

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

На правах рукопису

ПОПОВИЧ ТАМАРА МИКОЛАЇВНА

УДК 339.13.024

**ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ
РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ**

Спеціальність 08.00.03 – економіка і управління національним
господарством

ДИСЕРТАЦІЯ
на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Науковий керівник:
доктор економічних наук, професор
Мельник Алла Федорівна

Тернопіль – 2008
ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ.....	10
1.1. Соціально-економічна сутність та закономірності функціонування ринку споживчих товарів.....	10
1.2. Система регулювання ринку споживчих товарів: напрями трансформації.....	35
1.3. Методичні засади дослідження функціонування ринку споживчих товарів та механізму його регулювання.....	54
Висновки до 1 розділу.....	63
РОЗДІЛ 2. СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ.....	66
2.1. Діагностика стану та основних структурних трансформацій на ринку споживчих товарів.....	66
2.2. Оцінка організаційно-функціональних механізмів регулювання ринку споживчих товарів.....	98
2.3. Аналітична оцінка економічних механізмів регулювання ринку споживчих товарів.....	115
Висновки до 2 розділу.....	132
РОЗДІЛ 3. МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТА РОЗШИРЕННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ.....	135
3.1. Вироблення нових концептуальних підходів до регулювання національних і регіональних ринків споживчих товарів	135
3.2. Використання елементів маркетингу в регулюванні ринку споживчих товарів.....	162
3.3. Регуляторна політика щодо розвитку ринку споживчих товарів в умовах входження України до СОТ.....	184
Висновки до 3 розділу.....	198
ВИСНОВКИ.....	202
ДОДАТКИ.....	205
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	235

Актуальність теми дослідження. Ринок споживчих товарів відіграє важливу роль в стимулюванні економічного зростання та має соціальне призначення – забезпечити належний рівень і якість життя громадян. Проте його сучасний стан характеризується нестабільністю, розгортанням інфляційних процесів та порушенням рівноваги, що випливає як з недосконалості безпосередньо ринкових механізмів, так і відсутності цілісної державної політики розвитку ринку споживчих товарів. За останні роки були втрачені важелі реального впливу на динаміку ринку споживчих товарів, послабилася увага до розв’язання системних проблем розвитку, що призвело до поглиблення структурних деформацій, тінізації ринку, зниження якості і безпеки товарів. Необхідність забезпечення ефективності регулювання розвитку національного і регіональних ринків споживчих товарів вимагає науково-методичного обґрунтування таких важливих питань, як визначення цілей і пріоритетів його розвитку, розроблення моделей регулювання, визначення інструментарію впливу та прогнозування наслідків реалізації прийнятих регулятивних заходів. Особливо це завдання актуалізується в умовах глобалізаційних процесів та євроінтеграційних намірів України, а також зі вступом до СОТ. В умовах, що змінюються, мають бути вирішені питання координації діяльності, узгодження інтересів, подолання протиріч і визначення нових функцій органів управління на всіх рівнях, які формують і реалізують політику розвитку ринку споживчих товарів.

Питання регулювання ринку споживчих товарів привертають увагу багатьох учених-економістів. Зокрема, проблеми формування і функціонування ринку споживчих товарів та окремих його сегментів, а також, механізми його регулювання досліджувалися у працях таких вітчизняних вчених: О. М. Азарян, В. Г. Андрійчука, В. В. Апопія, І. О. Бланка, С. В. Близнюка, А. Ф. Бондаренка, Н. Є. Буркат, А. І. Бутенка, В. М. Гейця, Т. М. Гродецької, Л. І. Дідківської, Н. В. Карпенко, В. А. Карпова, Г. Н. Климка, А. Г. Кондиріної, В. Р. Кучеренка, В. Д. Лагутіна, Л. О. Лігоненко, Л. Г. Ліпич, А. А. Мазаракі, Л. В. Мазник, А. Ф. Мельник, А. І. Мокія, В. П. Нестеренка, В. І. Павлова, О. Г. Пустовойта, П. Т. Саблука, І. В. Сороки, Д. М. Стеченка, В. О. Точиліна, С. М. Чистова, Л. Н. Шохіна. Науковою основою досліджень проблем розвитку ринку та ролі державного регулювання в підвищенні ефективності ринкових механізмів стали праці зарубіжних вчених: С. Брю, Є. Дж. Долана, Е. Домара, Н. Калгара, Дж. М. Кейнса, Ф. Котлера, К. Макконелла, А. Маршалла, В. Мітчела, Д. Норта, П. Самуельсона, М. Фрідмана, П. Гейне, Е. Гансена, Дж. Гікса, Й. Шумпетера. Однак проблема

системності та повноти дослідження розвитку ринку споживчих товарів вирішена ще недостатньо. Потребують додаткових досліджень питання забезпечення комплексності у виробленні і реалізації механізмів його регулювання, вибору форм і способів розв'язання проблем забезпечення стабільного функціонування ринкових механізмів, розмежування повноважень щодо регуляторної діяльності між центральними і регіональними рівнями виконавчої влади, а також, організації взаємодії між всіма учасниками ринку щодо досягнення головних цілей розвитку держави.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертація пов'язана з виконанням наукових досліджень, передбачених планами науково-дослідної роботи Тернопільського національного економічного університету в рамках держбюджетних тем кафедри державного і муніципального управління “Організаційно-економічний механізм реформування і розвитку економіки регіону в умовах перехідного періоду до ринкових відносин” (номер державної реєстрації 0101U000261) та “Дослідження методологічних засад державного регулювання економіки на макро- і мезорівнях” (номер державної реєстрації 0104U000406).

Мета і основні завдання дослідження. Метою дисертації є обґрунтування теоретико-методологічних засад організаційно-економічного механізму регулювання ринку споживчих товарів в умовах, що змінюються, та розроблення практичних рекомендацій щодо його удосконалення і підвищення ефективності. Досягнення цієї мети обумовило необхідність розв'язання таких конкретних завдань:

- розкрити сутність та виявити закономірності розвитку ринку споживчих товарів, обґрунтувати необхідність його дослідження в єдиному відтворювальному процесі та систематизувати підходи до побудови організаційної і структурної моделі ринку з метою визначення умов його ефективного функціонування в перспективі та унеможливлення розгортання кризових явищ і структурної деформації;

- узагальнити наукові концепції щодо змісту і необхідності регулювання ринку споживчих товарів, визначення меж державного і ринкового регулювання; систематизувати основні наукові підходи до формування механізму регулювання ринку споживчих товарів та дослідити напрями його трансформації з метою покращення якісного змісту в сучасних умовах;

- визначити методичний інструментарій дослідження механізмів регулювання ринку споживчих товарів та виробити систему індикаторів, які дозволять кількісно охарактеризувати якісні зміни на даному ринку;
- діагностувати стан і виявити структурні деформації ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях та узагальнити тенденції його розвитку за етапами трансформації, з метою обґрунтування перспектив його розширення та забезпечення конкурентності;
- дослідити організаційно-функціональні та економічні механізми регулювання ринку споживчих товарів та оцінити результативність діючої системи регулювання цього ринку на національному і регіональному рівнях;
- виробити нові концептуальні підходи до регулювання ринку споживчих товарів;
- запропонувати шляхи підвищення ефективності використання маркетингу та маркетингових досліджень в системі регулювання ринку споживчих товарів;
- обґрунтувати перспективи розвитку ринку споживчих товарів в контексті входження України до СОТ, на основі чого розробити варіанти регуляторної політики щодо підвищення його конкурентності і захисту та гарантування безпеки споживчих товарів.

Об'єктом дослідження є механізм функціонування ринку споживчих товарів у відтворювальному циклі та система регулювання його розвитку.

Предметом дослідження є теоретичні та прикладні засади реалізації організаційно-економічного механізму регулювання розвитку ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною базою дисертації стало використання загальнонаукових, міждисциплінарних, економіко-математичних, статистичних та спеціальних методів. Зокрема, на основі системного підходу сформовано характерні ознаки ринку споживчих товарів та виокремлено системоутворюючі елементи ринку, досліджена система державного регулювання ринку. Порівняльний аналіз використовувався для співставлення теорій та концепцій державного регулювання ринку, порівняння діючих практик регулювання ринкових механізмів в окремих країнах світу та в різні часові періоди; структурний аналіз – для дослідження структурних пропорцій та деформацій ринку; факторний аналіз – для дослідження системи чинників функціонування ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях. Важливе місце у дисертації відведено методам моделювання і прогнозування, які використані для розрахунку місткості ринку

загалом та найважливіших його сегментів, побудови економіко-математичної моделі платоспроможного попиту. В роботі використані методи прогнозної екстраполяції, кореляційно-регресійного аналізу, групування, техніко-економічного обґрунтування. З арсеналу міждисциплінарних методів та прийомів інформаційний матеріал для якісної та кількісної оцінки проблем розвитку ринку споживчих товарів отримано за допомогою експертних оцінок та SWOT-аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища його функціонування.

Наукова новизна одержаних результатів дисертації полягає у розвитку теоретичних положень та виробленні нових концептуальних підходів щодо удосконалення регулювання ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях, обумовлених визнанням статусу ринкової економіки, входженням України в СОТ та розвитком процесів децентралізації управління. Зокрема, в дисертації *вперше*:

– сформовано концептуальну модель розвитку ринку споживчих товарів з позицій відтворювального процесу, в рамках якої розроблено стратегію удосконалення його регулювання. В основу Стратегії закладено чотири цільових вектори функціонування ринку споживчих товарів: стабілізація і збалансування, розвиток і розширення, підвищення конкурентності, захист і гарантування безпеки ринку, а також, визначений інструментарій та механізми реалізації регулятивних заходів щодо досягнення поставлених цілей за кожним напрямом;

– обґрунтовано та запропоновано організаційно-функціональний механізм регулювання ринку споживчих товарів, в контексті якого виокремлено параметри взаємодії між учасниками ринку і органами виконавчої влади на національному і регіональному рівнях, визначено критерії та вироблено механізми узгодження державних інтересів та інтересів товаровиробників, запропоновано шляхи активізації діяльності громадських організацій щодо забезпечення стабільного функціонування ринку споживчих товарів та захисту прав споживачів;

удосконалено:

– підходи до оцінювання результативності регулятивної політики щодо ринку споживчих товарів, в основу яких закладено функціональну залежність, яка ґрунтується на розмежуванні повноважень і правової компетенції суб'єктів регулювання, формах взаємодії і критеріях узгодження інтересів між учасниками ринку і органами виконавчої влади, сферах використання адміністративних методів для розв'язання

проблем функціонування ринку, можливих варіантах прийняття рішень. На регіональному рівні передбачено врахування ступеня прямої участі центральних органів виконавчої влади у забезпеченні стабільності регіонального ринку споживчих товарів та використанні ресурсних можливостей території розв'язувати кризові явища. Як екзогенні чинники, запропоновано враховувати глобалізаційні процеси, зміну кон'юнктури світового ринку, вимоги СОТ;

- організаційно-функціональну структуру регіонального маркетингу ринку споживчих товарів, у якій передбачено формування інформаційної системи моніторингу і прогнозування ринку, визначення функціонального змісту маркетингової діяльності органів влади, розроблення методології та конкретизацію інструментів проведення маркетингових досліджень, створення високоякісного маркетингового продукту, визначення критеріїв оцінювання результатів маркетингових досліджень та механізмів коригування маркетингових рішень;

- систему оцінки механізмів функціонування ринку споживчих товарів, у контексті чого розширено перелік показників та виокремлено індикатори, які характеризують ринок споживчих товарів у відтворювальному циклі та дозволяють забезпечувати системність його дослідження;

- періодизацію становлення та трансформації системи державного регулювання ринку споживчих товарів. В основу виділення періодів закладено закономірності функціонування ринку споживчих товарів у визначені проміжки часу, процеси трансформації ринкових механізмів, інструментарій реалізації регулятивних заходів щодо розв'язання проблем ринку та інституційне забезпечення системи його регулювання;

набули подальшого розвитку:

- теоретико-методологічні засади регулювання ринку споживчих товарів, зокрема, доповнено трактування дефініції „організаційно-економічний механізм регулювання”, при визначенні якого запропоновано виходити із розуміння його як цілісної системи економічних та організаційних заходів досягнення кінцевого результату реалізації визначених цілей розвитку ринку споживчих товарів, в якому мають бути закладені внутрішні можливості корекції і узгодження дій як органів влади, так і суб'єктів ринку на основі проведення моніторингу, аналізу, оцінок та контролю;

- класифікація ринку споживчих товарів, в контексті якої уточнені критеріальні ознаки його структуризації, які ґрунтуються на реалізації функцій даного ринку в умовах трансформаційних процесів та впливу зовнішнього середовища;

– побудова системи регулювання ринку споживчих товарів, яка передбачає: визначення об'єктів і суб'єктів регулювання, формування цілей і завдань; деталізацію принципів та конкретизацію форм, методів та інструментів регулювання. Такі підходи дозволяють забезпечувати системність і комплексність у прийнятті і реалізації регулятивних заходів.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробленні рекомендацій щодо удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання ринку споживчих товарів на національному та регіональному рівнях. Зокрема, пропозиції щодо удосконалення механізмів регулювання ринку споживчих товарів отримали позитивну оцінку в Головному управлінні економіки Тернопільської обласної державної адміністрації і враховані при розробленні заходів щодо стабілізації продовольчого сегменту ринку. Рекомендовані автором підходи до розроблення Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів використані при розробленні Програми соціального-економічного розвитку Тернопільської області (довідка № 01/1-501 від 11.07.2006 р.).

Рекомендації щодо підвищення ефективності організаційних механізмів регулювання ринку споживчих товарів містяться в аналітичній записці міжнародної науково-практичної конференції „Організаційні та економічні проблеми розвитку муніципальних утворень”, яка направлена Президенту України, Верховній Раді України, Кабінету Міністрів України, місцевим органам виконавчої влади та органам місцевого самоврядування для практичного використання (акт про впровадження № 126-06/1753 від 02.11.2006 р.).

Рекомендації щодо удосконалення методики аналізу та прогнозування розвитку ринку споживчих товарів використані в роботі підрозділів Головного управління статистики у Тернопільській області для забезпечення системності досліджень та оцінок стану і тенденцій розвитку ринку (довідка № 02-12/33 від 15.02.2008 р.).

Результати досліджень використовуються у навчальному процесі Тернопільського національного економічного університету при викладанні дисциплін „Державне регулювання економіки”, „Макроекономічний аналіз і прогнозування” та „Управління якістю” (довідка № 126-06/104 від 23.01.2008 р.).

Особистий внесок здобувача. Дисертація є самостійно виконаною науковою працею, в якій викладено авторський підхід до вирішення проблем організаційно-економічного механізму регулювання ринку споживчих товарів. Усі результати, що

становлять сутність дисертаційної роботи, отримані автором особисто. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, в дисертації використано лише ті ідеї і положення, які є результатом особистої роботи здобувача. Внесок автора в колективні опубліковані роботи конкретизовано в списку публікацій.

Апробація результатів. Результати досліджень доповідалися, обговорювалися і отримали позитивну оцінку на міжнародних та всеукраїнських конференціях і наукових семінарах, зокрема на: Всеукраїнській науковій конференції “Структурні та інституціональні фактори економічного зростання”(м. Київ, КНЕУ, 2001 р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції “Трансформація системи державного регулювання економіки на завершенні ХХ століття” (м. Тернопіль, 2001 р.); Міжнародній науково-практичній конференції. “Економічна теорія: сучасні проблеми розвитку сфери товарного обігу” (Київ, КНТЕУ, 2002р.); Всеукраїнській науково-практичній конференції “Економічні проблеми ринкової трансформації” (м. Львів, 2002 р.); науково-практичній конференції „Стратегія розвитку вітчизняних підприємств” (Донецьк, ІЕП НАН України, 2003 р.); Міжнародній науково-практичній конференції “Професійна державна служба та місцеве самоврядування” (м. Харків, 2005 р.); Міжнародній науково-практичній конференції „Економічна система України: минуле, сучасне, майбутнє” (м. Львів, 2005 р.); Міжнародній науково-практичній конференції „Проблеми та перспективи розвитку обліку, аналізу, контролю та аудиту у сфері надання послуг” (м. Тернопіль, 2006 р.); Міжнародній науково-практичній конференції „Організаційні та економічні проблеми розвитку муніципальних утворень” (м. Тернопіль, 2006 р.). Наукові результати дисертації обговорювались на наукових семінарах та круглих столах кафедри державного і муніципального управління Тернопільського національного економічного університету в 2000-2007 рр.

Публікації. Основні положення та результати дисертаційного дослідження опубліковано в 19 наукових працях (з них 6 у фахових виданнях) загальним обсягом 6,3 д.а , з яких особисто автору належить 5,8 д.а.

Структура та обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, додатків, списку використаної літератури і викладена на 257 сторінках. Основний текст становить 204 сторінки, наведений список використаних літературних джерел з 285 найменувань займає 22 сторінки та 17 додатків розміщено на 30 сторінках. Дисертація містить 23 таблиці та 38 рисунків (з них 8 займають окремі сторінки).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

1.1. Соціально-економічна сутність та особливості функціонування ринку споживчих товарів

Поглиблення трансформаційних процесів у національній економіці та посилення впливу наслідків таких перетворень на стан економічної безпеки і рівень розв'язання соціальних проблем актуалізує проблему стимулювання розвитку внутрішнього ринку країни, і, передусім, її найважливішої складової – ринку споживчих товарів. В умовах економічного зростання, збалансування макроекономічних пропорцій, розширення платоспроможного попиту та збільшення реальних обсягів вітчизняного виробництва, на споживчому ринку України неодноразово проявлялися кризові явища, що супроводжувалися деформацією його структури, порушенням рівноваги. Це можна пов'язувати як із впливом цінових чинників і проблем товарного наповнення, так і неефективністю і недовістю заходів уряду щодо його стабілізації.

