

Ринок як система

Образно, систему ринкової взаємодії можна представити у вигляді біологічного продукту – курячого яйця.

“Автори” ринку розташовані в ньому за наступною логічною системою. В центрі знаходяться виробники і споживачі. Між ними встановлюються прямі зв’язки, вони визначають вільну зону ринку.

Вершину яйця займає державний регулятор. Він тримає видимі зв’язки з виробниками через свої міністерства і концерни; зі споживачем – через офіційну державну торгівлю. Офіційним інструментом взаємодії держрегулятора з виробником є державне замовлення, зі споживачем – розподіл готової продукції, товару, групи товарів.

Для цих цілей держрегулятор створює свою регульовану зону ринку. Низ яйця (нині він більше половини) займає тіньова економіка.

Вона тримає зв’язки з виробником через структури нового бізнесу, зі споживачем – через структури неофіційної торгівлі.

Інструментами взаємодії тіньової економіки з виробником і споживачем є тривалі контракти та разові домовленості. Тіньова економіка в зв’язку з цим має на ринку свою тіньову зону.

Таким чином, на ринку має місце рух товарів і послуг по трьох зонах: зоні державного регулювання, “тіньовій” і “вільній”.

Обсяги і ємність кожної зони залежать від:

- наявності можливостей для функціонування тіньової економіки;
- прямих зв’язків між виробниками і споживачами в загальному балансі всього народного господарства;
- ефективності державного регулювання.

Крім зовнішніх зв’язків, на ринку мають місце внутрішні, латентні, невидимі зв’язки і канали, що являють собою вісі: “держрегулятор – тіньова економіка”, “концерни – неофіційна торгівля”, “новий бізнес – офіційна торгівля”.

Перша вісь – “**держрегулятор – тіньова економіка**” забезпечує на ринку проведення державної політики в інтересах великих капіталістів. По цьому каналу, як по тунелю, можливий рух капіталу, ресурсів через створення спільних підприємств, держструктур, структур тіньової економіки, “відмивання” великих капіталів.

Тут також можливий варіант руху суб’єктів державного регулювання і тіньової економіки назустріч один одному, здійснення взаємного контролю над діяльністю; а за необхідності можливе злиття не тільки сфер діяльності, але й суб’єктів ринку, одночасно контролюючих як офіційні, так і неофіційні структури.

Друга вісь “**концерни – неофіційна торгівля**” забезпечує формування цінової політики на підконтрольні і невідконтрольні товари чи групи товарів, їх “прокрутку”, багаторазовий продаж, отримання на цьому “другого”, “третього”... прибутку. Для цих цілей концерни отримують

доступ до великих капіталів, які вони можуть взяти в державних структур під вигідний процент, включаючи валюту.

“Прокрутивши” капітали, дані суб’єкти ринку повертають отримані капітали, але тепер вони вже самі є володарями капіталів і ресурсів.

Як наступний крок, вони розглядають питання про нарощування свого капіталу, щоб стати справжніми власниками великої справи. В цьому їм допомагає і така організаційна норма, як створення холдингів на базі міністерств чи концернів, знання дійсної ситуації на місцевому, регіональному, національному, світовому ринках. Холдингова організація і ринкова інфраструктура дозволяє міністерствам і концернам успішно реалізовувати свої нові функції.

Третя вісь – “Новий бізнес – державна торгівля” забезпечує новим “акторам” захоплення у власність не лише сфер виробництва, але й товарів, фінансів, інших видів ресурсів. Одним із гарантованих джерел прибутку є отримання державних замовлень на виробництво нової продукції. Крім всього іншого, наявність державних замовлень здатне врятувати фірму від банкрутства за умов загальноекономічної кризи (достатньо згадати історію компанії “Harley-Davidson”, яка під час Другої світової війни забезпечувала армію союзників, і таким чином “вижила”).

Мистецтво бізнесмена полягає саме в тому, щоб своєчасно передбачити рух ринку, його основні рушійні сили. Тільки в цьому випадку можливе реальне пізнання співвідношення попиту і пропозиції, більш-менш точне прогнозування перспектив розвитку ринку.

Використана література:

1. Яковенко Р. В. Технології продажу товарів / Роман Яковенко. – Кіровоград : Антураж А, 2003. – 212 с.
2. Яковенко Р. В. Тлумачний англо-український словник економічних термінів з елементами теорії та проблематики. Дидактичний довідник / Роман Яковенко. – [Вид. 2-ге, випр.]. – Кіровоград : видавець Лисенко В.Ф., 2015. – 130 с.
3. Яковенко Р. В. Основи теорії економіки для технічних спеціальностей : навч. посіб / Роман Яковенко. – Кіровоград : „Поліграф-Сервіс”, 2009. – 120 с. : іл.

Р. В. ЯКОВЕНКО,
к.е.н., доцент