

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ

Розглядаючи основні фактори, що впливають на розвиток регіонального споживчого ринку, в тому числі й інноваційну його складову, традиційно виділяють грошові доходи й видатки населення, пропозицію товарів та послуг, ціни на товари і послуги. Нами пропонується до основних впливових факторів віднести інвестиції в споживчий ринок.

При всьому різноманітті факторів, що впливають на регіональний споживчий ринок, істотна роль належить соціально-демографічним і географічним зрушенням у структурі населення; змінам споживчих переваг; змінам у рівні і структурі цін та їхньому прагненню до цін індустріально розвинених країн світу; формуванню нових сучасних форм торгівельного обслуговування; інтенсивному розвитку рекламної діяльності; переоснащенню матеріально-технічної бази торгівлі та сфери послуг тощо [1, 26]. Нормальне функціонування регіонального споживчого ринку передбачає дотримання пропорції між зростанням грошових доходів і розвитком сфери обігу, де відбувається реалізація основної маси грошових доходів населення .

Порушення цих пропорцій призводить до того, що частина грошових доходів населення, яка не може бути використана для купівлі товарів і оплати послуг, реалізується за межами регіону, а також накопичується у вигляді готівки. Це означає, що гроші вилучаються з обігу й не повертаються в грошово-кредитну систему, не беруть участі в кругообігу товарних і грошових ресурсів регіону [2, 69].

Сучасна економіка функціонує в період трансформаційних перетворень і глобалізації. При моделюванні реальних економічних систем та поведінки споживачів на регіональному ринку існує багато факторів, крім цінових, що можуть вплинути на процес прийняття рішення щодо придбання товару та вивести систему зі стану рівноваги. Ці фактори неможливо врахувати при

використанні теорії ринкової рівноваги. При використанні моделі раціональної поведінки споживача поведінку окремих споживачів на ринку складно формалізувати. Індивідуальному споживачу доступна лише невелика частка ринку, його вибір формується на основі неповної інформації та під впливом інших споживачів і реклами. Рішення, що приймає споживач, не завжди раціональні. Таким чином, використання класичних підходів до формування попиту на сучасному етапі розвитку ринку та суспільства є недостатнім. Отже, для моделювання попиту на споживчі товари необхідні сучасні, більш адаптивні та гнучкі методи та підходи.

Воронцов В. В. пропонує концепцію формування попиту на регіональному ринку споживчих товарів із використанням сучасних підходів і методів моделювання [3]. На його думку, регіональний ринок споживчих товарів не є однорідним, тому на першому етапі побудови моделі формування ринкового попиту необхідно визначити тип споживчого товару. На другому етапі побудови моделі формування ринкового попиту необхідно визначити, яким способом реалізується товар, обраний на першому етапі. На третьому етапі, залежно від обраного типу товару і способу реалізації на ринку, необхідно формалізувати модель формування попиту.

Наступним кроком у побудові моделі формування ринкового попиту на споживчі товари є етап реалізації моделей. Для запропонованих моделей необхідно використати метод імітаційного моделювання та розробити програми-тренажери, що дадуть змогу відтворювати економічні експерименти та проводити кількісні розрахунки попиту на споживчі товари при різних цінових та інших умовах, що формують ринок.

Після реалізації моделей методами імітаційного моделювання необхідно розробити методичні рекомендації щодо їх застосування. Методи експериментальної економіки включають методи організації проведення економічних експериментів і методи обробки й аналізу їх результатів [3].

Список літератури: 1. Варналій З. Регіональний розвиток України: проблеми та пріоритети / З. Варналій // Економіст. – 2005. – №6. – С. 24-28. 2. Горбунов В.К. Математична модель

споживчого попиту: Теорія та прикладний потенціал / В.К. Горбунов. – М.: Економіка, 2004. – 174 с. 3. *Воронцов В.В.* Концепція моделювання попиту на ринку споживчих товарів: [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr/ep/2009_3/files/ECON_03_2009_Vorontsov.pdf.

М.Ф. ГОНЧАРЕНКО, Департамент інноваційного розвитку Міністерства освіти і науки України

ПРОЦЕСИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ У СВІТОВОМУ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ.

У системі світового господарства в даний час процеси глобалізації визначають характер світового, національного та регіонального розвитку зокрема такі його аспекти, як соціальний, економічний, інноваційний розвиток тощо. Під глобалізацією розуміють процеси взаємопроникнення і злиття національних і галузевих економік під тиском все більш гострої конкуренції і прискорення науково-технічного прогресу [1, 83]. В економічній літературі глобалізацію трактують або у вузькому, або в широкому сенсі. У вузькому значенні під глобалізацією розуміють вищу ступінь інтернаціоналізації; в широкому сенсі - сукупність взаємопов'язаних і взаємозалежних процесів, які виражаються: в територіальній та інституційній інтеграції ринків; у формуванні єдиного ринку капіталу, товарів, робочої сили; у формуванні єдиного інформаційного простору; в інтернаціоналізації наслідків техногенного впливу на природне середовище, соціальні конфлікти та економічну безпеку.

Глобалізація в інноваційній сфері виявляється в зростанні питомої ваги зарубіжного фінансування наукових досліджень у розвинутих та індустріальних країнах, а також посиленні процесів злиття та об'єднання технологічних компаній. Корпорації відкривають такі дослідницькі наукові підрозділи, щоб удосконалити продукцію компанії відповідно до місцевих особливостей; розробити товари та технології для потреб місцевого ринку; підтримати і модернізувати технологічну базу компанії за кордоном; використати глобальний науково-дослідний потенціал [2].