Стан ринку споживчих товарів є відображенням основних соціально-економічних та політичних відносин в країні. Він віддзеркалює позитивні і негативні процеси суспільства, а також є індикатором основних тенденцій економічного і соціального розвитку країни. Як невід'ємна складова економічної системи, що забезпечує ефективний взаємозв'язок виробництва і споживання, ринок споживчих товарів дозволяє об'єктивно оцінювати їхню динаміку, впливати на рівень життя населення, детермінувати зміни в державній соціальній та економічній політиці, обумовлювати ті чи інші механізми впливу на його функціонування. Разом з тим, будь-які зрушення в національній економіці або у розвитку окремих сфер діяльності, застосування тих чи інших регуляторів державного впливу на ринкові процеси відображаються на загальних тенденціях функціонування ринку споживчих товарів, його кон'юнктурі, рівні збалансування споживчих потреб та доступності товарів для різних верств населення.

Історичний огляд взаємозв'язків в ринковій системі та зроблені узагальнення дають підставу стверджувати, що саме ринок споживчих товарів був основою формування системи інших ринків, обумовлював ті чи інші закономірності розвитку

ринкової економіки. В сучасних умовах йому належить домінуюча роль в забезпеченні ефективності механізмів зворотних зв'язків, які впливають не тільки на інші види ринків, але й забезпечують економічну і соціальну стабільність суспільного розвитку, гарантують продовольчу безпеку країни, обумовлюють темпи і характер економічного зростання.

Дослідження теоретичних та практичних проблем функціонування та регулювання ринку споживчих товарів, визначення його ролі і місця у соціальних процесах обумовлює необхідність опрацювання категоріального апарату, і, передусім, більш точного визначення сутності понять “споживчий ринок” та “ринок споживчих товарів”, їхнього змісту та механізмів функціонування. Слід зауважити, що у вітчизняній науковій економічній літературі відсутнє розгорнуте визначення категорії “ринок споживчих товарів”, яке б віддзеркалювало б всі аспекти цього складного елементу економічної системи. У зарубіжних дослідженнях така категорія взагалі відсутня, а всі процеси вивчаються з точки зору розвитку теорії споживання і споживчої поведінки.

Незважаючи на те, що ринок в різних проявах (регульований, вільний, змішаний, досконалий, недосконалий, розвинутий) існує давно, багато його категорій та механізмів залишаються дискусійними до нинішнього часу. Опираючись на загальновідомі визначення змісту, сутності та характерних рис ринку, означених з точки зору: а) економічної теорії (зокрема, класичних визначень А. Сміта, Д. Рікардо, неокласичних характеристик А. Маршалла, О. Курно, сучасних підходів П. Самуельсона, К. Макконелла, С. Брю, П. Гейне, Є. Дж. Долана, Л. Мізеса); б) маркетингових підходів (Ф. Котлера, Г. Асселя, М. Крофта); в) інституціональних трактувань (Й. Шумпетера, В. Мітчела, Д. Норта, Ф. Шерера) можна виокремити наступні його концепції, які домінували в економічній думці:

перша – ринок як умовний простір, територія, де відбуваються акти купівлі-продажу товарів і послуг [157,158,73]. Дане розуміння ринку прив'язує економічні відносини між його учасниками до певної території, є просторово детермінованим і сформувався ще в XII ст., однак достатньо активно використовується і в сучасних трактуваннях;

друга – ринок як суспільна система, яка є результатом поглиблення розподілу праці, розширення товарно-грошових відносин, переважання товарного виробництва, і де поєднуються, інтегруються і взаємоузгоджуються економічні інтереси учасників

ринку щодо виробництва та реалізації товарів [34; 69; 73; 141; 128]. У цьому визначенні зникає будь-яка просторова, часова або предметна локалізація відносин, а їхнє місце посідає така їх модель, яка фіксує спосіб взаємодії господарюючих суб'єктів;

третя – ринок як механізм, при якому забезпечується взаємодія виробництва і споживання або як певний тип господарських зв'язків між ними [124, с.81];

четверта – ринок як система інститутів (законів, правил гри, кодексів поведінки, типів відносин і зв'язків), одні з яких збільшують їхню ефективність, а інші – знижують [110, с.56; 153, с. 14; 250]. У даному тлумаченні обумовлюється необхідність узгодження результатів дії механізмів ринкового саморегулювання з цілями і завданнями суспільного розвитку;

п'ята – ринок як особливий механізм, який поєднує споживачів і виробників, сприяє встановленню певних відносин між ними [16, с.48; 99, с.55; 238, с.112]. Тут, за визначеннями, ринок безпосередньо забезпечує реалізацію товарів, сприяє діяльності, пов'язаній з маркетинговими дослідженнями, моніторингом та управлінням виробництвом і реалізацією товарів.

У сучасній економічній літературі ринок здебільшого характеризується як суспільний механізм зв'язку між виробництвом і споживанням [106, с. 85], як інститут взаємодії і взаємовідносин між людьми, які здійснюють торгівлю один з одним [43, с. 20]. Г. Н. Климко та В. П. Нестеренко визначають ринок як полісистемне утворення, що зумовлює складну систему господарювання, „в якій тісно взаємодіють ринкові закономірності, численні регулюючі інститути (передусім, державні) і масова свідомість”[157, с. 168]. Тобто, цивілізований характер сучасного ринку визначається арсеналом перевірених часом і господарською практикою законодавчих норм, компетентною політикою держави щодо розвитку економіки та ринкової інфраструктури, інформованістю і самостійністю суб'єктів господарювання, правовою свободою економічної діяльності людини.

Оскільки ринок є полісистемним утворенням і споживчий ринок розглядається лише як структурний елемент (підсистема) ринкової системи (найбільш динамічний, гнучкий та схильний до деформацій), то логічно, що він акумулює в собі основні змістовні характеристики поняття “ринок” та включає відносини, які в цій системі складаються. Особливістю та відмінною ознакою споживчого ринку є те, що об'єктом

таких відносин та зв'язків є частина національного продукту, яка спрямовується на особисте споживання для задоволення потреб в харчуванні, одязі, побуті, послугах, а суб'єктами виступають виробники таких товарів і послуг та кінцеві споживачі (домашні господарства).

Проведений аналіз наукових праць, присвячених теоретичним та практичним аспектам функціонування споживчого ринку, показав, що в економічній літературі існує широкий спектр його трактувань. Частина науковців представляє споживчий ринок як сферу внутрішньої торгівлі [3, с.17; 4, с.21], що звужує роль, значення та завдання сучасного споживчого ринку як складного і динамічного інституту суспільства. На ньому, поряд з економічними законами, діють і соціально-психологічні, які не тільки визначають економічну поведінку учасників ринку, але й ускладнюють механізми його функціонування, зважаючи на соціальний характер та соціальну спрямованість ринкових процесів. Інша група авторів під споживчим ринком розуміє сукупність відносин щодо виробництва і реалізації товарів, спрямованих на особисте споживання [1, с. 68; 5, с.23]. У авторів, які вивчають споживчий ринок з точки зору маркетингових досліджень та аналізу, найчастіше можемо зустріти трактування споживчого ринку як сукупності дійсних і потенційних покупців і продавців споживчих товарів [16, с.48; 99, с.55; 229, с.48]. Такі визначення неповно і абстрактно розкривають сутність споживчого ринку і не дозволяють охопити усю сукупність суб'єктів ринкових відносин (виробників товарів, безпосередніх споживачів та посередницькі структури), ув'язати відносини виробництва, розподілу, споживання у сфері обігу в єдиний економічний процес. Таким чином, на наш погляд, важливим є дослідження та розгляд споживчого ринку з точки зору відтворювального підходу, який дозволяє розширити поняття “споживчий ринок” до розуміння його як елемента відтворення і як форми реалізації частини національного продукту.

У сучасних вітчизняних публікаціях з проблем теоретичних досліджень споживчого ринку в Україні окреслюються нові підходи до визначення його змісту. Зокрема, в працях дослідників цієї проблеми О. Азарян, В. Андрійчука, Н. Буркат, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, І. Сороки, Л. Шохіна, споживчий ринок розглядається як система соціально-економічних відносин, які проявляються в процесі купівлі-продажу споживчих товарів та послуг, а також при задоволенні існуючих потреб в них, і де особисте споживання (рівень, структура, тенденції) є спонукальним мотивом вироб-

ництва таких товарів. Тут акцентується увага на тому, що особисте споживання є першоосною і активізуючим чинником платоспроможного попиту, який безпосередньо визначає обсяги і структуру виробництва, тому постійним є процес адаптації останньої до попиту [1, с. 190; 111,с. 34; 74,с. 265; 255; 119]. Зокрема, за визначенням О. Азарян, споживчий ринок є „спонукальною ланкою між виробництвом і особистим споживанням і представляє сферу, де закінчується обіг товарів і капіталів і де вартість набуває своєї кінцевої величини” [1, с.190]. В згадуваних трактуваннях пріоритетність надається переважно процесам обміну на ринку і практично не обумовлюється або ж обмежується фактор регулюючого впливу на механізми збалансування та розвитку споживчого ринку з боку як державних, так і ринкових інституцій і громадських організацій. Тоді як в сучасних умовах ринок за допомогою таких інституцій координує виробництво і споживання, управляє економічними та соціальними процесами, реалізує свою соціальну роль як індикатора соціальної стабільності в суспільстві.

Узагальнення трактувань споживчого ринку за різними концептуальними підходами дозволяє зробити висновок, що він синтезує в собі такі поняття, як: сфера прояву економічних відносин з приводу розподілу частини національного продукту, що спрямовується на особисте споживання; сфера реалізації частини товарів і послуг, які спрямовуються на особисте споживання; форма руху товарів (як сукупність актів купівлі продажу споживчих товарів і послуг); процес купівлі-продажу домогосподарствами товарів і послуг для особистого споживання; система економічних відносин, які забезпечують взаємозв'язок виробників зі споживачами (рис. 1.1).

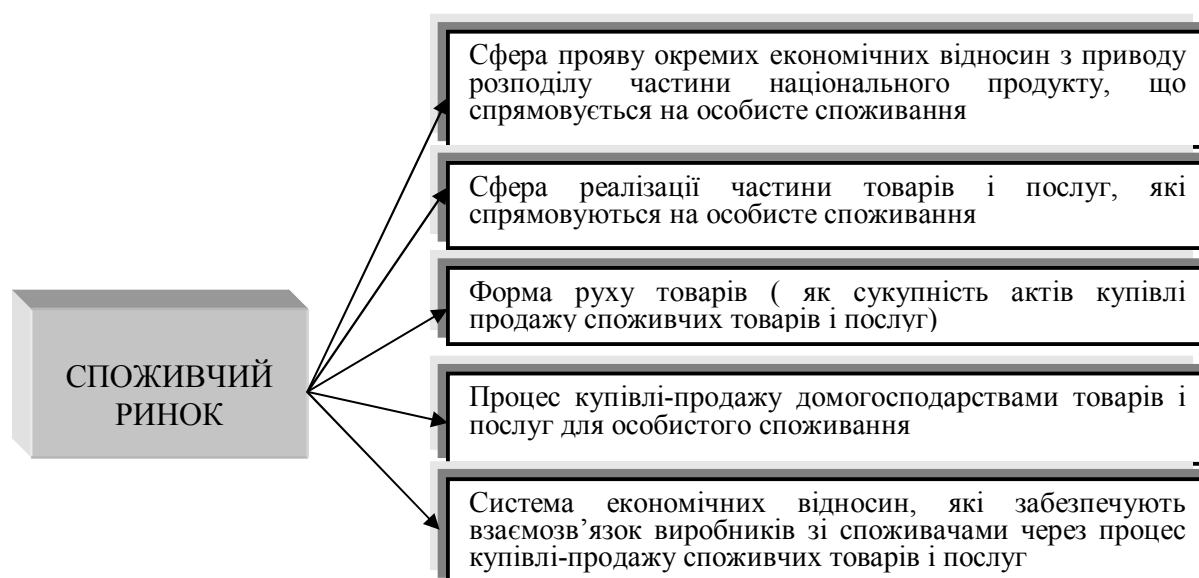


Рис. 1.1 Комплексна характеристика споживчого ринку за різними концептуальними підходами¹

¹Примітка. Складено автором на основі опрацювання джерел [1;3;4;5;16;99; 111; 119; 270].

Наведені визначення споживчого ринку відображають різні аспекти цієї економічної категорії. Взаємодоповнюючи одне одного, вони відрізняються між собою лише ступенем конкретизації проблеми в залежності від поставлених цілей і завдань дослідження.

Отже, те, що споживчий ринок, окрім відносин купівлі-продажу, включає соціально-економічні (виробництво споживчих товарів, їхній розподіл, споживання, доходи) та організаційні аспекти (форми організації ринку, ринкові та торговельні інституції, механізми регулювання), дає підставу розглядати споживчий ринок як систему відносин, інституцій та способів їх регулювання, які забезпечують реалізацію економічних і соціальних інтересів учасників ринку та здійснюють координуючу функцію щодо розширення виробництва товарів і стимулювання платоспроможного попиту населення. Вважаємо, що таке визначення повніше окреслює цільове призначення споживчого ринку як системи регулювання, кінцевою метою якого є задоволення споживчих потреб, а засобом – процеси обміну та механізми їхньої активізації. За даним підходом, система регулювання включає відповідні інституції (ринкову та торговельну інфраструктуру, громадські організації, державні установи), способи впливу на збалансування, розширення та розвиток ринку і відповідні ресурси, які забезпечують досягнення цілей і завдань регулювання. Відносини, які складаються в процесі взаємодії цих складових, передбачають не тільки реалізацію економічних інтересів учасників, але й гарантують соціальну безпеку населенню, захист їхніх прав, підвищення якості життя. Саме з таких позицій споживчий ринок розглядається в публікаціях багатьох учених, які основну увагу зосереджували на аналітичних дослідженнях його стану, тенденцій, особливостей розвитку та виявленні причин порушення рівноваги і прояву кризових явищ [106; 111; 118; 119; 130; 163].

За економічною сутністю процесів обміну і розподілу, споживчий ринок поділяється на ринок споживчих товарів та ринок послуг споживчого призначення. В структурі споживчого ринку ринок споживчих товарів (далі РСТ) є найвагомим сегментом і характеризує сукупність відносин, які складаються в процесі виробництва, обміну і споживання продовольчих і непродовольчих товарів.

Щодо термінологічних визначень ринку споживчих товарів, то в сучасних наукових літературних джерелах не існує чітких тлумачень цієї категорії. Найчастіше він ототожнюється з поняттям „споживчий ринок” та вживається в контексті

аналітичних оцінок стану і тенденцій розвитку внутрішнього ринку країни. Також, поширеним він є в економічних публікаціях, використовується в правових актах, програмних документах уряду, на нього посилаються економісти і політики. Відсутність чіткого формулювання цієї дефініції призводить до різної інтерпретації поняття „ринок споживчих товарів”. Зокрема, в „Економічній енциклопедії” ринок споживчих товарів трактується як синонім ринку предметів споживання [47, т.3, с.250], під яким розуміється „сукупність необхідних і сталих зв’язків між підприємствами, торговельними організаціями, населенням і державою (опосередковано) щодо купівлі-продажу предметів споживання”. Тут же зазначається, що складовими ринку предметів споживання є виробництво товарів тривалого користування і товарів поточного споживання. Предметами споживання виступає частина національного продукту, яка призначена і використовується для задоволення матеріальних, побутових, духовних та культурних благ [47, т.3, с.249]. На наш погляд, такий підхід до розуміння РСТ є не зовсім коректними. Оскільки сукупність предметів споживання є надзвичайно різноманітною, то межі ринку розмиваються, спрощується підходи до розуміння механізмів функціонування ринку конкретного товару, втрачається можливість ідентифікації способів їхнього дослідження та оцінки. Адже кожен сектор має свою специфіку, вирізняється впливом певних чинників на його місткість, вимогами до споживання, властивостями товару, рівнем і динамікою цін, можливостями та необхідністю регулювати товаропотоки, особливостями діяльності товаровиробників. В інших економічних довідниках [222, с.1], ринок споживчих товарів характеризується місцем, де окремі особи і домогосподарства купують товари для особистого споживання, і де формується попит, пропозиція і ціна на споживчий товар, а різноманіття видів таких товарів формує складну структуру даного ринку.

