

ШЕВЧЕНКО

Інна Юрїївна
shevchenko.khndu@gmail.comк.е.н., доцент, Харківський
національний автомобільно-
дорожній університет

УДК 339.13.01

РЕГІОНАЛЬНИЙ РИНОК ЛЕГКОВИХ
АВТОМОБІЛІВ ЯК ОБ'ЄКТ
ДОСЛІДЖЕННЯ: ТЕОРЕТИЧНИЙ
АСПЕКТREGIONAL MARKET OF CARS AS THE
RESEARCH OBJECT: THEORETICAL
ASPECT

ГУЛЯЄВ

Іван Олександрович

здобувач, Харківський
національний автомобільно-
дорожній університет

У статті виявлено теоретичні аспекти функціонування регіонального ринку легкових автомобілів як об'єкту дослідження через надання сутнісної характеристики даній економічній категорії. Розкрито сутність регіонального ринку легкових автомобілів як «відкритої динамічної цілісної системи економічних відносин з приводу купівлі-продажу легкових автомобілів, що формується та функціонує на території адміністративно-територіальної одиниці в результаті взаємодії учасників під прямим і непрямим (опосередкованим) впливом факторів соціально-економічного розвитку».

* * *

В статье выявлены теоретические аспекты функционирования регионального рынка легковых автомобилей как объекта исследования путем предоставления сущностной характеристики данной экономической категории. Раскрыта сущность регионального рынка легковых автомобилей как «открытой динамической целостной системы экономических отношений по поводу купли-продажи легковых автомобилей, которая формируется и функционирует на территории административно-территориальной единицы в результате взаимодействия участников под прямым и косвенным (опосредованным) влиянием факторов социально-экономического развития».

* * *

Introduction. Currently Ukrainian automakers are experiencing the difficult times of the loss of competitiveness in the national market of cars, given the strong competition from the cars manufacturers from South Korea, China, Japan, USA, France, Germany and Italy. This situation is further complicated by the significant interregional differentiation of the development of the national market of cars in Ukraine. In such conditions, the necessity of the research of the national market of cars is urgently needed in the regional context.

The purpose is the identification of the theoretical aspects of the regional market of cars as the research object through the providing the essential characteristic of this economic category.

Results. The regional market of cars is the open dynamic integrated system of the economic relations concerning the sale and purchase of cars, which is formed and operated in the territory of the administrative-territorial unit as the result of the interaction of the participants under the direct and indirect influence of factors of the socio-economic development.

Conclusion. In this definition, in contrast from already available definitions in the scientific literature, simultaneously indicates: the openness and internal unity of the regional market of cars as the system; the dynamic nature of the market relations in the sphere of the sale and purchase of cars; the variable number of the participants in the regional market of cars; the complexity, ambiguity and specificity of the influence of factors of the socio-economic development on the formation and functioning of the market of car in the territory of the administrative-territorial unit. Prospects for the further research are the development and testing of the theoretical and methodological support of the research of the regional markets of cars in Ukraine.

Ключові слова: регіональний ринок, ринок легкових автомобілів

Ключевые слова: региональный рынок, рынок легковых автомобилей

Keywords: regional market, market of cars

ВСТУП

Ключовою економічною категорією сучасності є «ринок». Саме на ринку відбувається взаємодія покупця і продавця під дією різноманітних факторів, формується конкурентна позиція та, таким чином, конкурентоспроможність підприємств.

Не є винятком і підприємства автомобілебудування України, конкурентоспроможність яких формується, в першу чергу, на національному ринку автомобілів. Ні для кого не є секретом, що нині авто-

виробники України переживають скрутні часи втрати конкурентоспроможності, однією з головних причин чого є недостатній попит на вітчизняну автомобілебудівну продукцію, спричинений застарілістю матеріально-технічної та техніко-технологічної бази виробництва, кризою кадрового потенціалу, дефіцитом фінансових ресурсів тощо.

Як свідчать результати попередніх досліджень [1], особливо складно вітчизняним автомобілебудівним підприємствам утримувати конкурентні позиції на на-

ціональному ринку легкових автомобілів з огляду на потужну конкуренцію з боку автовиробників Південної Кореї, Китаю, Японії, США, Франції, Німеччини, Італії.

Разом з тим, Україна є державою, що характеризується значною міжрегіональною диференціацією автомобілізації населення та, відповідно, розвитку ринку легкових автомобілів [2-4].

У таких умовах актуалізується необхідність дослідження національного ринку легкових автомобілів саме у регіональному розрізі.

МЕТА РОБОТИ полягає у виявленні теоретичних аспектів регіонального ринку легкових автомобілів як об'єкту дослідження через надання сутнісної характеристики даній економічній категорії.

МЕТОДИ ДОСЛІДЖЕННЯ

При проведенні теоретичного дослідження використано такі методи як метод аналізу та синтезу, системний підхід, монографічний метод, метод теоретичного узагальнення.

