносини, що пов'язані з обміном товарів орта послуг, у результаті якого формується попит, пропозиція та ціна	Сучасний економічний словник
ринок як система	економічна система, заснована на приватній власності, на вартісній еквівалентності в співвідношеннях між окремими суб'єктами	Словник бізнес-термінів

Наведений перелік тлумачень даної категорії можна продовжувати і далі. Так, у маркетингу під ринком розуміють лише по-

пит на деякий товар, причому в деяких працях поняття «ринок» та «потенційні покупці» використовуються як синоніми, а однією з нових концепцій є визначення ринку не через класи товарів, а через потреби споживачів. Ще одним напрямком виокремлення ринку в маркетингу є його визначення як групи споживачів або організацій, які зацікавлені в товарі, мають ресурси на його придбання й мають право придбати цей товар. Відповідно до цього напрямку визначення видів ринку починається з понять потенційного, доступного, доступного кваліфікованого, цільового ринку і звужується до освоєного ринку [2].

З позицій економічної теорії і зокрема мікроекономіки, як напрямку теоретичного аналізу, під ринком розуміють сукупність споживачів та продавців, які здійснюють операції з купівлі-продажу товарів певного типу («ринок — соціально-економічний інститут, що забезпечує продавцям і покупцям можливість вступати один з одним у контакт для здійснення взаємовигідних торговельних угод» [5]). Звертаємо увагу, ринок включає не тільки покупців, але і виробників (продавців) товару. Отже поняття ринку та галузі в більшості підручників з мікроекономічної теорії ототожнюються, що є неприпустимим для теорії організації промисловості, згідно з якою ринок характеризується певною потребою споживача, яку необхідно задовольнити, а галузь — характером використовуваної технології [1].

Відомий англійський економіст Дж. Робінсон на початку 30-х рр. ХХ ст. запропонувала наступне визначення ринку — «ринок включає однорідний товар і його замітники до того моменту, коли не буде знайдений різкий розрив у ланцюзі товарних субститутів» [1]. Слідом за Дж. Робінсон економісти погодилися представляти увесь товарний світ як ланцюг субститутів, у якому є розриви — різкі зміни в значенні коефіцієнтів перехресної еластичності суміжних товарів. Ці розриви представляють межі одиничних товарних ринків, а ділянки ланцюга — ринки [5]. Визначення ринку, що дала Дж. Робінсон, є актуальним і досі, і з незначними уточненнями його враховують антимонопольні комітети багатьох країн. У країнах Європейського економічного співтовариства основними критеріями виділення ринку також вважають показник зміни виторгу при зміні ціни, кореляцію цін товарів у часі та географічну обмеженість ринку.

У 50—60 рр. ХХ ст. американські економісти Е. Чемберлен та Дж. Бейн запропонували при класифікації типів ринку крім ступеня взаємозамінності товарів враховувати взаємозалежність підприємств за показником кількісної перехресної еластичності,

а також умови входу на ринок та виходу з нього за показником відносного перевищення дійсної ціни товару над його конкурентною ціною. Це дозволило виокремити п'ять типів побудови ринку — досконалу конкуренцію, монополістичну конкуренцію, однорідну олігополію, неоднорідну олігополію, монополію.

Науковці, що сьогодні спеціалізуються в напрямку «економіка галузевих ринків», наводять наступні визначення: ринок являє собою систему відносин, у якій зв'язки покупців і продавців настільки вільні, що ціни на той самий товар мають тенденцію швидко вирівнюватися; ринок являє собою сукупність покупців і продавців, взаємодії яких приводить у підсумку до можливості обміну; ринок — це механізм передачі прав власності [1, 4]. Як бачимо, визначення різняться, і в першу чергу відмінність полягає у тій галузі предметних знань, з точки зору якої і роз'яснюється зміст терміна.

Крім названих підходів, з нашої точки зору, досить цікавим є перформативний підхід до аналізу ринків. Згідно з ним, ринки є «економічними» і саме економіка приводить їх у дію, або наповнює життям — «господарство укорінене не в суспільстві, а в економіці» [7].

Останнім часом швидкими темпами починають розвиватися (інтегруватися у пострадянську економічну науку) суміжні напрямки економічної теорії, такі як економічна соціологія, економічна психологія та ін. Будучи достатньо розвиненими в західних країнах, вони є новими для вітчизняних науковців. Тим не менше корисним та цікавим буде знайомство з ними та порівняння при визначенні основних рис, трактувань, методів дослідження ринку з традиційними підходами (табл. 2 і 3).