З таких позицій, більш логічним є об’єктний підхід, і, оскільки ринок ґрунтується на товарному виробництві, а фактори і результати виробництва виступають у формі товару, то більш прийнятним з точки зору розуміння та визначення комплексних підходів до забезпечення стійкого функціонування ринкових механізмів є вживання дефініції „ринок споживчих товарів”. Специфічна роль, яка належить РСТ, обумовлюється економічним та соціальним призначенням споживчих товарів як засобу задоволення особистих і колективних потреб. Згідно міжнародної Класифікації благ і послуг споживчого призначення (СОICOP) [266] структурований опис

споживчих товарів нараховує близько 200 базових товарних позицій, які класифіковані у наступні групи: 1) продукти харчування, напої та тютюн; 2) одяг та взуття; 3) домашнє обладнання, предмети довгострокового користування споживчого призначення, засоби догляду за житлом. Національна класифікація товарів і послуг, яка з 2002 р. використовується Держкомстатом України для розрахунку індексу споживчих цін [88; 139], передбачає поділ товарів на дві укрупнені групи: продовольчі товари (які включають 102 товарні позиції) і непродовольчі товари (які включають набір зі 120-и товарних позицій). У структурі продовольчих товарів окремо виділяються продукти харчування, алкогольні напої, тютюнові, а в непродовольчій – одяг, взуття, парфюмерно-косметичні товари, галантерея, товари побутової хімії, обчислювальна техніка, теле-, радіо-та електротовари, господарчі товари, будівельні матеріали, автомобілі, медикаменти. Таким чином, за організаційною формою РСТ є полісистемним та багатофункціональним утворенням, за вагомістю і значенням в забезпеченні життєдіяльності населення та відтворенні робочої сили РСТ займає провідне місце не тільки в структурі споживчого ринку, але й системі ринків загалом. Зважаючи на його соціальну роль та важливе місце в життєзабезпеченні населення, ринок споживчих товарів можна вважати самостійною підсистемою національної економіки країни з певними особливостями та завданнями функціонування.

Критична оцінка категорій „ринок” та „споживчий ринок” дозволяє нам розглядати ринок споживчих товарів як сукупність соціально-економічних відносин, які поєднують виробництво споживчих товарів, їхній розподіл, споживання та регулювання, відіграють провідну роль у відтворенні робочої сили, забезпеченні економічних взаємозв'язків між окремими галузями виробництва, регіонами країни та іншими державами, гарантують соціальну та продовольчу безпеку країни.

РСТ має певні особливості, які вирізняють його з-поміж інших ринків. Вони пов'язані із: по-перше, спрямованістю ринкових механізмів на задоволення особистих потреб людини в продовольчих і непродовольчих товарах для забезпечення її функціонування як біологічної особи та відтворення робочої сили; по-друге, соціально-економічним характером ринкових відносин та значним впливом політичних чинників на рівень їхньої інтенсифікації; по-третє, великою кількістю споживачів, які різняться за психологічними стереотипами і типами споживацької поведінки; по-четверте, багатофункціональністю та розгалуженістю структури ринку; по-п'яте,

високим рівнем конкуренції та суттєвим впливом процесів глобалізації на стан і рівень кон'юнктури ринку, динаміку цін.

Більш повніше і глибше сутність РСТ розкривають функції, які він виконує. На основі проведених оцінок різних підходів, які описують загальні функції споживчого ринку [1, с.195; 3, с.48; 73, с.60; 7, с.9], можна виокремити ті, які безпосередньо характеризують економічну і соціальну сутність РСТ, і реалізація яких є умовою його стабільності і збалансування. До загальних функцій слід віднести регулюючу, стимулюючу, інтегруючу та контрольну.

Регулююча функція забезпечує стійкість прямих та зворотних зв'язків між учасниками ринку, і передусім, між виробниками споживчих товарів, продавцями та кінцевими споживачами. В основі таких відносин лежить реалізація основного завдання функціонування ринку споживчих товарів – задоволення платоспроможного попиту населення в якісних товарах за обсягами і структурою особистих потреб. Ринок, оперативно реагуючи на зміни, які відбуваються в рівнях і структурі споживання, дає певні імпульси виробникам, що активізує їхню діяльність в напрямі оновлення асортименту та випуску нових товарів, зміни структури виробництва, упровадження нових технологій виробництва, новацій. Інший аспект таких зв'язків лежить в площині відносин між різними виробниками споживчих товарів, з допомогою яких формуються умови конкуренції, ціноутворення, встановлюються та оптимізуються основні мікро-, мезо- та макропропорції в сфері виробництва і в економіці країни загалом.

На ринку з'ясовуються реальні потреби населення в певних товарах. З огляду на це, стимулююча функція РСТ проявляється в заохоченні виробляти лише необхідні споживачеві товари, а також, в стимулюванні впровадження прогресивних форм продажу та обміну товарів, розвитку механізмів конкуренції, коли інтереси виробників спрямовуються на задоволення потреб населення. Саме це забезпечує сталий розвиток ринкових відносин та досягнення рівноваги на РСТ.

Компроміс інтересів учасників обмінних процесів на РСТ та стимулювання їхньої подальшої діяльності досягається виконанням ним інтегруючої функції. РСТ, реалізуючи економічні та соціальні інтереси виробників і споживачів, виконує важливе завдання, яке полягає в узгодженні таких інтересів та їхнє інтегрування в інші сфери економічної діяльності. Це об'єднує в всі економічні і соціальні процеси в

суспільстві, розвиває систему прямих і зворотних зв'язків, забезпечує координування зусиль на розв'язанні головних проблем економіки – підвищення ефективності виробництва та підвищення добробуту населення.

Контрольна функція РСТ полягає у здійсненні контролю за кінцевими результатами виробництва споживчих товарів, якістю товарів та забезпеченням захисту прав споживачів в задоволенні їхніх потреб в безпечній продукції.

Серед специфічних функцій РСТ в умовах розвитку ринкових відносин, можна виділити такі:

- забезпечення динамічної пропорційності зростання попиту і пропозиції споживчих товарів, підтримання збалансованості між ними як за обсягами, так і за структурою;
- стимулювання структурних зрушень в економіці, і, передусім, у секторі виробництва споживчих товарів; встановлення пропорцій у виробничих відносинах, які існують між виробництвом, обміном та споживанням;
- формування цін на споживчі товари шляхом визначення їхньої суспільної вартості і корисності через механізм взаємодії попиту і пропозиції;
- зниження витрат торговельних підприємств, пов'язаних із формуванням товарного асортименту (передусім, витрат на отримання інформації про ціни на споживчі товари, вивчення споживчих переваг покупців, оформлення та юридичне супроводження угод на поставку товарів) і здійсненням власного процесу доведення товарів до споживачів;
- акумуляція інформації про стан та кон'юнктуру РСТ, його місткість, структуру та потенціал.

Кожна із зазначених функцій спрямована на забезпечення розвитку РСТ і реалізується під впливом зовнішнього і внутрішнього середовища. Для РСТ зовнішнім середовищем є сукупність відносин, які пов'язані із забезпеченням необхідних обсягів пропозиції споживчих товарів та активізацією платоспроможного попиту населення. Такі відносини залежать від:

- політико-правового середовища, яке визначає напрями державної політики розвитку внутрішнього ринку, встановлює „правила гри” (єдині правила поведінки), регулює взаємовідносини між учасниками ринку, посилює соціальну відповідальність

товаровиробників та посилює контроль за якістю і безпекою товарів, формує систему захисту прав споживачів;

- інституційного середовища, яке характеризує ступінь сформованості інститутів ринку та розвиток ринкової і торговельної інфраструктури;

- науково-технічного середовища, яке через наукові розробки та технічні новації впливає на появу нових споживчих товарів, зміну структури споживання, формує нові потреби і виробництва;

- демографічного середовища, що формує та визначає споживчий потенціал ринку, дозволяє його сегментувати, впливає на динаміку основних пропорцій РСТ;

- економічного середовища, що обумовлює рівень платоспроможного попиту населення, характеризує фінансовий стан товаровиробників та ресурсне забезпечення виробництва споживчих товарів, визначає напрями і тенденції розширення ринку;

- міжнародного середовища, яке створює нові відносини на внутрішньому ринку, загострює конкурентну боротьбу, причиняє виникненню ризиків. Разом з тим, воно виступає детермінантою вироблення національної моделі ринку споживчих товарів та обрання стратегії його розвитку в умовах глобалізації.

Внутрішнім середовищем на РСТ є сукупність зв'язків і відносини, які дозволяють всім учасникам обмінних операцій реалізувати економічні та соціальні інтереси. Основою взаємовідносин між ними є вільна конкуренція та ринкове ціноутворення. Зовнішнє і внутрішнє економічне середовище є взаємозалежними і взаємодоповнюючими елементами, без яких РСТ не може існувати.

Таке розуміння сутності РСТ дає можливість означити його місце, роль і значення в процесі відтворення. РСТ є найбільш складною і непередбачуваною соціально-економічною підсистемою в системі національного ринку, яке обумовлюється багатовекторністю його розвитку та специфікою функціонування. Така багатовекторність виникає тому, що РСТ включає велику кількість окремих сегментів ринку, які мають свої чітко окреслені цілі та тенденції розвитку, організаційну структуру, по різному реагують на зовнішні і внутрішні впливи, вирішують проблеми задоволення потреб населення. Кожен з них, маючи самостійне значення, бере активну участь в кругообігу товарів, регулює економічні відносини між окремими суб'єктами відтворення, забезпечує ефективне функціонування відтворювального процесу загалом. РСТ не тільки тісно пов'язаний з усіма фазами

розширеного відтворення, але й сам, будучи однією зі складових процесу відтворення – сферою обігу, забезпечує тісний взаємозв'язок виробництва і споживання, що дозволяє розглядати його як цілісну систему, яка акумулює в собі виробництво споживчих товарів, їхній розподіл та споживання. Тут закінчується відтворювальний цикл і особисте споживання виступає, з одного боку, як кінцевий результат їхньої взаємодії (де реалізується головне завдання – задоволення потреб населення в товарах), а з іншого – як першооснова наступного відтворювального циклу, тобто окреслюється роль РСТ як системи, що сама розвивається і одночасно як стимулятора виробництва.

Звідси, дослідження механізмів функціонування РСТ у відтворювальному процесі доцільно здійснювати з позицій: а) формування товарної пропозиції; б) формування платоспроможного попиту населення; в) дії ринкових регуляторів на механізми забезпечення рівноваги; г) розвитку інфраструктури РСТ, і, передусім, торговельної. Такі підходи дозволяють в комплексі розглядати взаємозв'язки і взаємовпливи на цьому ринку у відтворювальному процесі. Оскільки розвиток ринкових відносин визначається чинниками, які лежать в площині відтворювального процесу, в межах ринку споживчих товарів прослідковується дія самостійних елементів, таких як: сфера виробництва, сфера обміну та розподілу, сфера споживання. Тип взаємозв'язків, які виникають між ними, обумовлюються, по-перше, рівнем конкуренції; по-друге, станом розвитку ринкової та торговельної інфраструктури; по-третє, відлагодженістю механізмів державного і громадського регулювання ринку. Модель функціонування РСТ у відтворювальній системі проілюстровано на рис.1.2.

Сфера виробництва характеризується процесом створення товарних ресурсів, які на ринку формують товарну пропозицію. На РСТ процес формування пропозиції диференціюється в залежності від виду і властивостей товару, технічних та якісних параметрів, функціонального призначення, сезонності виробництва, можливостей взаємозаміни. Надходження споживчих товарів на ринок забезпечується виробництвом на вітчизняних підприємствах, виробництвом в домашніх господарствах (переважно продукції продовольчого характеру), імпортом. Частина товарів може поповнюватися за рахунок використання ресурсів державного резерву, особливо в умовах порушення рівноваги ринку або його розбалансування та дестабілізації, зумовлених

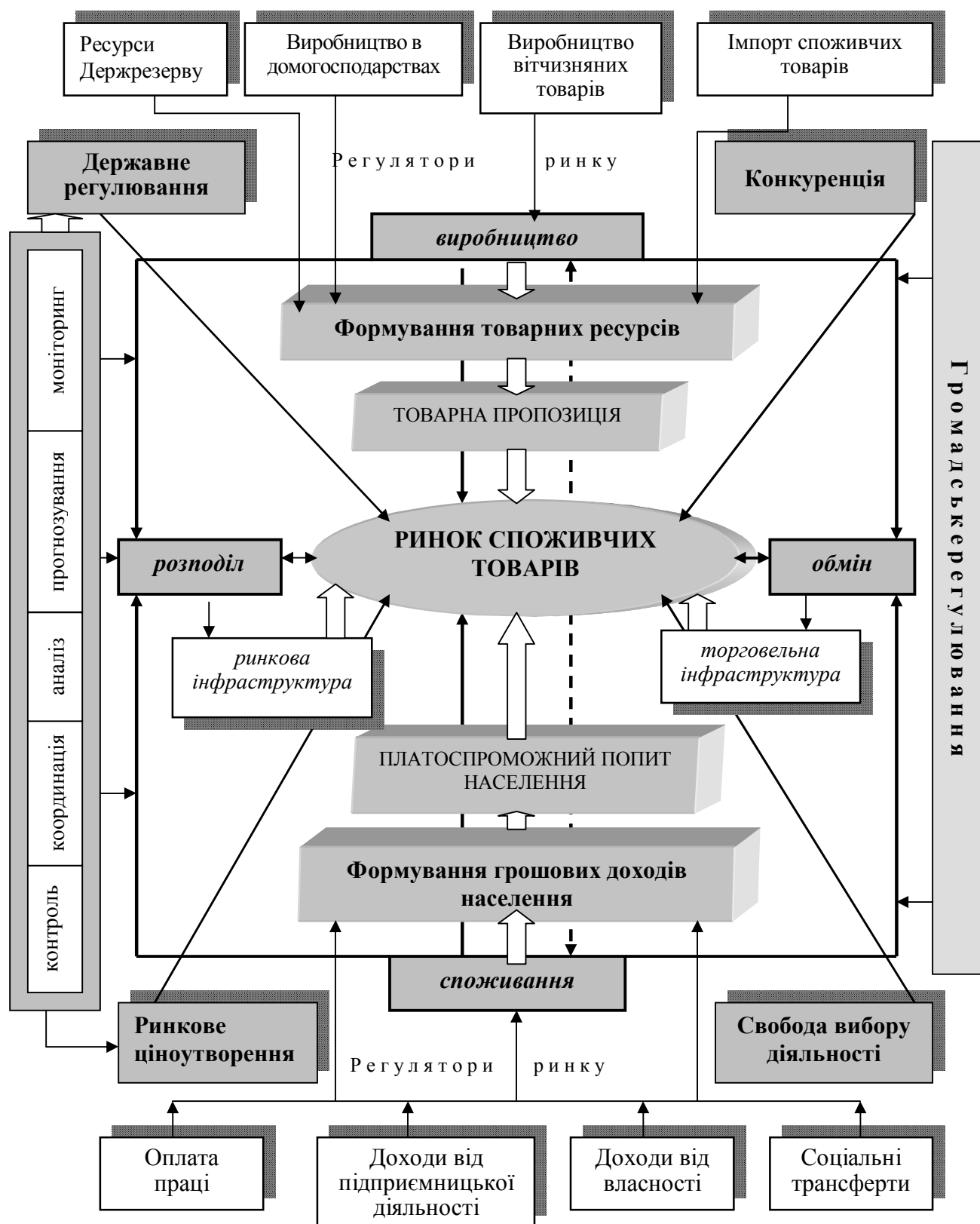


Рис.1.2. Модель функціонування ринку споживчих товарів в системі відтворення¹

¹Примітка. Складено автором.

впливом зовнішніх чинників. Особливість пропозиції на ринку споживчих товарів полягає в тому, що вона є кінцевою ланкою в загальному процесі виробництва і перебуває в тісному взаємозв'язку з кінцевими споживачами, яким властиві різноманітні потреби.

Сфера розподілу дозволяє встановити частку кожного суб'єкта у виробленому продукті. Характер відтворювального процесу на цій стадії залежить від політичних, соціальних та економічних умов, а саме, форми власності на засоби виробництва та вироблений товар, ступеня державного втручання у ринкові механізми та розподілу, послідовності і поступовості структурного реформування економіки, політичної ситуації.

Сфера обміну, за функціональним призначенням, є процесом руху споживчих товарів від товаровиробника до споживача. У відтворювальному процесі вона забезпечує зв'язок між ними, визначає характер таких відносин, включає різноманітні канали і способи доведення споживчих товарів із сфери виробництва у сферу споживання, здійснює обмін у товарно-грошовій формі. Ефективність функціонування сфери обміну залежить, передусім, від ступеня розвитку торговельної інфраструктури, а саме, мережі роздрібної і гуртової торгівлі, ринків з продажу споживчих товарів, а також рівня торговельного обслуговування. Схематично організаційну модель процесу обміну проілюстровано на рис. 1.3.