РЕЗУЛЬТАТИ

Перш ніж перейти до надання сутнісної характеристики категорії «регіональний ринок легкових автомобілів», слід з'ясувати що саме доцільно розуміти під «ринком».

Відповідно до Кембріджського словника англійської мови «ринок» слід розуміти як: 1) людей, які хотіли б купити щось, або частину світу, де щось продано; 2) бізнес або торгівлю певним продуктом, включаючи фінансові продукти [5]. У цьому визначенні одночасно вказується на ринок як місце, ринок як систему суспільних відносин, ринок як вид підприємництва; зазначається на географічному аспекті функціонування ринку.

Академічний тлумачний словник української мови позиціонує категорію «ринок» як: «місце роздрібного продажу продуктів харчування та інших товарів; базар», «сферу товарного обміну; пропозицію і платоспроможний попит на товари у масштабі світового господарства, країни або окремих її районів» [6]. У даному трактуванні також наголошується на географічних межах ринку, зазначається на попиті та пропозиції як рушійних силах розвитку ринку.

«Словник законодавчих і нормативних термінів: юридичний словник І. Дахно» містить наступне трактування: «ринок – це сфера обігу товару однієї споживчої вартості, в межах якої визначається монопольне положення» [7]. Подібна дефініція додатково вказує на чесну конкуренцію як запоруку прогресивного розвитку товарного ринку.

В енциклопедичному словнику «Економіка і інформація» проф. Мельника Л.Г. категорія «ринок» також описується з двох сторін: як «місце купівлі-продажу товарів і послуг, укладення торгових угод» та як «економічні відносини, пов'язані з обміном товарів і послуг, у результаті яких формуються попит, пропозиція та ціна» [8]. Дане визначення містить базову тріаду функціонування будь-якого ринку – попит, пропозицію та ціну.

Словник економіста та підприємця презентує таке визначення категорії «ринок»: «... це цілісна система

економічних відносин і зв'язків між покупцями і продавцями, що будуються на основі ринкових цін» [9]. Особливістю даного визначення, на нашу думку, є наголошення на ринку не як «економічних відносин», а саме їх сукупності. Адже нині у функціонуванні ринку як відкритої системи часто беруть участь не лише покупець і продавець, а й посередницькі організації, підприємства суміжних галузей, державні та міжнародні установи, органи місцевого самоврядування тощо.

Інтерес вітчизняних дослідників до категорії «ринок» має місце на постійній основі, про що свідчить періодична поява нових дефініцій у наукових публікаціях. Так, наприклад, Спащенко Г.М. пропонує під ринком розуміти «суб'єкт підприємницької діяльності або його відокремлений підрозділ, що являє собою майновий комплекс, створений за рішенням органу місцевого самоврядування чи органу виконавчої влади на спеціально відведеній земельній ділянці, метою функціонування якого є створення належних умов продавцям і покупцям для здійснення купівлі-продажу товарів та послуг за цінами, що складаються залежно від попиту та пропозиції» [10], А.І. Камінська – «будь-яке місце, на якому продавці й покупці особисто зустрічаються; сукупність процесів торгівлі, актів купівлі-продажу незалежно від того, де вони відбуваються; система економічних відносин між людьми, підприємствами, державами, що спирається, перш за все, на принцип, згідно з яким все в світі продається та купується, обмінюється на вільній основі, але із дотриманням правил платності; економічні відносини, які засновані на ринкових законах та принципах» [11], В.Ю. Дорош та М.С. Забедюк – «модель ринкової залежності між попитом, пропозицією і ціною на основі розвитку ринкової конкуренції; макроекономічний інструмент відтворення суспільного продукту, за допомогою якого забезпечується динамічний соціально-економічний розвиток країни» [12]. Особливу увагу слід звернути на дефініцію сутності ринку, надану доцентами В.Ю. Дорош та М.С. Забедюк, адже науковцями безпосередньо вказується на взаємозв'язок між ринком і соціально-економічним розвитком держави.

Пропонуємо під ринком розуміти «відкриту динамічну цілісну систему економічних відносин з приводу купівлі-продажу товарів і/або послуг, що формується та функціонує в результаті взаємодії учасників під дією прямих і непрямих (опосередкованих) факторів соціально-економічного розвитку».

Наступним етапом дослідження є виявлення сутності категорії «регіональний ринок легкових автомобілів».

Як відомо, основною ознакою регіонального ринку є те, що він історично формується та специфічно функціонує на території окремої адміністративно-територіальної одиниці.

ВИСНОВКИ

Таким чином, під «регіональним ринком легкових автомобілів» пропонуємо розуміти «відкриту динамічну цілісну систему економічних відносин з приводу купівлі-продажу легкових автомобілів, що формується та функціонує на території адміністративно-територіальної одиниці в результаті взаємодії учасників під

прямим і непрямим (опосередкованим) впливом факторів соціально-економічного розвитку». У даній дефініції, на відміну від вже наявних у науковій літературі, одночасно вказується на: відкритість і внутрішню єдність регіонального ринку легкових автомобілів як системи; динамічний характер ринкових відносин у сфері купівлі-продажу легкових автомобілів; варіативну кількість учасників регіонального ринку легкових автомобілів; складність, неоднозначність і специфічність впливу факторів соціально-економічного розвитку на формування та функціонування ринку легкових автомобілів на території адміністративно-територіальної одиниці.

