

Борбодоев М.М.

**КЕРЕКТӨӨ РЫНОГУНУН РЕГИОНДОРДОГУ МААНИСИ
ЖАНА МАҢЫЗЫ**

Борбодоев М.М.

**СУЩНОСТЬ И СОДЕРЖАНИЕ РЕГИОНАЛЬНЫХ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ РЫНКОВ**

M.M. Borbodoev

NATURE AND CONTENTS OF REGIONAL CONSUMER MARKET

УДК: 339.1(575.2) (043.3)

Бул макалада региондордо керектөө рыногунун мааниси, мазмуну жана аймактык керектөө рыногунун мүнөздөмөсү, андан тышкары керектөө рыногунун калктын жашоо деңгээлине тийгизген лидерлик ролу жана бири-бири менен байланышкан көп сандагы жугуртүү чөйрөсүндөгү мекемелердин комплекстүү мүнөздөмөсүнүн системасы каралды.

Негезги сөздөр: базар, керектөөчүлөр, функционалдаштыруу, муктаждык, суроо-талап, сунуш, аймак, соода-сатык, керектөө рыногу.

В данной статье рассматриваются сущность и содержание региональных потребительских рынков. Характеристики регионального потребительского рынка, связаны с его ролью в жизнедеятельности населения, а региональный потребительский рынок занимает ведущее место в системе рынков, а также сложная система институтов в сфере обращения, характеризующаяся большим числом взаимосвязей.

Ключевые слова: рынок, потребитель, функционирование, потребность, спрос, предложение, регион, торговля, потребительский рынок.

This article deals with the essence and content of regional consumer markets. The characteristics of the regional consumer market, is related to its role in the life of the population and the regional consumer market occupies a leading place in the market system, and a complex system of institutions in the sphere of circulation, characterized by a large number of interconnections.

Key words: market, consumer, operation, need, demand, supply, region, trade, consumer markets.

Важной составной частью социально-экономического комплекса страны является регионального потребительского рынка. Механизм формирования и функционирования регионального потребительского рынка представляет собой взаимодействие объективно действующих факторов, явлений и процессов в сфере производства, распределения, обмена и потребления товаров и услуг, сложившихся в данном историческом времени и в данной стране.

Участие четырех стадий воспроизводства для выяснения сущности и содержания регионального потребительского рынка является оправданным и целесообразным, поскольку региональный потребительский рынок охватывает в той или иной мере все четыре стадии. Во-первых, региональный потребительский рынок начинается со склада готовой к реализации продукции производственного предприятия. Это означает, что производство продукции или услуг само по себе представляет неоконченный или несовершенный процесс, а результат производст-

венной деятельности, также является промежуточным результатом. Конечный же результат производственной деятельности выясняется только на рынке при реализации продукции потребителям. Однако до этого продукция должна подвергаться распределению согласно спросу на эту продукцию, а также доведена до потребителя через сферу обращения. Потребитель продукции, покупая товар, становится его полноценным владельцем при смене формы собственности, в данном случае для покупателя - с денежной формы на товары: деньги - товар. Весь этот процесс происходит в рыночных условиях согласно определенным законам и закономерностям. Применительно к потребительским товарам это и есть использование законом спроса и предложения, а также многочисленных предписаний со стороны различных органов власти.

Поэтому сущность и содержание региональных потребительских рынков в классическом понимании [1,47] - есть свобода производителя, свобода покупателя, свобода ценообразования, свобода продвижения, свобода предпринимательства и т.д. Однако, как теоретически, так и на практике абсолютной свободы для функционирования региональных потребительских рынков нет. Дело в том, что само функционирование потребительских рынков также подчинено общественным законам или государственным законам, поскольку общество в лице государства должно предъявлять к рынку некоторые требования исходя из общественного развития. Например, во всех государствах запрещается свободная торговля оружием, наркотиками, людьми и другими. Нарушители законов торговли, подвергаются различным по сложности наказаниям.

Исходя из этого, региональные потребительские рынки можно охарактеризовать по многим признакам. Один из этих признаков - это размер рыночного пространства потребительских товаров, время функционирования рынков в этом рыночном пространстве, а также участники в функционировании региональных потребительских рынков.

Таким образом, региональное рыночное пространство, так же как и любое пространство, понятие не только географическое, но и смысловое в том смысле, что пространство означает проникновение рыночных отношений в сферу обращения или обмена современными техническими средствами. Например, если купля и продажа товара происходит в определенном месте, то рыночным пространством следует назвать не только географическое месторасполо-

жение данного рынка, но и месторасположение производителя, потребителя, а также месторасположение тех объектов (например, банки, головные организации, министерства и т.д.), от которых зависит процесс купли-продажи. Это объясняется тем, что в современных условиях - в век сплошной компьютеризации и многих других высокопроизводительных информационных технологий функционирования регионального потребительского рынка, зависит также от названных выше ситуаций.

Что касается участников регионального рыночного пространства то их можно представить в виде трех независимых друг от друга агентов: производителя, покупателя, посредника. Все остальные и прочие объекты, участвующие в функционировании региональных потребительских рынков представляют интересы трех вышеназванных участников.

Другой признак характеристики регионального потребительского рынка, связан с его ролью в жизнедеятельности населения, а региональный потребительский рынок занимает ведущее место в системе рынков. Он является динамичной системой причинно-следственных связей, обеспечивающей наибольшее соответствие производства товаров и услуг потребностям и платежеспособному спросу населения, охватывающей всю совокупность экономических отношений производства, реализации и потребления материальных благ и услуг потребительской ориентации.