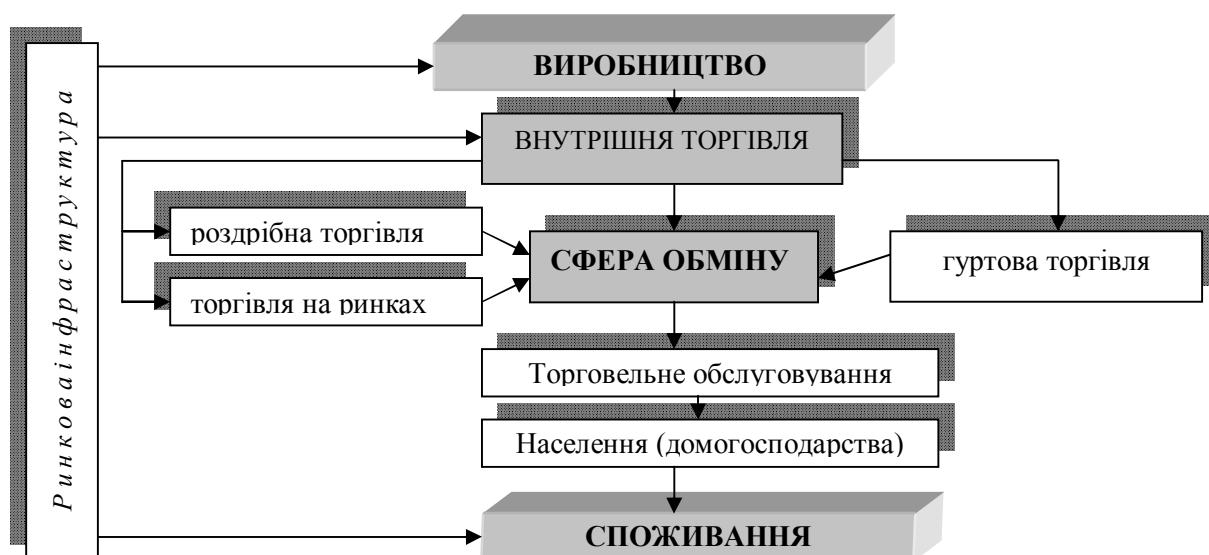


Рис. 1.3. Організаційна модель процесу обміну на ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено автором

Зміст сфери споживання товарів полягає в якнайповнішій реалізації інтересів домогосподарств щодо задоволення їхніх потреб в товарах. В її межах, по-перше, закінчується пересування товару і він реалізує свою споживчу вартість, по-друге, на цій стадії виникає попит, який породжує виробництво споживчих товарів, і, по-третє, тут задовольняються особисті потреби людини (фізіологічні, побутові, культурні). Формою вияву таких потреб є попит на споживчі товари. Як економічна категорія, він уособлює платоспроможну потребу і може бути реалізованим за рахунок наявних грошових доходів.

Сфера державного регулювання, в поєднанні з іншими функціями державного управління (прогнозуванням, аналізом, контролем, моніторингом), формує сприятливе середовище для розвитку ринкової конкуренції та забезпечує стабільне функціонування ринкових механізмів. Держава на РСТ є активним економічним суб'єктом: з одного боку, уряд виступає колективним споживачем (на ринку держава закуповує необхідні споживчі товари в приватному секторі для реалізації власних економічних та соціальних функцій), а з іншого – є виробником таких товарів, забезпечуючи їхнє виробництво на державних підприємствах. Для забезпечення стійкості ринкової системи уряд розміщує державні замовлення, організовує державні закупівлі, розподіляє кошти державного бюджету на розвиток інфраструктури ринку, регулює експортно-імпортні відносини. Конкретні механізми регулювання РСТ та сфери їхнього застосування будуть розглянуті в наступному параграфі.

Подолання різновекторних напрямків дії та приведення в єдину систему зазначених складових відтворювального процесу забезпечуються механізмами ринкової конкуренції, ціноутворення, маркетингових досліджень та свободи економічної діяльності. Під дією цих регуляторів ринок стає динамічним та гнучким у своєму розвитку, якнайповніше реалізує свої економічні та соціальні функції. Схему взаємодії виробництва товарів та їхнього споживання проілюстровано на рис. 1.4.

Таким чином, РСТ є динамічною взаємодією всіх елементів єдиного відтворювального процесу, що формується на основі прямих і зворотних ринкових зв'язків, і передбачає застосування відповідних методів регулювання всіх соці-

ально-економічних відносин, які складаються в процесі функціонування ринку, і, особливо, стосовно проявів ринкових деформацій та поглиблення криз.

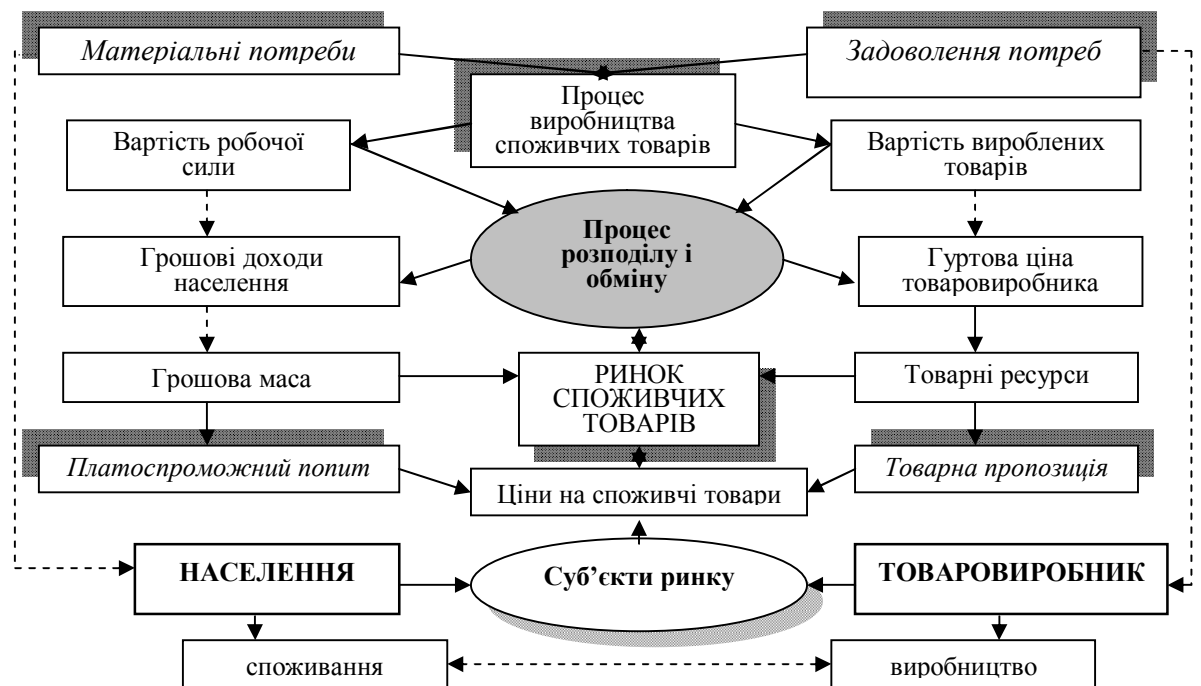


Рис. 1.4. Схема взаємодії виробництва споживчих товарів та їхнього споживання¹

¹Примітка. Складено автором на основі опрацювання [48; 73; 157].

Ринок споживчих товарів є структурованою системою і включає в себе інші підсистеми. Можна виділити такі рівні функціонування РСТ: мікро-, мезо- та макрорівні. На мікроекономічному рівні структура РСТ характеризується взаємодією таких економічних суб'єктів, як покупець (кінцевий споживач – пред'явник попиту) та продавець у сфері обміну, за допомогою якого здійснюється реалізація товарів і послуг. Елементи цієї структури є водночас якісно відособленими і взаємозалежними, формуються на основі впливу чинників попиту та пропозиції. На мезо- і макроекономічному рівнях структура ринку споживчих товарів визначається сукупністю певних його типів та видів, а також, ринків окремих товарів (сегментів). Кожний компонент макроструктури має свою розвинуту підструктуру ринків взаємозамінних та взаємодоповнюючих споживчих товарів. Особливістю структурування ринку на мезорівні є те, що основні пропорції на ньому формуються під впливом як регіональних умов, так і загальнонаціональних чинників, а також визначаються тим, що регіональні ринки не обмежені кордоном.

Оскільки РСТ за своїм змістом є полісистемним утворенням, його обґрунтована структуризація дозволяє систематизувати процеси, які на ньому відбуваються, та виробити запобіжні заходи щодо структурного деформування. Знання структури ринку та детальне вивчення показників, які визначають його пропорції, передбачає врахування специфіки ринкової діяльності та поведінки споживачів, розкрити яку можна через її класифікацію. В економічній літературі пропонуються різні способи та підходи до класифікації ринку. Найчастіше в їхню основу закладаються такі ознаки: а) свобода учасників ринку (ринок виробників і споживачів); б) ступінь обмеження конкуренції (монополістичний, олігополістичний, конкурентний ринок); в) інформованість учасників про стан ринку; г) співвідношення попиту і пропозиції (збалансований, незбалансований); д) ступінь втручання держави (регульований, нерегульований або вільний); е) тип покупця (роздрібний, гуртовий, торгово-посередницький) [84, с.21; 158, с.139; 157, с.160]. В інших наукових дослідженнях, зокрема працях О.Азарян, В. Карпова, В. Кучеренко, структурування РСТ пропонується здійснювати за іншою групою класифікаційних ознак, а саме: економічною, функціональною, кількісною, територіальною, організаційною [1, с.189; 79, с.23]. З метою уточнення та розподілу ринків, пропонуються поділи ринку за якістю, спеціалізацією, каналами реалізації товарів [82, с.35].

Критичний аналіз наукових досліджень дозволяє зробити висновок, що така різноманітність класифікаційних ознак ринків обумовлена специфікою РСТ, його неоднорідністю, динамікою змін ринкової кон'юнктури, поведінкою споживачів та їхніх уподобань. Класифікація ринку більшістю науковців здійснювалася переважно за структурою товару, товарного виробництва, галузевою ознакою або ж ступенем розвитку ринкових механізмів та рівня конкуренції. Рекомендовані нами критеріальні ознаки класифікації РСТ (рис.1.5), на відміну від пропонованих, ґрунтуються на використанні укрупненого набору цільових та функціональних структурних ознак ринкової системи і відповідних їй типів і видів ринку, характерних для умов трансформаційної економіки. Такі підходи в структуруванні РСТ дозволяють виділити специфічні сегменти, які різняться як за законами і динамікою розвитку, так і силою впливу домінуючих чинників та можливістю коригування структурних пропорцій.

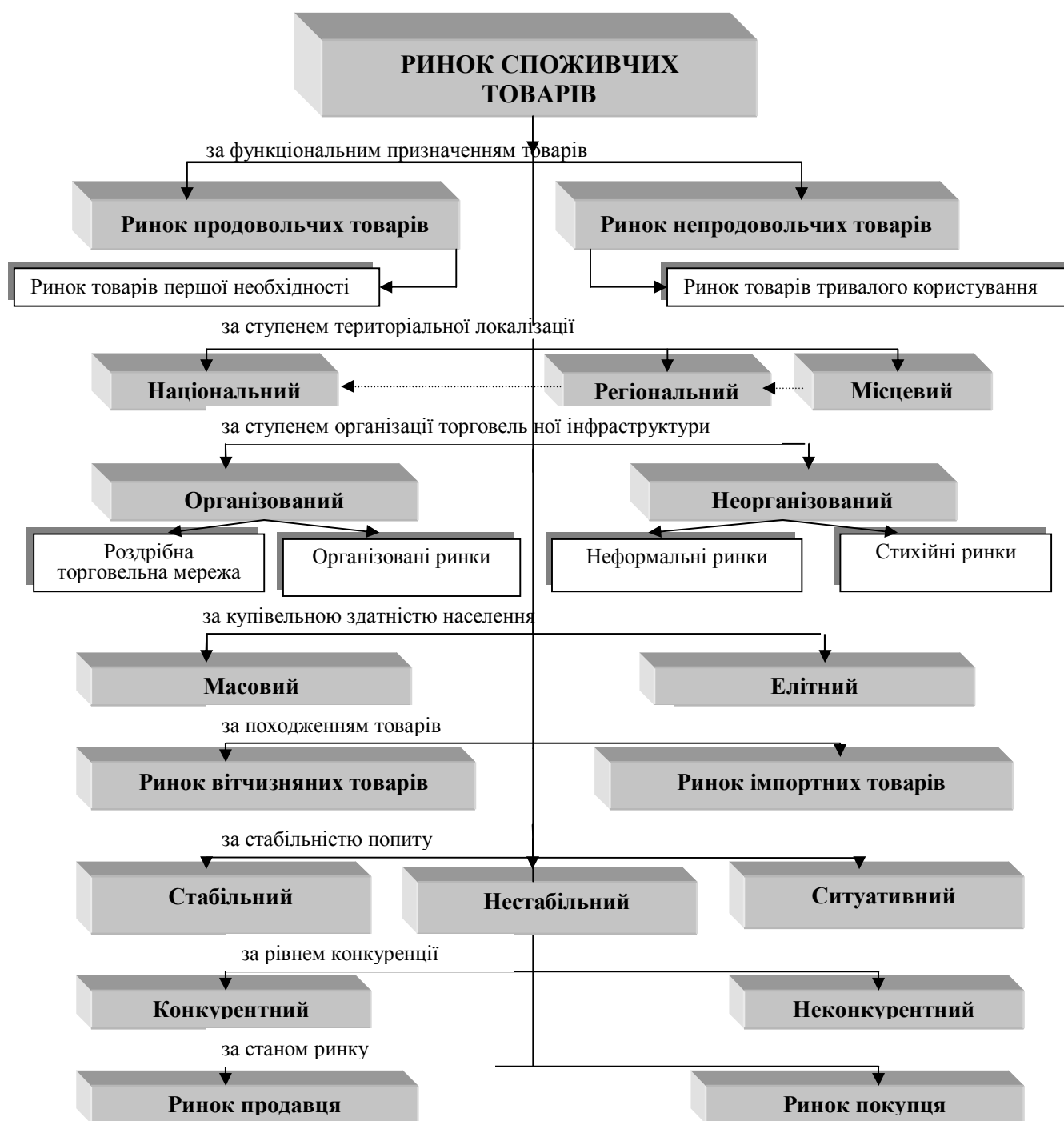


Рис.1.5. Класифікація РСТ за критеріальними ознаками¹

¹Примітка. Структуровано автором.

Передусім, РСТ характеризується часткою в його складі продовольчих і непродовольчих товарів, які в свою чергу поділяються на окремі товарні сегменти і різняться за місткістю; вимогами до якості; споживчими характеристиками; рівнем гуртових та роздрібних цін; можливостями та необхідністю регулювання товаропотоків; особливостями маркетингової діяльності. Вивчення проблем функціонування продовольчого сегменту РСТ, які знайшли широке відображення в наукових дослід-

женнях українських учених (13; 78; 84; 113; 151; 216), дозволяє виокремити наступні специфічні ознаки, які суттєво відрізняють ринок продовольчих товарів від інших сегментів: значні обсяги та масовий характер пропозиції і попиту на товари та їхня орієнтованість на задоволення потреб населення в життєво необхідних товарах; сезонність виробництва великої кількості продовольчих товарів, що викликає сезонні коливання реалізованого попиту та цін на продукти харчування; співпадання в основному термінів виробництва та споживання; значний вплив на формування ринкової рівноваги природних умов; необхідність активного використання інструментів державного регулювання забезпечення ринкової рівноваги. Для ринку продовольчих товарів характерними ознаками є: широкий асортимент товарів та постійне їхнє оновлення за вимогами споживачів; індивідуалізація попиту; більш чіткіше ніж на інших ринках, розмежування товарів за функціональним призначенням; високі вимоги до асортименту і якості товарів; необхідність організації за окремими товарними групами додаткових послуг з експлуатації; довготривале користування та наявність відкладеного попиту.

Однією з особливостей організації та функціонування РСТ є територіальна локалізація ринкової діяльності, яка дозволяє виокремити національний, регіональний та місцевий ринки. За визначенням О.Азарян, спочатку ринок товарів носить чисто локальний характер, у межах якого відбуваються процеси обігу товарів, виробництво і споживання яких охоплює невелику територію. Прикладом такого ринку є ринки окремих продовольчих і промислових товарів і, передусім, в окремих міських чи сільських поселеннях, де всі продавці одночасно є виробниками, а споживачі – і споживачами і виробниками. Далі локальний ринок переходить в регіональний, в межах якого здійснюється обмін товарами, виробленими як місцевими виробниками, так і ввезеними з інших регіонів та країн. На цьому рівні обміну потоки починають набувати стійких напрямків з чітко окресленою спеціалізацією, дослідженням та вивченням кон'юнктури ринку, запитів споживачів і можливостей виробників. Тут починають діяти механізми попиту і пропозиції, через що учасники ринку вступають у відповідні економічні та соціальні відносини [1, с.190]. Більш високим рівнем є національний ринок споживчих товарів. Цей рівень обумовлює тісне поєднання економічних інтересів виробників та споживачів через гнучку систему прямих та зворотних зв'язків між ними, окреслює проблеми структурно-обсягового та якісно-

асортиментного збалансування ринку, визначає ступінь сприйняття ринковою системою конкретних регулятивних дій з боку уряду, спрямованих на його стабілізацію і розвиток, акумулює проблеми глобалізаційних процесів та ризиків.

З точки зору розв'язання окремих завдань дисертації, особливий інтерес становить регіональний РСТ. За економічною сутністю він є саморегулюючою системою відтворювальних процесів, які розвиваються не тільки в сфері обміну, але й у сфері виробництва споживчих товарів і споживання, визначаються сукупністю економічних відносин в регіоні. Структурні елементи останніх формуються на основі прямих і зворотних ринкових зв'язків, перебувають під впливом регіональних особливостей платоспроможного попиту і пропозиції, а також відповідних методів регулювання ринкових відносин з боку місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування та громадських організацій. Як соціальна система, такий ринок задовольняє потреби населення в споживчих товарах, забезпечує їхню доступність різним соціальним верствам громадян, гарантує продовольчу та соціальну безпеку регіону.