Як бачимо, різноманітність підходів до визначення не заперечує наявність спільних рис представлених підходів та трактувань, деякі автори позиціонують себе відразу по кільком напрямкам.

На відміну від історичного підходу до аналізу ринків, який базується на тому, що основними критеріями ринкового обміну є змагальність, регулярність, добровільність, взаємна вигода та грошова форма обміну; економісти-соціологи підкреслюють, що ринкова форма обміну не зводиться лише до фізичного переміщення благ, а представляє собою соціальний зв'язок, і перераховані критерії ринкового обміну мають бути доповнені наступними елементами: структурними зв'язками, владними ієрархіями, культурними конструкціями, інституціональними формами.

Таблиця 2
ТРАДИЦІЙНИЙ ТА СУЧАСНИ ЕКОНОМСОЦІОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО ТЛУМАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «РИНОК»¹

Підходи до тлумачення «ринку»	Напрямок економічної думки	Ключові елементи структури/ характеристики ринку	Трактування поняття «ринку»	Представники
Ринок як форма господарства	Історичний	Обмін благами	Форма господарства, де блага виготовляються для обміну	А. Маршалл, А. Курно, У. Дженсонс, М. Вебер
Ринок як множина організаційних популяцій	Екологічний	Популяція організацій, ринкова ніша, структурна інерція	Сегментований простір, в якому співіснують та взаємодіють різні популяції організацій	М. Хеннан, Дж. Фрімен Г. Керролл, Х. Олдріч
Ринок як переплетення соціальних сіток	Структурний	Соціальна сітка, взаємна довіра, структурно вкорінені зв'язки, структурні пустоти	Сукупність ніш, котрі займають гравці з різними організаційними формами	М. Грановеттер, Х. Уайт, Р. Берт У. Бейкер, У. Пауелл, Д. Старк, Б. Удін
Ринок як сукупність інститутів	Неінституціональний	Інститути, правила поведінки, права власності, транзакційні витрати, обмежена раціональність	Організований та інституціональний обмін	Дж. Мейер, Н. Вітгарт, В. Ні, П. Дімаджіо, Н. Флігстін
Ринок як набір культурних конструкцій	Соціокультурний	Господарська культура, культурний капітал, статусні позиції господарського агента	Особлива категорія соціальних відносин та культурних цінностей	М. Аболафія, П. Дімаджіо, Ф. Доббін, В. Зелцер, П. Бурдьє
Ринок як сукупність знань, вироблених його учасниками	Феноменологічний підхід	Спостереження учасників, безпосередня взаємодія, типові дії, загальний досвід	Те, що сприймається як ринок його учасниками	К. Кнорр-Цетина, П. Асперс, Х. Уайт
Ринок як організаційне поле	Політико-культурний	Поле ринка, власні відносини, інституціональний ізоморфізм, соціальні навички	Поле, що утворюється в результаті взаємного поцінювання агентів	П. Бурдьє, Н. Флігстін

¹ Опрацьовано за [8—10].

Відповідно до наведених підходів економісти-соціологи пропонують змістовний простір поняття «ринок» вивчати з позицій наступних чотирьох методів — феноменологічного, історико-генетичного, теоретичного моделювання та статистичного. Розгляд запропонованих методів дозволив здійснити їх порівняльний аналіз (табл. 3).

Таблиця 3

ПОРІВНЯЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА МЕТОДІВ ВИВЧЕННЯ РИНКУ

Метод	Переваги	Недоліки
Історико-генетичний	описує конкретні форми господарства	— індуктивний характер висновків, — значна численність історичних фактів
Статистичний	— простий у використанні, — дозволяє здійснювати кількісну оцінку параметрів ринку	— спрощення понять, — не дозволяє чітко визначити критерії вибору ознак
Теоретичного моделювання	— дозволяє будувати теоретичні моделі, — дозволяє виводити механізм дії учасників ринку	— нереалістичність передумов, — високий рівень абстракції
Феноменологічний	дозволяє виявити пануючі та найбільш актуальні бачення ринка	— множинність суб'єктивних оцінок, — розмитість уявлень

Кожний з наведених методів має як власні недоліки (які дуже часто є неминучими, наприклад, певні спрощення при побудови моделей), так і переваги. Це дозволяє розглядати ринок з різних боків, використовуючи значний арсенал різноманітних інструментів. Крім того, вибір методу вивчення ринку повинен визначатися специфікою розв'язання поставлених завдань. Так, наприклад, необхідність визначення меж ринку вимагає застосування саме статистичного підходу, бо він за принципом «фізичної концентрації обмінних процесів» та застосування різноманітних кількісних показників дозволяє кількісно визначити та окреслити ці межі. Межі ринку, що визначені за феноменологічним методом будуть розмитими, нечіткими та схильними до змін. І навпаки, пояснити феномен етнічного підприємництва або усталені зв'язки між учасниками ринку може лише феноменологічний метод.