Поэтому, основу функционирования региональных потребительских рынков составляет необходимость удовлетворения потребности людей в товарах и услугах. В условиях функционирования рыночных механизмов процесс удовлетворения потребности в целом согласуется со спросом, то есть платежеспособным состоянием людей. Однако в основе формирования спроса лежит потребность. Другими словами, первоначально появляется потребность, а потом решается вопрос удовлетворения этой потребности за счет создания платежеспособности в той мере, в какой степени появляется возможность оплатить стоимость товаров и услуг.

Как известно, потребности во всех общественно-экономических сферах выступают как внутренние движущие мотивы жизнедеятельности людей. Это понятно, поскольку различные нужды человека, проявляющиеся в виде биологических потребностей, потребности в защите, духовной потребности, потребности в самовыражении и т.д., побуждают людей к действию для того, чтобы снять остроту проблемы в нужде.

Необходимо отметить, что потребность и спрос по содержанию-понятию разного уровня. Дело в том, что потребность как явление возникает в самом человеке. В этом смысле можно говорить о семейной потребности или о потребности членов семьи. Аналогично можно говорить и о групповой потребности, о потребностях групп людей и общества в целом. Что касается спроса, то это состояние платежеспособности того же человека, группы людей и общества в целом. В данном случае речь идет о возможности человека, семьи, группы людей опла-

тить стоимость товаров и услуг, которые предназначены для удовлетворения их потребностей.

Вместе с тем процесс удовлетворения потребности многими нитями связан как с функционированием регионального потребительского рынка, так и с состоянием платежеспособности, а также выбором тех или иных предпочтений в удовлетворении потребностей.

В свое очередь, функционирование региональные потребительские рынки также определяется структурой связей между потребностями населения и производством; спросом и предложением на рынке потребительских товаров и услуг на разных уровнях (республиканском, региональном, местном и т.др.); характером потребления, который в свою очередь, во многом зависит от уровня доходов, и дифференциацией среди различных слоев населения; уровнем и структурой потребления и др.

Функционирование регионального потребительского рынка следует также рассматривать в историческом плане в том смысле, что у этого явления есть определенное начало [2, 36.]. Если в условиях тоталитарного и командного режима не были и речи о рынке, то с распадом СССР и переходом бывших советских республик к рыночным отношениям, появилась возможность строить экономические и торговые отношения со многими странами.

Как известно, региональный потребительский рынок это совокупность высокоорганизованных социально-экономических процессов и отношений в сфере обмена и потребления, формируемых под влиянием особенностей спроса и предложения на каждой территории с учетом адекватных методов регулирования конъюнктуры рынка и принятия коммерческих решений.

На наш взгляд сказанная выше формулировка регионального потребительского рынка содержит две неточности. Во-первых, исключены из формулировки сферы производства и распределения что, с нашей точки зрения, неверно. Прежде всего, товары и услуги создаются в сфере производства а, следовательно, началом всех региональных потребительских рынков является предложение производства. Во-вторых, распределительные функции воспроизводства, заключаются в нахождении продавца и покупателя в зависимости от спроса и предложения. Это означает что, распределение товарных ресурсов и ценообразование происходит на основе спроса и предложения, а, следовательно, эти моменты ни как нельзя исключать из понятия о региональных потребительских рынках.

С другой стороны, потребление – есть завершающая стадия производственного процесса, поскольку потребительская стоимость познается в процессе потребления. Следовательно, производственный процесс не заканчивается изготовлением продукции, а продолжается до тех пор, пока товары не попадают в пользование потребителя.

Вместе с тем от стадии производства до потребителя – отрезок солидный, так как товары прежде чем попасть к потребителю могут проходить несколько звеньев, или каналов продвижения продукции от производства к потребителю.

Другими словами, изготовленная продукция, проходя через распределение, и транспортные перемещения могут подвергаться различным ситуациям. Единство воспроизводственного процесса не нарушится, если через рыночные отношения потребительские товары последовательно проходят все четыре стадии.

Необходимо различать также границы потребностей и процесса их удовлетворения. В общем виде эта граница может разделять личные потребности и общественные потребности. Отсюда процесс удовлетворения индивидуальных потребностей следует рассматривать как исходной уровень, нижнюю границу в пределах потребления. В этой связи возникает необходимость изучения характерных черт индивидуальных и общественных потребностей, которые тесно взаимосвязаны.

Таким образом, сущность и содержание региональный потребительский рынок – это сложная система институтов в сфере обращения, характеризующаяся большим числом взаимосвязей. Однако каждый из его участников имеет и свои интересы: производители стремятся вернуть затраченные средства и получить прибыль, а потребители – удовлетворить собственные потребности. Разрешение возникающих противоречий осуществляется рынком путем достижения сбалансированности спроса и

предложения, а также государственным регулированием региональной экономики со стороны государственных и местных органов власти.

Поэтому вышесказанное можно сделать следующие выводы: региональный потребительский рынок вполне пригоден для того, чтобы рассматривать его как систему. Также как и любая система, регионального потребительского рынка имеет свои структуры и связи. Необходимо, системный подход нужен и для того, чтобы оценить устойчивость функционирования регионального потребительского рынка, она складывается из устойчивости структуры и связей входящих в систему элементов.

Другими словами региональный потребительский рынок – это отношения между потребителями и продавцами по определенным правилам, а также регионального потребительского рынка лежат соотношения спроса и предложения, ценообразование, свобода выбора, конкуренция и другие явления.

Литература:

1. Анурий В. Маркетинговые исследования потребительского рынка. - СПб., 2004. - С. 47.
2. Балбаков М.Б. Основы рыночных отношений и их реализация в аграрном секторе экономики. - Бишкек, 1992. - С. 36.

Рецензент: д.э.н., профессор Эргешбаев У.Ж.