Регіональний РСТ, окрім економічної та соціальної сутності, є просторовим утворенням, оскільки визначається територіальними межами руху товарів. Сучасні вітчизняні моделі регіональних ринків носять ознаки переважно територіальної організації. Огляд наукових джерел, присвячених проблематиці формування і функціонування регіональних ринків товарів та окремих його сегментів, зокрема, В. Г. Андрійчука, Л. В. Мазник, Л. О. Лігоненко, А. Ф. Мельник, І. В. Сороки, В. І. Павлова [3; 74; 111; 112; 121; 131; 163; 213] свідчить про домінування територіального принципу у підходах до його організації. За цими підходами, регіональний РСТ визначається як територіальна організація сфери обігу, яка забезпечує задоволення потреб населення в товарах, сприяє ефективному функціонуванню регіональної економіки і підвищенню якості життя громадян [163, с.76]. Андрійчук В. Г., окреслює регіональний ринок як сукупність "господарюючих суб'єктів, органів державного і недержавного управління, остаточних споживачів, об'єднаних економічними інтересами з приводу виробництва, переробки, транспортування, зберігання товарів та потоків матеріальних, інформаційних, фінансових ресурсів між ними, обмежену рамками певної адміністративно-територіальної одиниці [3, с.12]. Разом з тим, він розглядає регіональний ринок товарів народного споживання як єдність економічної та

соціальної систем, в яких пріоритетність надається економічному аспекту. Аналогічні підходи до трактування регіонального ринку товарів дають і офіційні джерела. Згідно Закону України “Про захист економічної конкуренції” [58] регіональний ринок товарів є сферою обігу товару, на який протягом певного часу і в межах певної території є попит і пропозиція. Територіальними межами ринку товарів (або групи товарів) визначені території окремого або декількох регіонів, які включають область, район, місто або їхні частини.

Загалом, не заперечуючи врахування основного принципу у формуванні регіональної моделі ринку споживчих товарів, а саме, наявності територіальних меж адміністративного утворення, можемо констатувати і те, що ринок набуває ознак відкритої просторової системи. Сьогодні в умовах закріплення ринкових засад в системі регіональних ринків зникає територіальна прив’язаність товаровиробника і він виступає як незалежний суб’єкт, який має економічні інтереси не лише на даній території, але й на ринках суміжних областей, країни та за її межами. Звідси, економічна доцільність є тим мотивом, який спонукає підприємство до пошуку нових ринків збуту продукції та розширення власного сегменту ринку на інших територіях.

Іншим, не менш важливим аспектом у розумінні сутності регіонального РСТ, є врахування його функціональної складової, оскільки в економіці регіону ринок споживчих товарів виконує важливі економічні та соціальні функції, забезпечує врахування регіональних особливостей економічного розвитку.

Виділення організованого та неорганізованого сегментів ринку обумовлено розширенням каналів збуту споживчих товарів та рівнем матеріально-технічної бази торговельної інфраструктури. Організований ринок охоплює реалізацію товарів через офіційно зареєстровану мережу торговельних закладів та організованої торгівлі на ринках (стаціонарну, дистанційну, гуртову торгівлю, торгово-сервісні центри, палатки, кіоски) всіх форм власності. Неорганізований ринок є характерним явищем перехідної економіки і тих проблем, які вона породжує. Це сегмент ринку, особливістю якого є існування стихійної торгівлі на неорганізованих ринках, продаж товарів приватними особами та незареєстрованими індивідуальними виробниками. Як зазначається в урядових рішеннях [83; 195;196], спрямованих на скорочення обсягів неформального сегменту споживчого ринку України, саме тут формується так званий “сірий” нелегальний ринок, створюються передумови до розширення реалізації

неякісних, контрафактних товарів та товарів тіньового походження, спотворюються системи товаропросування від виробників, передусім сільськогосподарської продукції, до споживачів, ігноруються правила торгівлі товарами. За даними офіційної статистики частка реалізації споживчих товарів в загальних обсягах товарообороту на неорганізованому ринку коливається в межах 5,5–6,3% [231, с.285].

Розшарування населення за рівнем доходів і витрат зумовило соціальну диференціацію РСТ. На ньому сформувалися два протилежних сегменти: ринок, придбання товарів на якому доступне багатим верствам населення та середньому класу, і ринок, товари якого доступні малозабезпеченим і бідним громадянам. Означені ринки різняться за якісними і вартісними характеристиками товарної пропозиції, каналами наповнення ринку, асортиментом товарів, можливістю доступу до товарів різних верств населення, якістю торговельного обслуговування. Систематизація ознак соціальної диференціації та їхні прояви на РСТ відображені в табл.1.1.

Таблиця 1.1

Характерні ознаки соціальної диференціації ринку споживчих товарів в Україні¹

Ознаки	РСТ багатих верств населення	РСТ бідних верств населення
Рівень доходів і витрат домогосподарств	Домогосподарства мають високі доходи, високу купівельну здатність. В структурі витрат частка придбання продовольчих товарів є низькою (10-15%). Ціни на товари не обмежують споживчих потреб.	Ресурси домогосподарств знаходяться на рівні нижче прожиткового мінімуму; низька купівельна здатність. В структурі витрат домінують витрати на купівлю продовольчих товарів.
Рівень насиченості ринку	Наповненість ринку є високою і стабільною; висока якість товарів; ексклюзивні моделі товару. В товарній структурі ринку переважають ринки предметів розкоші. Наповнення ринку здійснюється переважно імпортними товарами.	На ринку представлені товари масового попиту, низької або недостатньо високої якості; на ринку сегменти окремих товарних груп розмиті.
Рівень обслуговування	Спеціальне та індивідуальне обслуговування; висока культура обслуговування; уважне і запобігливе ставлення до покупця; післяпродажне обслуговування складних товарів.	Низька якість і культура обслуговування; переважає самообслуговування при виборі товару; післяпродажне обслуговування відсутнє.
Рівень організованості ринку	Організована торгівля, домінує мережа сучасних торговельних центрів, елітарних магазинів.	Купівля товарів здійснюється переважно на організованих, неорганізованих та стихійних ринках.
Якість пропонуваного товару	Виробництво споживчих товарів здійснюється з використанням новітніх технологій, світових зразків; торговельна марка є відомою	Виробництво товарів здійснюється з використанням застарілих технологій, використовуються переважно неякісні матеріали та сировина.
Товарооборот ринку	Товарооборот ринку є повільним, але високодохідним за рахунок високих цін на товари.	Доходи від торговельної діяльності отримуються за рахунок високої оборотності товарів.

¹Примітка. Складено автором на основі опрацювання [11; 17; 70]

Поділ ринків на елітний та масовий лежить в площині як диференціації доходів і витрат населення, так і формування елітарної економіки (і, відповідно, елітарної торгівлі), пов'язаної переважно з виробництвом предметів розкошу (побутових товарів, одягу, взуття, предметів особистої гігієни, автомобілів). Сьогодні такий поділ характеризує індивідуалізацію потреб найбільш забезпечених громадян країни та середнього класу. Це обумовлено тим, що згідно теорії корисності та закону спадної корисності, в основі попиту лежать функціональні та нефункціональні мотиваційні складові, а саме: якість товару та його корисність, а також зовнішні впливи, пов'язані з спекулятивною і нерациональною поведінкою споживача (зокрема, престижем, належністю до певної соціальної групи, підтриманням відповідного статусу). Елітний попит є чинником ідентичності споживача і формує його переваги в потребах і споживанні більш дорогих та якісніших товарів, на відміну від масового попиту, де вимоги до товару є невисокими, як і пропозиція такого товару. Загалом же, елітний та масовий попит взаємодоповнюють один одного. Їхні відносини можемо проілюструвати на ієрархії потреб. Якщо в основу таких потреб покласти піраміду потреб А. Маслоу, то побудована схема (рис. 1.6) дозволяє ув'язати ієрархію мотиваційних потреб споживача з наявними доходами і окреслити межі переважно елітного і масового сегментів РСТ.

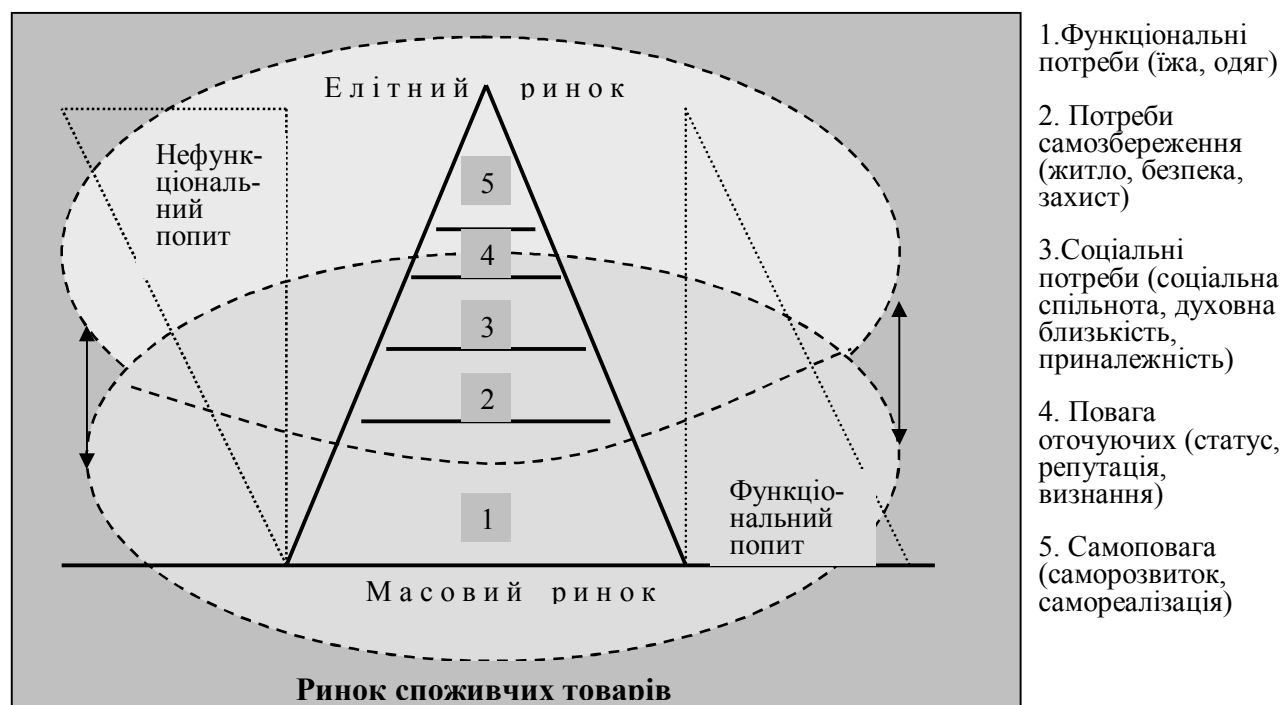


Рис. 1.6. Сегменти переважно елітного і масового споживання на РСТ¹

Примітка: Складено на основі [70; 72; 102; 116; 259].

Підсумовуючи дослідження РСТ за ознакою купівельної спроможності населення можна констатувати, що в Україні сьогодні розвивається сегмент елітарної торгівлі, в якому домінують товари імпортного виробництва, передусім, престижного одягу, взуття, аксесуарів, автомобілів. За оцінками експертів, частка елітного ринку України в останні роки складає близько третини і має тенденцію до зростання.

Конкретні форми відносин на ринку споживчих товарів проявляються в кількісних та якісних співвідношеннях основних елементів ринку. Представлена автором організаційна модель РСТ (рис.1.7) дозволяє детальніше дослідити внутрішні і зовнішні зв'язки в системі, охарактеризувати механізми взаємодії попиту, пропозиції, конкуренції на формування цін, визначити складові потенціалу ринку та охарактеризувати основні тенденції кон'юнктурних коливань, оцінити вплив на їхню динаміку і напрямок основних чинників. Не вдаючись до теоретичних викладок загальновідомих механізмів взаємодії складових ринку (попит, пропозиція, ціна, конкуренція) та чинників, які на них впливають (цінових та нецінових), можна визначити коло основних проблем збалансування механізмів функціонування РСТ та обґрунтувати його значення в забезпеченні економічного зростання.

Досліджуючи проблеми функціонування РСТ в Україні та оцінюючи основні параметри його розвитку, необхідно відзначити те, що в їх основі лежать процеси, які не вписуються в загальноприйняті схеми класичних підходів до розуміння дії ринкових механізмів. По-перше, це стосується питань ціноутворення на споживчі товари, які формувалися і формуються під впливом інфляційних процесів, викривлень в оцінюванні вартості товарів за його походженням (сільськогосподарські, промислові, імпортні), існування бартерних схем розрахунків, доларизації грошової одиниці (ціни на більшість товарів орієнтовані на обмінний курс іноземних валют). По-друге, це неузгодженість механізмів попиту і пропозиції споживчих товарів за обсягом і структурою. В їхній основі лежить дисбалансне ціноутворення, низький рівень та деформованість структури споживання населення, неможливість виробляти конкурентоздатну продукцію з причин застарілих технологій та організації виробництва, інтенсифікація товарних потоків з-за кордону (якщо донедавна це стосувалося окремих груп товарів довготривалого користування, то з проявом кризових явищ на споживчому ринку в 2002-2006 рр. в таку групу товарів ввійшли і продукти харчування). По-третє, це загальне зниження купівельної спроможності

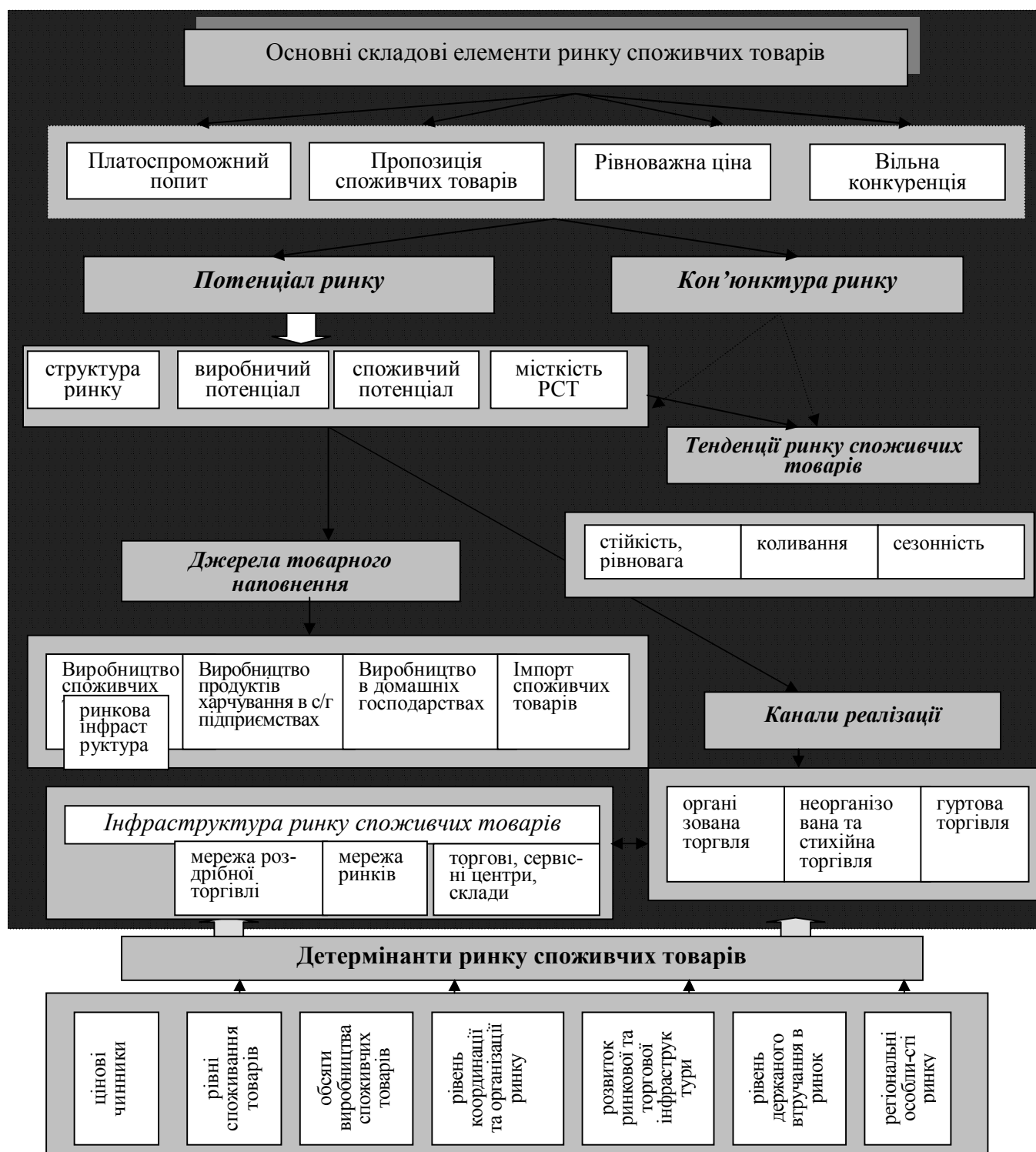


Рис. 1.7. Організаційна модель ринку споживчих товарів та взаємозв'язок його складових елементів¹

¹Примітка. Складено автором.

населення. Гострота цієї проблеми полягає в тому, що саме платоспроможний попит є доміантою розширення місткості ринку та оптимізації його структури.

Визначення місця і ролі РСТ у соціально-економічних процесах розглядається в таких аспектах: значення РСТ у забезпеченні економічного зростання та підвищення добробуту населення; вплив на структуру та обсяги внутрішнього виробництва, а отже на структурні пропорції національної економіки; забезпечення соціальної і продовольчої безпеки країни.