Отже, підсумовуючи вищесказане, можна стверджувати, що ринок — це складне, багатозначне поняття, яке останнім часом дуже широко використовується для трактування не лише економічних процесів (взаємодій), але й соціальних, культурних, політичних та інших. Різноманітність підходів до визначення цієї категорії пояснюється різноманітністю наукових інтересів та напрямків економічної думки, що не заперечує наявності у них спільних рис. Кожний з розглянутих підходів покликаний розв'язувати (аналізувати, пояснювати) дослідницькі задачі вузько спеціалізовані (окреслені межами однієї предметної галузі), для постановки та розв'язання задач широкого профілю необхідне поєднання розглянутих підходів та методів.

На сьогодні багато питань у цьому напрямку ще не вирішено: зокрема, маловивченими залишаються питання синергетичного ефекту взаємодії соціологічного та неокласичного напрямків дослідження; залишається дискусійним питання співвідношення методів вивчення ринку та визначення характеру соціальних зв'язків при здійсненні економічної діяльності. Розробка названих питань належить до пріоритетних напрямків подальших досліджень як безпосередньо автора цієї статті, так і численних науковців та практиків, які спеціалізуються в релевантній предметній галузі.

Література

1. *Авдашева С. Б.* Показатели концентрации продавцов на рынке: (организация отрасли: учебные материалы) [Електронний ресурс] / С. Б. Авдашева, Н. М. Розанова. — Режим доступу: <http://io.economicus.ru/index.php>
2. *Андріяшин Н. В.* Понятие рынка в маркетинге / Н. В. Андріяшин // *Экономическая социология*. — 2007. — Т. 8. — № 1 — С. 76—87.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови / [уклад. і голов. ред. В. Т. Бусел]. — К.: Перун, 2002. — 1440 с.
4. *Вольчик В. В.* Лекции по экономике отраслевых рынков [Електронний ресурс] / В. В. Вольчик. — Экономика отраслевых рынков. — Режим доступу: <http://economics.boom.ru/Lecture2.htm>
5. *Гальперин В. М.* Микроэкономика [Електронний ресурс] / В. М. Гальперин, С. И. Игнатъев, В. И. Моргунов. — Режим доступу: <http://microeconomica.economicus.ru/>
6. *Етимологічний словник української мови: В 7 т.* / [редкол.: О. С. Мельничук (голов. ред.) [та ін.] — К.: Наук. думка, 1983. — (Словники України). Т5: Р-Т / [уклад. Р. В. Болдирев [та ін.] — 2006. — 704 с.

7. Павлюткин И. Рынок как метафора: критический анализ маркетизации образования: (материалы семинара серии «Социология рынков», 24 февраля 2009 г.) [Электронный ресурс] / И. Павлюткин. — Режим доступа: http://ecsoc.ru/images/pub_ecsoc/2009/02/19/0000019768/

8. Радаев В. В. Что такое рынок: экономико-социологический подход / В. В. Радаев // Экономическая социология. — 2006. — Т. 7. — № 5. — С. 14—27.

9. Радаев В. В. Что такое рынок: экономико-социологический подход / В. В. Радаев // Экономическая социология. — 2007. — Т. 8. — № 1. — С. 9—26.

10. Радаев В. В. Современные экономико-социологические концепции рынка / В. В. Радаев // Экономическая социология. — 2008. — Т. 9. — № 1. — С. 20—50.

11. Словари и энциклопедии на Академике [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://dic.academic.ru>.

12. Hoad T. F. [Электронный ресурс] / Hoad T. F. — Режим доступа: <http://www.encyclopedia.com/doc/1O27-market.html>

Статтю подано до редакції 03.03.09 р.

УДК. 331.101.3

В. М. Соболева, канд. екон. наук, старш. виклад.,
кафедра політичної економії
обліково-економічних факультетів,
ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана»

КАТЕГОРІАЛЬНО-ПОНЯТІЙНИЙ АПАРАТ МОТИВАЦІЇ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ

В роботі розглянуто категоріально-понятійний апарат мотивації трудової діяльності. Уточнені структурні елементи механізму трудової діяльності та необхідність її корекції у напрямку стимулювання трудової діяльності (особливо підприємницької) на основі послідовного наукового підходу до проблем соціального партнерства.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: трудова діяльність, потреби, мотиви, мотивація, ціль, стимули, інтереси, механізм мотивації праці.