Перспективи подальших досліджень складає розроблення та апробація теоретико-методичного забезпечення дослідження регіональних ринків легкових автомобілів в Україні.

Список використаних джерел

1. Шевченко І.Ю. Тенденції та закономірності розвитку ринку продажу автомобілів в Україні. *Економічний простір*. 2014. № 90. С. 120-127.
2. Шевченко І.Ю. Регіональна диференціація автомобілізації населення України. *Економіка: реалії часу*. 2015. № 3(19). С. 41-46.
3. Шевченко І.Ю., Гуляєв І.О. Регіональні особливості розвитку ринку продажу легкових автомобілів в Україні. *Вісник Національного університету «Львівська політехніка»*. Серія «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». 2016. № 851. С. 128-133.
4. Shevchenko I.Yu., Gulyaev I.O. Rating assessment of the regional cars sale markets in Ukraine. *Problems of development modern science: theory and practice: Collection of scientific articles*. 2016. pp. 165-170.
5. Meaning of «market» in the Cambridge English dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/market> (access date: 27.08.2018).
6. Тлумачення значення слова «ринок» у Академічному тлумачному словнику української мови. URL: <http://sum.in.ua/s/rynok> (дата звернення: 27.08.2018).
7. Дахно И.И. Словарь законодательных и нормативных терминов: юридический словарь. Киев, 1998. 352 с.
8. Мельник Л.Г. Экономика и информация: экономика информации и информация в экономике: Энциклопедический словарь. Сумы, 2005. 384 с.
9. Туренко А.М., Дмитрієв І.А., Іванілов О.С., Шевченко І.Ю. Словник економіста та підприємця. Харків, 2018. 340 с.
10. Спащенко Г.М. Нормативний підхід до тлумачення поняття «ринок як суб'єкт господарювання». *Вісник Національного університету «Юридична академія України імені Ярослава Мудрого»*. Серія «Економічна теорія та право». 2013. № 2. С. 64-72.
11. Камінська А.І. Теоретичні засади формування категорії «ринок» в процесі еволюції економічної думки. *Економіка та управління АПК*. 2015. № 2. С. 38-43.
12. Дорош В.Ю., Забедюк М.С. Формування понятійного апарату категорії «внутрішній ринок». *Економічний форум*. 2017. № 2. С. 93-96.

References

1. Shevchenko I.Yu. Trends and regularities of development of the automobiles market in Ukraine. *Economic space*. 2014. № 90. pp. 120-127. (in Ukrainian)
2. Shevchenko I.Yu. Regional differentiation of motorization of the population of Ukraine. *Economics: time realities*. 2015. № 3(19). pp. 41-46. (in Ukrainian)
3. Shevchenko I.Yu., Gulyaev I.O. Regional peculiarities of development of the automobiles market in Ukraine. *Bulletin of the Lviv polytechnic national university. Series «Management and entrepreneurship in Ukraine: stages of formation and problems of development»*. 2016. № 851. pp. 128-133. (in Ukrainian)
4. Shevchenko I.Yu., Gulyaev I.O. Rating assessment of the regional cars sale markets in Ukraine. *Problems of development modern science: theory and practice: Collection of scientific articles*. 2016. pp. 165-170.
5. Meaning of «market» in the Cambridge English dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/market> (access date: 27.08.2018).
6. Interpretation of meaning of the word «market» in the Academic explanatory dictionary of the Ukrainian language. URL: <http://sum.in.ua/s/rynok> (access date: 27.08.2018). (in Ukrainian)
7. Dakhno I.I. Dictionary of the legislative and normative terms: the legal dictionary. Kyiv, 1998. 352 p. (in Russian)
8. Melnyk L.H. Economy and information: economy of information and information in economy: Encyclopedic dictionary. Sumy, 2005. 384 p. (in Russian)
9. Turenko A.M., Dmitriyev I.A., Ivanilov O.S., Shevchenko I.Yu. Dictionary of the economist and entrepreneur. Kharkiv, 2018. 340 p. (in Ukrainian)
10. Spaschenko H.M. Normative approach to the interpretation of the concept of «market as the subject of management». *Herald of the National university «Legal academy of Ukraine after Yaroslav Mudryi»*. Series «Economic theory and law». 2013. № 2. pp. 64-72. (in Ukrainian)
11. Kaminska A.I. Theoretical foundations of formation of the category «market» in the process of evolution of the economic thought. *Economics and management of the AIC*. 2015. № 2. pp. 38-43. (in Ukrainian)
12. Dorosh V.Yu., Zabedyuk M.S. Formation of the conceptual apparatus of the category «domestic market». *Economic forum*. 2017. № 2. pp. 93-96. (in Ukrainian)