РСТ як сфера руху і перерозподілу товарних і грошових цінностей, призначених для задоволення потреб населення, є важливою ланкою функціонування економіки і здійснює безпосередній вплив на динаміку ВВП, а отже, і на економічне зростання. Про це свідчать, наприклад, дані США, де питома вага роздрібного товарообороту (який приймається як оціночний показник розвитку споживчого ринку) складає більше 60% ВВП, і який є каталізатором внутрішнього виробництва споживчих товарів [252, с. 103]. В Україні цей показник є значно нижчим, і за величиною і за темпами приросту характерний депресивній економіці. Так, якщо в 1990 р. відношення обсягу роздрібного товарообороту до виробленого ВВП складало 46,7%, то в 2006 р. – 44,0% [231, с. 25, с. 268]. Незважаючи на те, що в останні роки темпи зростання роздрібного товарообороту (далі – РТО) значно випереджали динаміку зростання ВВП, ринок споживчих товарів в Україні не став чинником і детермінантою економічного зростання.

Таким чином, викладене дає підстави стверджувати, що стан РСТ є не тільки вихідним і визначальним чинником динамічного розвитку національної економіки, але й характеризує ступінь її соціальної спрямованості та є невід'ємною складовою системи забезпечення національних інтересів і економічної безпеки держави. Разом з тим, розв'язання окреслених проблем функціонування РСТ потребує цілеспрямованого впливу з боку органів виконавчої влади на його стабілізацію і розвиток.

1.2. Система регулювання ринку споживчих товарів: напрями трансформації

У науковій літературі, де досліджувалися проблеми регулювання ринку, сформувалися різні підходи до визначення інституцій регулювання, пояснення його змісту, окреслення меж та інструментарію втручання, вироблення механізмів впливу на забезпечення збалансованості і розвиток ринкової системи. У більшості країн з розвинутою ринковою економікою склався багатоаспектний механізм регулювання: з

одного боку – це механізм ринкової конкуренції, а з іншого – механізми державного і недержавного (громадського та інституціонального) регулювання. У цьому випадку держава бере на себе ті функції, які не відповідають природі ринкової конкуренції, реалізуються нею неповно або ж повільно. Разом з тим, держава забезпечує умови для оптимального функціонування всього ринкового механізму.

Найскладнішим завданням в дослідженнях теорії і практики регулювання ринку на сьогодні залишається визначення оптимальних співвідношень між ринковим саморегулюванням та державним втручанням в ринкові механізми. Ретроспективний аналіз та оцінка підходів до обґрунтування необхідності, меж, змісту та форм державного втручання дозволив виокремити такі основні концепції співвідношення між державним і ринковим регулюванням: ліберальну (класичну); кейнсіанську, монетаристську; дирижистську та інституціоналістську.

Прихильники концепції лібералізму в економіці, Л. Мізес, Л. Вальрас, У. Самнер, А. Маршалл [51, 73; 128; 141; 157], заперечували будь-яке втручання держави в суспільне життя, необхідність дотримання принципів „laissez faire” (не заважати) в державній економічній політиці. Зокрема, Л. Мізес [141, с. 49-56] вважав, що будь-яке втручання в ринкові інститути з боку держави є недопустимим, а уряди мають лише створювати за допомогою економічних, і, передусім, податкових важелів умови та формувати сприятливе середовище для економічної діяльності. У. Самнер наголошував на недоцільності використання політики державного протекціонізму щодо національного виробника, в основі якої лежить підміна механізмів ринкової конкуренції системою „охоронного мита” та адміністративного регулювання оплати праці і цін на споживчі товари, що, в кінцевому підсумку, деформує основи ринкової економіки загалом. Найкращим результатом успішності ринку на думку вченого, є „повне утримання держави від будь-яких впливів на суспільство” [51, с.142]. Помилковість таких поглядів довели економічні кризи багатьох національних економік, які виникли внаслідок неспроможності ринку забезпечити ефективність обмінних процесів, гарантувати оптимальний розподіл ресурсів, попередити інфляційні процеси та утворення монополій.

У результаті дослідження причин економічного падіння, а також на основі аналізу умов виходу з кризових ситуацій, обґрунтовано і сформовано нові підходи до розуміння значення держави в ринковій економіці, і які передбачали необхідність

підвищення ролі уряду в регулюванні ринку. Такі висновки лягли в основу кейнсіанської концепції, представники і прихильники якої (Дж. Кейнс, Дж. Гікс, Е. Гансен, Е. Домар, Н. Калгар) [73; 80; 247; 248; 275] рекомендували урядам активно втручатися в економіку вільного ринку, оскільки він не володіє механізмами подолання і виходу з кризових ситуацій, а також не має внутрішніх ресурсів для розв'язання гострих соціальних проблем. У межах цієї концепції державні органи багатьох країн виробляли ефективні заходи щодо управління попитом на ринках товарів, активно використовуючи при цьому інструменти грошово-кредитного та фінансово-бюджетного регулювання.

Прихильники монетаристської школи, М. Фрідмен, Ф. Гейк, Ф. Найт, Г. Саймонс, Дж. Мілль, Дж. Гоутрі [145; 73; 246; 261; 271; 279], вважають, що державне регулювання ринку є об'єктивним процесом, і обґрунтовують необхідність державного втручання як умови стабільного і збалансованого розвитку економічної системи загалом. В їхніх наукових розробках чітко окреслюється коло специфічних проблем ринку, визначаються основні принципи та завдання втручання держави в ринкові механізми, обґрунтовується використання виключно економічних важелів впливу на ринкову ситуацію. Зокрема, Дж. Мілль наголошував, що проблема розуміння та визначення меж функцій у діяльності уряду є найактуальнішою, і, оскільки, вона не передбачає універсального розв'язання, вчений пропонує використовувати два види втручання з боку уряду в ринкову економіку: директивне і рекомендаційне [261, с.102-103]. Будучи прихильником свободи економічної діяльності як суб'єктів ринку, так і споживачів у виборі товару, Ф. Гейк, однак, зазначав, що невизначеність ринкової інформації, незнання учасників ринку, загострення конкуренції мають доповнюватися активним втручанням держави, оскільки пропозиція не завжди автоматично породжує попит. Разом з тим, монетаристська теорія виходить з того, що лише економічна свобода, як антитеза регулюванню здатна забезпечити стійке зростання. Запропонована М. Фрідменом методологія визначення індексу економічної свободи включає чинники, які безпосередньо залежать від того, на яких принципах і які правила гри будуть обумовлюватися урядами країн в забезпеченні розвитку ринкових механізмів. До них віднесені: розмір державного сектору, бюджетних витрат і урядового втручання; структура правової системи, і, передусім, правового захисту прав споживачів; доступ

товаровиробників до інвестиційних ресурсів; ступінь відкритості ринку; розвиток ринкової інфраструктури [271].

Згідно висновків дирижистської концепції, державі має належати визначальна роль у регулюванні ринкових процесів. Прихильники дирижизму, зокрема, Ф. Перру, вважають, що протиставлення ринкового механізму і планомірного розвитку економічної системи, яка забезпечується державними програмами, є неправомірним. За їхніми висновками, обґрунтованим є впровадження індикативного (рекомендаційного) державного планування, поєднання державної влади та приватної ініціативи, здійснення державного контролю за інвестиціями, кон'юнктурними коливаннями ринку, забезпечення добробуту населення. Ф. Перру вважає, що основним завданням економічної політики держави є створення „полюсів зростання” і „усвідомленим управлінням середовищем розповсюдження їхнього ефекту. Держава має стати центром з прийняття рішень” [278, с.156-162].

Інституціональні підходи щодо визначення змісту та співвідношення державного і ринкового регулювання [34, 153; 258; 250] ґрунтуються на трьох основних передумовах: по-перше, економічне зростання не є самоціллю, а лише засобом підвищення якості життя, а ринкове саморегулювання виступає інструментом управління соціально-економічним розвитком; по-друге, розвиток економіки обумовлюється не стільки загальними законами суспільного розвитку, а, скоріше, діяльністю формальних (законодавчих) і неформальних (добровільно обумовлених) обмежень, правил, або ж норм; по-третє, системні функції ринку реалізуються через формування та розвиток економічних інститутів, які є стійкими функціональними і організаційними формами колективної економічної діяльності, до яких відноситься і держава. Як критерій виміру ринкового потенціалу інституційної системи Д. Норт використовує індекс якості інституційної побудови, який інтегрує в собі індекс економічної свободи, індекс державного втручання в економіку (індекс Кауфмана) та індекс розвитку фінансового ринку. Зокрема, індекс Кауфмана, який є узагальнюючим показником якості державного управління, розраховується на основі оцінки демократичності виборів, політичної стабільності, ефективності діяльності уряду, якості регулюючих інструментів, якості законів і правил, рівня корупції [250, с.4]. Чим вище значення індикатора, тим вища якість управління, а отже, державного регулювання ринкових механізмів.

У сучасній економічній літературі трактування сутності державного регулювання ринку зводиться до визначення його як системи практичних дій уряду щодо забезпечення сталого і збалансованого функціонування ринкових механізмів через використання усіх можливих важелів як адміністративного, так і економічного впливу, а також активного реагування на проблеми дестабілізації і порушення рівноваги в кожній конкретній ситуації. Такі підходи домінують в економічних дослідженнях останніх років і переважно у вітчизняній науці, що обумовлюється існуванням проблем трансформаційних ринкових перетворень в економіці, які охопили усі сфери суспільства.

Ускладнення соціально-економічних процесів, пов'язаних з євроінтеграційними процесами України, членством в СОТ, актуалізує завдання та наповнює новим змістом функції держави, що, на нашу думку, вимагає нового осмислення її ролі в забезпеченні стабільного розвитку як внутрішнього ринку, так і ринку споживчих товарів. Стосовно останнього, у вітчизняній літературі дослідження є несистемними і методологічно неоформленими. Зокрема, в дослідженнях таких українських вчених, як В. Андрійчука, Я. Антонюк, Л. Лігоненко, І. Бланка, А. Мазаракі [3; 4; 7; 111; 119] основна увага зосереджена, по-перше, на оцінці використання механізмів державного регулювання щодо становлення і організації споживчого ринку, а не для його розвитку, а по-друге, такі оцінки обмежуються переважно сферою внутрішньої торгівлі, що не дозволяє розглядати проблеми регулювання ринку в комплексі.

Опираючись на наукові дослідження провідних учених з теорії і практики державного регулювання ринкової економіки В. Бесєдіна, А. Мельник, Р. Михасюка, Д. Стеценка, С. Чистова, Л. Швайки [14; 144, с.8; 249, с.13; 251, с.21], можна означити більш широкий (узагальнюючий) підхід, в основу якого покладено розуміння державного регулювання ринку як сукупності цілеспрямованого впливу з боку органів управління різних рівнів на РСТ з метою його стабілізації та забезпечення збалансованого розвитку, що включає розроблення концептуальних засад державної політики регулювання РСТ, створення необхідної нормативно-правової бази, інституційного та інформаційного забезпечення, використання програмно-цільових підходів, економічного інструментарію та методів адміністративного впливу.

Однак таке розуміння має ґрунтуватися не стільки на проблемах збалансування обмінних процесів (торгівлі), як на пошуку оптимальних варіантів стимулювання

наповнення ринку вітчизняними продовольчими і непродовольчими товарами та підвищення платоспроможного попиту населення, враховуючи зміни зовнішнього середовища, зокрема, світової кон'юнктури та вимог СОТ. Звідси, найбільш аргументованим є визначення державного регулювання ринку споживчих товарів як системи практичних заходів законодавчого і виконавчого характеру, що здійснюються органами влади на національному, регіональному та мікроекономічному рівнях щодо забезпечення умов стабільного розвитку РСТ, адаптованого до змін світової кон'юнктури та внутрішнього попиту шляхом нарощування вітчизняного конкурентоспроможного виробництва споживчих товарів, стимулювання платоспроможного попиту населення та активізації розвитку торгівлі.

За період ринкової трансформації економіки в Україні були сформовані певні механізми державного регулювання, які дозволили створити умови для становлення і розвитку ринкового середовища та подолання кризових явищ на РСТ. Особливо інтенсивними у цьому відношенні стали останні роки. Починаючи з 2000 р. було прийнято чимало правових та нормативних актів з питань прозорості внутрішнього ринку, вдосконалення функціонування внутрішньої торгівлі, ринків продовольчих та непродовольчих товарів, формування ринкової та торгової інфраструктури, посилення захисту внутрішнього ринку споживчих товарів [67; 88; 94; 95; 177; 194; 196;]. Важливим надбанням практики державного регулювання стало усвідомлення того, що створення самодостатнього і повноцінного РСТ має вирішальне значення в соціальній стабільності країни, забезпеченні економічного зростання, захисту вітчизняного товаровиробника, нарощуванні конкурентоспроможності виробництва, подоланні цінових диспропорцій, зростанні добробуту громадян.

Разом з тим, на сьогодні проблематичним є означення меж регулятивного впливу з боку державних органів на механізми ринку та інструментарію, який би забезпечував ефективність урядових заходів. Найбільш ґрунтовні дослідження з проблематики окреслення меж втручання та характеру взаємодії складових цілісного механізму регулювання ринку зроблені в працях А.Ф. Мельник, присвячених теорії і практиці державного регулювання економіки перехідного періоду [130; 131]. Вченим, зокрема, наголошується, що окрім державного регулювання, існує і недержавне, яке включає інституційне (тобто регулювання з боку інституцій ринкової інфраструктури) та громадське (зі сторони громадських організацій) регулювання ринкової економіки.

І між ними мають бути сформовані певні співвідношення, які і означуватимуть ступінь і доцільність застосування того чи іншого регулятивного інструментарію. Чим більше розвинуті форми недержавного регулювання, тим менша необхідність державного втручання в ринкові процеси [130, с.9]. Найголовнішим завданням є означити адаптаційне середовище, де поєднуються та балануються інтереси всіх учасників ринку.

Отже, розглядаючи відносини в системі держава – ринкові механізми, слід наголосити на необхідності пошуку такої моделі їхньої взаємодії, де важелі державного впливу доповнюють механізми вільної конкуренції, а не блокують їх, і де соціальний фактор – інтереси громадян та їхній добробут – є визначальною метою існування цих відносин (рис. 1.8). Тому, подальший розгляд та уточнення механізмів регулювання РСТ доцільно здійснювати із урахуванням необхідності поєднання і узгодження цілей та інтересів держави, громадських та ринкових інституцій, суб'єктів підприємництва, домашніх господарств, а також, адаптації і взаємоузгодження механізмів організаційного та економічного регулювання кожної з означеної систем.

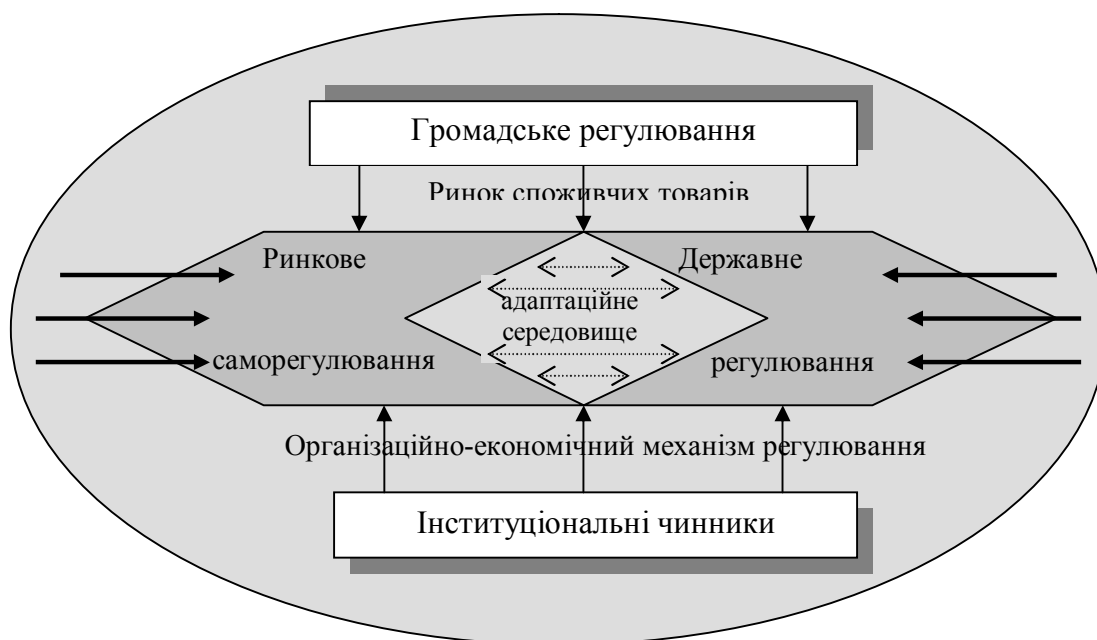


Рис. 1.8. Модель взаємодії механізмів регулювання ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено на основі [130, с. 9; 144].

Таким чином, аналіз наукових підходів до державного регулювання ринку, дозволяє констатувати, що втручання держави в ринкові механізми мотивується необхідністю ліквідації вад ринкової економіки, а також, необхідністю розв'язанням проблем економічного, соціального і політичного характеру. В основі формування

механізмів регулювання лежить модель ринкової економіки, яка функціонує на принципах Паретто-оптимальної конкурентної рівноваги.

Неспроможність ринку здійснити соціально- та економічно оптимальний розподіл доходів і ресурсів в суспільстві породжує провали ринку, що робить його неефективним. За таких умов він потребує втручання держави для гарантування стабільності і збалансованості розвитку. Звідси, можна виділити наступні причини необхідності державного регулювання РСТ в Україні в сучасних умовах:

- відсутність адекватних ринкових механізмів, здатних попереджати виникнення криз, обумовлених як недосконалістю ринкових механізмів, так зовнішніми впливами та політичною невизначеністю;

- існування соціальної та регіональної диференціації РСТ, обумовленої відмінностями в рівнях доходів та споживання населення, диспропорціями регіонального розвитку;

- засилля контрафактних товарів і товарів низької якості імпортного виробництва, що обумовлює необхідність захисту внутрішнього ринку та контролю за якістю і безпекою товарів, дотриманням прав споживачів.

Теоретичні дослідження необхідності та сутності регулювання дають змогу вибудувати систему державного регулювання РСТ, яка включає такі складові: а) формування цілей, мети, завдань та принципів, на яких будуть ґрунтуватися механізми регулювання; б) визначення об'єкта втручання (конкретних процесів, явищ, ситуацій, деформацій ринку) та суб'єкта регулювання (який реалізує регулятивні функції), окреслення характеру взаємозв'язків між ними; в) вибір напрямів, форм, методів та інструментів здійснення регулятивних заходів щодо розв'язання проблем розвитку РСТ; г) вироблення механізмів реалізації, організації, контролю та аналізу результатів впровадження урядових заходів, надання консультацій та вироблення рекомендацій. Практично, ця система акумулює в собі три основних блоки: формування, впровадження та коригування. Вони є взаємопов'язаними між собою і спрямовуються на досягнення визначених критеріїв регулювання РСТ та досягнення цілей його розвитку (рис.1.9).

Оскільки державне регулювання РСТ є центром перетину інтересів учасників ринку, воно потребує відповідної інституалізації. Інституційна складова

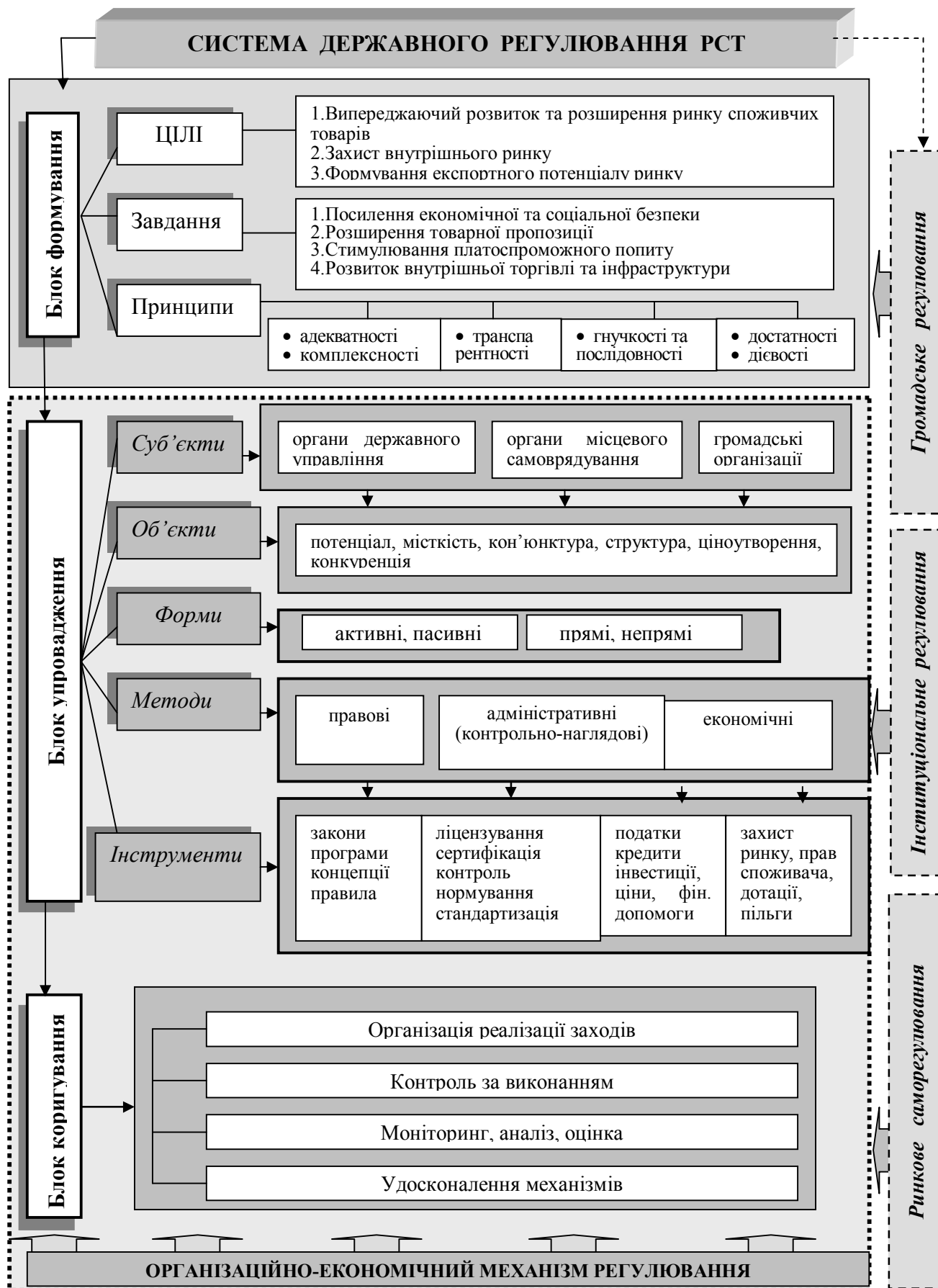


Рис. 1.9. Узагальнення підходів до побудови системи регулювання ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено автором.

регулювання РСТ на сьогодні складається із: а) системи організаційних структур на національному та регіональному рівнях, наділених певними повноваженнями в сфері забезпечення стабільного розвитку РСТ, до якої слід віднести державні органи управління, наукові установи, громадські організації, ринкові інституції; б) нормативно-правової бази, яка регламентує діяльність учасників РСТ та створює певні правила взаємовідносин, забезпечує розвиток конкуренції, гарантує продовольчу безпеку, здійснює захист внутрішнього ринку та споживачів, унеможливорює доступ на ринки неякісних товарів.

Механізми досягнення поставлених цілей передбачають вироблення системи конкретного інструментарію регулювання, які мають бути достатніми і забезпечувати досягнення бажаних результатів. Аналітичний огляд наукових джерел за даною проблематикою, а саме, праць А. Мельник, І. Михасюка, Д. Стеценка, С. Чистова, Л. Дідківської та інших [42, с.37; 230; 144, с.28; 249, с.17], дозволив виокремити наступні методи, які найбільш повно характеризують систему державного регулювання РСТ в Україні: нормативно-правові, адміністративні (в системі регулювання РСТ їх доцільно конкретизувати як контрольні-наглядові і обмежувально-заборонні) та економічні (рис. 1.10).



Рис. 1.10. Методи державного регулювання розвитку ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено автором.

Правові методи забезпечують формування стабільної законодавчої і нормативної бази, яка конкретизує діяльність, функції, права і обов'язки суб'єктів ринку, безпосередніх споживачів, ринкових інституцій, торгових підприємств та організацій, забезпечує взаємодію між органами державної влади, місцевого самоврядування і недержавними організаціями щодо розвитку РСТ. Проблемою, яка сьогодні актуалізується в зв'язку зі членством України в СОТ, є адаптація чинної нормативно-правової бази регулювання РСТ до вимог ЄС.

Система адміністративних методів на РСТ характеризується використанням обмежуючих, контрольних та заборонних заходів, які унеможливають надходження на внутрішній ринок недоброякісних товарів та фальсифікованих продуктів, забезпечують виробництво якісних споживчих товарів та задовольняють потреби населення в їхньому споживанні відповідно до затверджених науково-обґрунтованих норм. До інструментів адміністративного регулювання слід віднести, передусім, патентування та ліцензування окремих видів торгівлі, державну реєстрацію об'єктів торгівлі, сертифікацію та декларування продукції, встановлення державних стандартів виробництва та продажу споживчих товарів, державний контроль та нагляд.

Розв'язання більшості проблем функціонування РСТ неможливо забезпечити тільки адміністративними методами регулювання, тому вони мають використовуватися в поєднанні з економічними. Економічні методи складають основу системи державного регулювання РСТ і мають на меті узгодити економічні інтереси виробників споживчих товарів, безпосередніх споживачів та посередників, а також дозволяють сформулювати такі умови і середовище функціонування ринкових механізмів, які унеможливають появу кризових явищ. Використання економічних методів спрямовується на посилення дії зворотного зв'язку між учасниками РСТ, а, також, передбачає опосередковану дію на них з метою реалізації державної політики стабілізації і розвитку ринку.

Всі означені методи державного регулювання пов'язані між собою і застосовувати їх потрібно в певній комбінації. В умовах ринкової економіки державне регулювання процесів розвитку РСТ має здійснюватися з переважанням (або виключно) економічних інструментів в межах існуючої нормативно-законодавчої бази. Проте в умовах порушення ринкової рівноваги, розбалансованості і тінізації

внутрішнього ринку, необхідним є тимчасове застосування адміністративних важелів регулювання окремих ринкових процесів.

Результативність та дієвість застосування означених методів визначається механізмами державного регулювання РСТ. Дослідження генезису формування теоретичних положень регулювання ринкової економіки дає підстави стверджувати, що на сьогодні відсутнє чітке розуміння цієї дефініції, а поняття „організаційно-економічного механізму регулювання” вивчене ще не достатньо і неповно, хоча в багатьох наукових розробках об’єктом дослідження обрано саме організаційні та економічні аспекти регулювання економіки.

За визначеннями науковців [42, с.23; 108; 117, с.62; 250, с.14], механізм державного регулювання є способом дії суб’єкта регулювання, який ґрунтується на базових функціях і принципах, забезпечуючи за допомогою відповідних форм, методів і засобів, ефективне функціонування системи державного регулювання для досягнення визначеної мети та розв’язання протиріч. Механізм державного регулювання тут розглядається як сукупність організаційно-економічних методів та інструментів, за допомогою яких виконуються взаємопов’язані функції для забезпечення безперервної, ефективної дії держави на підвищення функціонування економіки. Відповідно, держава, регулюючи економічні відносини, створює відповідні інституції та виконує соціально-економічні і правові функції за допомогою комплексу регуляторів, у результаті чого забезпечується реалізація поставлених державою перед органами влади всіх рівнів цілей, які трансформуються в їх основні завдання, функції та повноваження.

Досліджуючи організаційно-економічний механізм регулювання ринку, слід відзначити, що під ним найчастіше розуміють систему взаємообумовлених методів, критеріїв, принципів, параметрів, функцій управління, організаційних структур впливу виконавчих органів усіх рівнів на учасників ринкової системи [117, с.61; 108; 97; 144, с.131]. О. Азарян визначає організаційно-економічний механізм регулювання споживчого ринку як систему причинно-наслідкових і зворотних зв’язків з організації і регулювання споживчого ринку і його інфраструктури, що засновані на аналізі та прогнозуванні потреб населення і забезпечують взаємодію між ринками на макро- мезо- і мікрорівнях [1, с.208]

Оскільки в теорії регулювання РСТ на сьогодні не сформовано чіткого змісту поняття „організаційно-економічний механізм регулювання”, при його трактуванні слід виходити із основної його критеріальної ознаки, а саме, як цілісної системи економічних та організаційних заходів досягнення кінцевого результату реалізації визначених цілей розвитку РСТ і в якому мають бути закладені внутрішні можливості корекції і узгодження дій як органів влади, так і суб’єктів ринку на основі проведення моніторингу, аналізу, оцінки та контролю. В їхньому складі можна виокремити дві самостійні складові – економічну та організаційну, які взаємоузгоджуються і доповнюються в процесі реалізації заходів, спрямованих на досягнення стратегічних, тактичних та локальних цілей як розвитку РСТ, так і державного регулювання на національному, регіональному та мікроекономічному рівнях (рис. 1.11). В представленій системі державного регулювання РСТ (див. рис. 1.9) блоки впровадження та корекції можна віднести до організаційно-економічної складової механізму регулювання РСТ.

Основною проблемою, що виникає в процесі відлагодження організаційно-економічного механізму державного регулювання РСТ, є процедура вибору пріоритетності та оптимального поєднання економічних і адміністративних (в першу чергу, контрольних-обмежуючих) важелів для розв’язання економічних і соціальних проблем функціонування ринку. Разом з тим, таке регулювання має передбачати чіткий порядок застосування тих чи інших заходів з урахуванням існуючих розбіжностей та суперечностей інтересів учасників ринку та змін його внутрішнього і зовнішнього середовища. При цьому виробляється певна модель регулювання, яка є вибором конкретної системи форм і методів впливу на механізми ринку. Формується така модель в результаті взаємодії і координації економічних інтересів учасників ринку, впливу політичних умов, глибини соціальних проблем, напрямку дії зовнішніх чинників. Осмислення проблем необхідності формування моделі регулювання РСТ в Україні логічно підводить до необхідності використання як уже сформованих у зарубіжних країнах практик його регулювання, так і впровадження нових підходів та механізмів для забезпечення рівноваги, збалансованості та пропорційності розвитку РСТ.

Світовий досвід свідчить про багатогранність підходів до здійснення механізмів регулювання РСТ, про те, що ефективно їхнє функціонування неможливе без адекватної його організації, регулювання, управління та контролю з боку як державних,

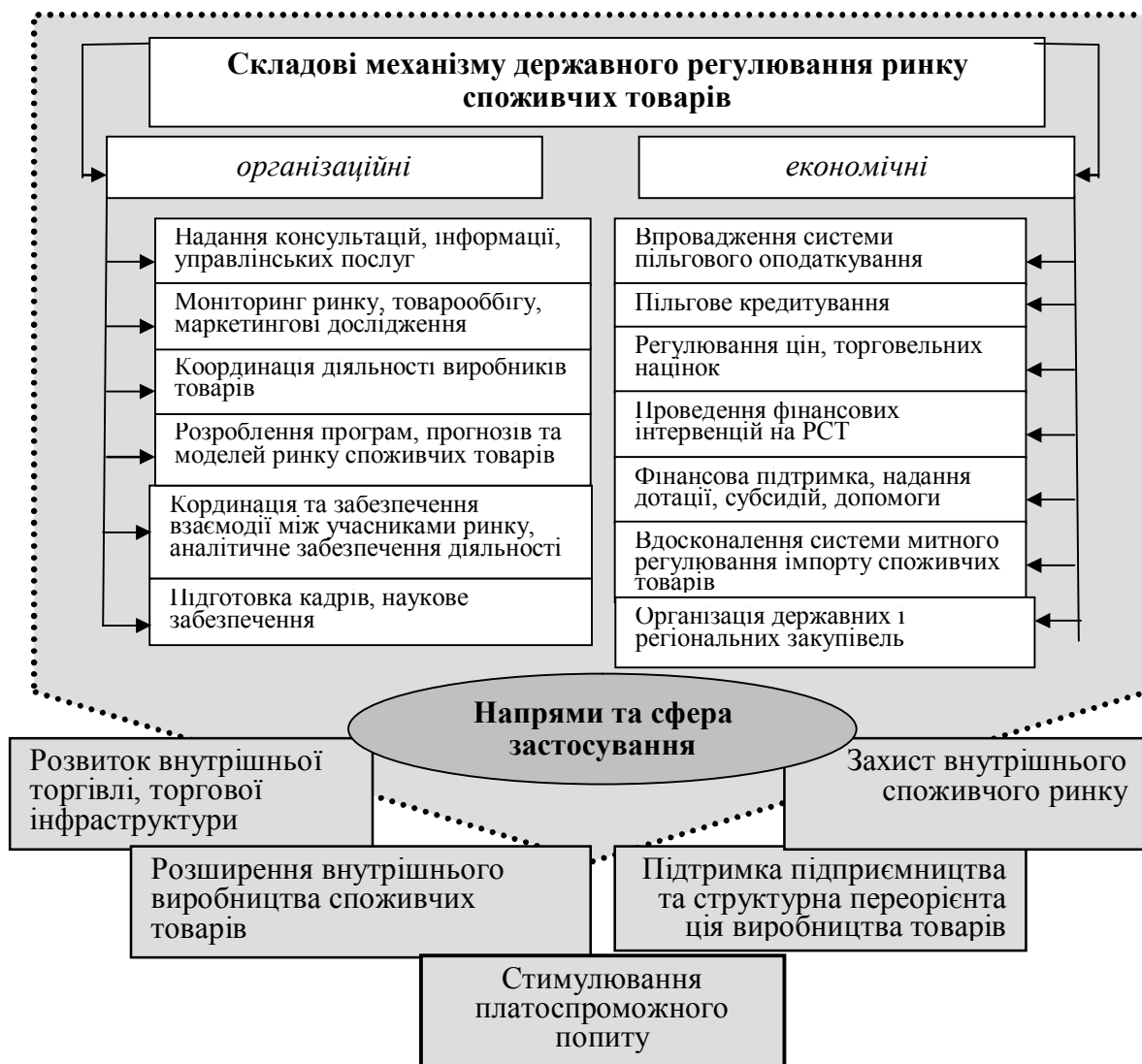


Рис.1.11. Складові організаційно-економічного механізму державного регулювання ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено автором.

так і громадських структур [3; 9; 10; 142; 100; 253]. Зокрема, у Франції система державного регулювання внутрішнього РСТ включає чотири напрямки: захист споживачів; контроль за цінами та націнками; забезпечення конкуренції; управління розвитком торгівлі. Держава забезпечує інтереси споживачів через формування служби запобігання обману покупців та діяльності Національного інституту споживання. У функції служби входить: контроль за якісними і кількісними порушеннями в торгівлі, дотриманням санітарних норм і вимог, а Національний інститут споживання має на меті надання консультативної допомоги товариствам споживачів, проведення тестування продукції, збір та доведення до споживачів інформації про динаміку споживчих цін, стан і кон'юнктуру РСТ. Досить значним у Франції є зворотній вплив організацій споживачів на державні органи з питань інформації та цін, внаслідок чого було

впроваджено обов'язкове накладання етикеток на продовольчі товари із зазначенням ціни товару; регламентація продаж за місцем проживання, здійснення рекламних заходів та надання гарантій проти прихованих дефектів. У Франції діє чіткий механізм цінового регулювання ринку споживчих товарів [100]. Регулюючий вплив держави здійснюється шляхом контролю (блокування) за торговельними надбавками у випадку інфляційних процесів; укладання угод з підприємницькими структурами про контроль над зростанням цін (такі угоди про спільні дії були укладені в 1971, 1980, 1983 рр.). При цьому заходи регулятивного характеру не є ізольованими, а реалізуються в комплексі заходів з пошквального економічного зростання. Найважливішим напрямком втручання державних органів стала підтримка конкурентного середовища як у сфері виробництва, так і у сфері реалізації споживчих товарів.

У практиці регулювання РСТ в США окреслюються два вектори впливу, а саме, з боку державних органів і з боку недержавних (організацій споживачів, підприємств, контактних аудиторій, релігійних організацій, профспілок) [142; 235]. Зважаючи на всю обережність втручання уряду США у взаємовідносини між товаровиробниками і споживачами, ці взаємовідносини знаходяться під потужним впливом недержавних організацій і, особливо, громадських (передусім, конс'юмерських) та релігійних організацій, засобів масової інформації. В основі державного регулювання РСТ лежить жорсткий і дієвий принцип відповідальності і накладання санкцій за неякісну продукцію, приховування інформації про складники продуктів харчування, недобросовісну конкуренцію тощо. Важливим з точки зору захисту інтересів найменш організованого суб'єкту ринку – споживачів є заходи щодо гарантії якості продуктів харчування. Чіткість, однозначність і достатність нормативної бази регулювання взаємовідносин підприємців між собою і споживачами забезпечується в Єдиному комерційному кодексі. В США існує досить розгалужена організаційна система, яка гарантує дотримання і реалізацію норм законодавства з питань здійснення торговельної діяльності: Федеральна торговельна комісія, Комісія з гарантій продуктів харчування, Міжштатна комісія з комерційних питань, федеральні і регіональні органи управління.

Таким чином, аналіз системи державного регулювання розвитку РСТ свідчить про наявність особливостей, характерних для окремих країн, і залежність від завдань, які розв'язуються на кожному окремому етапі розвитку. Це дозволяє виокремити три

основні складові державної політики у сфері регулювання внутрішнього ринку споживчих товарів: 1) захист прав та інтересів споживачів; 2) контроль за цінами та націнками на основні споживчі товари; 3) підтримка конкуренції в насиченні ринку споживчими товарами. Практичне наповнення механізмів державного регулювання ринку залежить від цілей та пріоритетів економічного розвитку, критеріїв і рівня розв'язання економічних та соціальних проблем, конкретного інструментарію, який є в розпорядженні уряду в певний момент та наявних способів його використання.

На сьогодні в Україні, на думку вчених-економістів [19; 35; 46], модель державного регулювання РСТ найчіткіше окреслюється в існуванні двох концепцій: структурної та протекціоністської.

В основу структурної концепції закладається те, що регулювання РСТ має ґрунтуватися на співставленні альтернативних шляхів досягнення найбільш прийнятної структури ринку та максимально можливої збалансованості його стану. При цьому мають виконуватися дві вимоги: 1) стимулювання структурних зрушень в національній економіці, які призводять до формування ринкових механізмів збалансування попиту і пропозиції на споживчі товари, їхньої структурної відповідності; 2) проведення підтримки збалансованого стану РСТ з бажаними структурними пропорціями. Регулювання ринку за цією концепцією охоплює всі стадії руху товару, починаючи від його виробництва до особистого споживання.

Протекціоністський підхід передбачає реалізацію заходів, пов'язаних, насамперед, із захистом прав споживачів та захистом внутрішнього РСТ, адаптованих до вимог СОТ. Досвід розвинутих країн світу, передусім ЄС, свідчить про те, що держава має застосовувати збалансований підхід між використанням протекціоністських заходів, які здатні у короткостроковій перспективі підтримувати конкурентоспроможність вітчизняних виробників і впливом чинників, що формують конкурентоспроможність вітчизняного виробництва. Це є актуальним з точки зору подальшого розвитку і розширення сегменту вітчизняних товарів на ринку споживчих товарів. Практика ЄС є прикладом ефективного використання протекціоністських заходів щодо регулювання імпорту основних продуктів харчування, виробів з текстилю, шкіри, тютюну, які здійснюються згідно до вимог положень СОТ. Для таких товарів у ЄС встановлюються митні обмеження на ввезення, квоти на ввезення, здійснюється більш жорстка тарифна політика. Основою ж для захисту внутрішнього

виробника, а отже і РСТ, є досконале та стабільне законодавство, яке, з одного боку стимулює виробника до випуску високоякісних товарів, а з іншого – надійно захищає права громадян щодо споживання такої продукції.

В Україні державна політика захисту прав споживачів [59; 120; 149] здійснюється з метою, по-перше, інформування споживачів про ринок товарів (для сприяння ефективному функціонуванню ринку споживчих товарів), і, по-друге, захисту споживача, якщо його інтереси не реалізуються. Їхня реалізація забезпечується шляхом надання можливостей споживачу вільно обирати товар та отримувати знання і кваліфікацію, необхідні для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання товарів (робіт, послуг) відповідно до потреб; гарантування придбання якісних товарів в рівнях, достатніх для підтримання здоров'я і життєдіяльності споживача; здійснення державного контролю за якістю та безпекою товарів; забезпечення адміністративного та судового захисту прав споживача. При цьому захист прав споживачів здійснюється у наступних формах: законодавчій, адміністративній та судовій.

Однією з форм захисту прав споживачів в зарубіжних країнах є розвиток і поширення конс'юмеризму, як особливого виду соціальної діяльності щодо захисту споживача та його інтересів [45; 76; 120]. Конс'юмерський рух в цих країнах підтримується урядом, що сприяє підвищенню якості товарів і послуг. Зокрема, державне забезпечення стосується: формування громадських конс'юмерських установ; проведення соціологічних досліджень щодо якості товарів і послуг, попиту населення; оперативного інформування і організації реклами; сприяння розвитку науково-дослідних інститутів та центрів з розроблення технологій виробництва високоякісних товарів; заснування спеціальних санітарних служб та державних служб контролю і перевірки якості продукції, дотримання правил торгівлі, існування (на громадських засадах) незалежної експертизи якості товарів (здійснюється незалежними конс'юмерськими організаціями); створення екологічних служб.

У більшості європейських країн, США, Японії дотримуються концепції „абсолютної відповідальності виробника і продавця” за якість продукції. У Японії діє близько 50 загальнонаціональних законів із захисту прав споживачів; у Канаді – 40 місцевих законів; у Австрії – понад 200; у США – 150; Німеччині – близько вісімдесяти.

Ретроспектива підходів та узагальнення практики регулювання РСТ в Україні в період з 1990 по 2007 рр., дозволяє виділити чотири основні етапи становлення та трансформації системи державного регулювання. Це – 1) здійснення державної політики лібералізації торгівлі, цін, виробництва (1990-1994 рр.); 2) проведення політики стабілізації, подолання кризових явищ та збалансування ринку (1995-1999 рр.); 3) реалізація політики стимулювання внутрішнього ринку (2000-2005 рр.); 4) формування політики зростання та підвищення конкурентності національного РСТ (з 2006 р.).

Кожна з них мала свої особливості, цілі, завдання, передбачала використання механізмів, які найбільш оптимально дозволяли розв'язувати проблеми конкретного етапу, спочатку формування, пізніше стабілізації, стимулювання, розширення, а в даний час, розвитку та інтеграції РСТ. Систематизація основних проблем, які домінували на ринку в означених періодах, визначення ключових завдань та заходів щодо їхнього розв'язання, що приймалися на різних рівнях управління, характеристика інституційного забезпечення та оцінка наслідків регулятивних дій (див. додаток А) свідчать про те, що загалом, державну політику щодо розвитку РСТ цих періодів можна охарактеризувати як непослідовну і безсистемну, що не мала чітких стратегічних орієнтирів у побудові ефективної моделі внутрішнього ринку і формувалася ситуативно.

Так, завданням регулювання ринку на етапі його становлення був пошук шляхів приборкання інфляції, стабілізації падіння виробництва та забезпечення доступності соціально значущих товарів для всіх верств населення. Державна політика на РСТ характеризувалася різновекторністю реалізації стабілізаційних заходів від лібералізації цін і торгівлі, до жорсткого регулювання цін на основні продукти харчування. Намагання підтримувати відносно низькі стабілізаційні ціни за умов прогресуючої інфляції вимагало значних бюджетних видатків, спотворювало систему ціноутворення, сприяло масовому вивезенню товарів за межі України. Одночасно впроваджувалися механізми прискореної приватизації в торгівлі та її комерціалізація, здійснювалася децентралізація системи управління (ліквідація Міністерства торгівлі України, галузевих та територіальних органів), що в результаті і призвело до посилення монопольного становища торгівлі, внаслідок чого звужився асортимент товарів, знизилася їхня якість, погіршилося обслуговування населення. Іншим

дестабілізуючим чинником рівноваги РСТ стала політика стримування доходів населення, що суттєво знизило їхню купівельну здатність та призвело до деформацій в рівнях і структурі споживання. Це поглиблювало кризові явища на РСТ, спричиняло деформуючий вплив на механізми його функціонування.

Наступний етап у реформуванні РСТ можна вважати стабілізаційним з точки зору реалізації заходів, які дозволили сформувати нові відносини між учасниками ринку, активізувати конкурентне середовище, створити елементи нової ринкової інфраструктури, посилити захист вітчизняного товаровиробника. Помітною інституційною зміною стало упорядкування процесів приватизації в торгівлі та реалізація державної політики підтримки і стимулювання розвитку малого бізнесу, що дозволило суттєво змінити кон'юнктуру споживчого ринку. Саме цей фактор зіграв позитивну роль у насиченні ринку товарами вітчизняного виробництва, стабілізації цін на споживчі товари, розвитку конкуренції та розширенні місткості ринку.

Особливістю реалізації політики розширення внутрішнього ринку є те, що вона передбачала комплексне розв'язання проблем ефективного функціонування РСТ і спрямовувалася, передусім, на досягнення соціальної стабільності та посилення продовольчої безпеки країни. Наслідками такої політики стали: зростання виробництва споживчих товарів та збільшення сегменту вітчизняних товарів на ринку; зростання платоспроможного попиту та раціоналізація структури споживання населенням; упорядкування ринкової торгівлі та розвиток цивілізованих каналів реалізації товарів через формування потужних торговельних систем і центрів; посилення захисту прав та інтересів споживачів.

Разом з тим, незважаючи на позитивні результати функціонування РСТ у 2000-2006 рр., нерозв'язаними залишаються проблеми забезпечення стійкості і стабільності його розвитку на коротко- і довгострокові періоди та здатності ліквідувати загрози поступального розвитку, що накопичилися за минулий період (деформована структура споживання, низький попит, нераціональна структура виробництва тощо) та ризики, які будуть простежуватися у майбутньому (вступ в СОТ, жорсткіші умови конкуренції, нові тенденції у світовій системі, глобалізаційні процеси). Саме тому головною проблемою постає визначення домінант розвитку РСТ в контексті загальної концепції розширення внутрішнього ринку та формування стратегії його регулювання в перспективі.

1.3. Методичні засади дослідження функціонування ринку споживчих товарів та механізму його регулювання

Багатоаспектність та складність поняття „ринок споживчих товарів”, особливості його функціонування та різновекторність розвитку вимагають визначення загальних підходів, відповідної логіки та застосування арсеналу методів дослідження як внутрішніх процесів на ринку, так і механізмів його регулювання.

Процеси пізнання та дослідження ринкових процесів ґрунтуються на використанні загальнонаукових (системного аналізу, синтезу, абстрагування, індукції, дедукції, узагальнення, моделювання, формалізації), міждисциплінарних (опитування, експертних оцінок), економіко-математичних (математична статистика, екстраполяція, порівняння та групування, кореляційно-регресійного аналізу) та спеціальних методів. Важливу роль в науковому дослідженні відіграють емпіричні методи, які дозволяють отримати нові знання на основі дослідів за допомогою опису, спостереження, експерименту.

При вивченні складних взаємозв'язаних проблем функціонування ринку споживчих товарів в дисертаційній роботі використовувалися системні підходи в аналізі, економіко-математичне моделювання ринкових процесів, порівняння, групування та експертне опитування.

Дотримання принципів системного підходу є основою підвищення ефективності та якості регуляторного впливу держави на ринок споживчих товарів. Системний підхід передбачає дослідження об'єкта та середовища його функціонування як взаємодоповнюючих компонентів системи, що мають вхід (ресурси, організація, інформація), вихід (ціль, мета, завдання), зв'язок з оточуючим середовищем та зворотній зв'язок. Даний підхід дає можливість врахувати всі взаємозв'язки, взаємовпливи та чинники в системі, дозволяє спрямувати механізми регулювання на досягнення цілей розвитку. Системні підходи поєднують в собі: кількісні та якісні (евристичні) оцінки; внутрішні та зовнішні впливи, суб'єктивні (індивідуальні) судження та об'єктивні оцінки.

Зосереджуючись на дослідженні РСТ як об'єкта регулювання, можна визначити його як складну систему з розгалуженою структурою, що

характеризується стохастичністю, комплексністю і багатовекторністю взаємозв'язків елементів, що входять до неї.

На основі узагальнень наукових підходів використання системного підходу, сформульовано характерні ознаки РСТ як цілісної системи. Вони ґрунтуються на:

- визначенні змісту та закономірностей функціонування РСТ; взаємоузгодженні цілей його розвитку з цілями розвитку внутрішнього ринку та національної економіки загалом;

- наявності системоутворюючих елементів РСТ, виявленні характеру взаємовідносин між ними та взаємовпливів;

- виділенні окремих підсистем РСТ як складових єдиного цілого, а саме: виробників споживчих товарів різних типів та форм власності; кінцевих споживачів (домашніх господарств) таких товарів; об'єктів ринкової інфраструктури, які створюють умови для підтримання рівноваги між попитом і пропозицією; системи органів регулювання (державного і громадського), які здійснюють координаційні, регулятивні та контрольні функції; певних зовнішніх впливів на функціонування РСТ;

- формулюванні цілей та критеріїв функціонування для кожної підсистеми та їхньої спільної підпорядкованості загальносистемним цілям; можливості оцінювати ефективність функціонування підсистеми від конкретних регулятивних впливів як зовні так і всередині системи;

- ієрархічності структури взаємовідносин (з вертикальними та горизонтальними зв'язками) між підсистемами та всередині системи;

- циркуляції в системі великих потоків інформації, що обумовлює необхідність організації розгалуженого інформаційного забезпечення учасників ринку та органів управління шляхом проведення маркетингових досліджень, здійснення моніторингу ринку, формування інформаційно-консалтингових центрів.

Системна природа ринку дає можливість визначити структуру його функціонування. Представлена організаційна модель РСТ (див. рис.1.7) та модель функціонування РСТ у відтворювальному процесі (див. рис.1.2) дозволяє подати РСТ як органічно цілісну сукупність певних взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих підсистем. Системоутворюючими елементами системи РСТ виступають платоспроможний попит населення, товарна пропозиція і рівноважна ціна.

Першою підсистемою РСТ можна визначити його інфраструктуру, оскільки в умовах ринкової трансформації економіки роль і значення інфраструктурних чинників є домінуючими. Інфраструктура РСТ взаємодіє безпосередньо з учасниками ринку як з боку попиту, так і з боку пропозиції. Її завданням є акумулювання та генерування інформації стосовно попиту та ринкових цін на продовольчі та непродовольчі товари. Функціонально така інфраструктура забезпечує зв'язок між виробництвом споживчих товарів та їхнім споживанням; створює умови для підтримання рівноваги між попитом і пропозицією; скорочує терміни реалізації товарів та пов'язані з цим витрати; формує ефективне конкурентне середовище, правове поле діяльності. В контексті дослідження інфраструктури РСТ доцільним є виокремлення двох аспектів: а) уточнення підходів до визначення складу та ролі окремих елементів інфраструктури РСТ; б) оцінювання рівня розвитку та організації ринкової інфраструктури. Виходячи із означених завдань першої підсистеми РСТ до її складу слід віднести торговельну мережу; місцеві ринки з продажу продовольчих та непродовольчих товарів; гуртові ринки; складське господарство; інформаційне та консультативне забезпечення учасників ринку; таропакувальну індустрію; транспортне обслуговування; фінансові та кредитні установи з обслуговування торгових операторів; організаційне та нормативно-правове забезпечення функціонування РСТ. Безпосередньо з кінцевим споживачем взаємодіють торговельна мережа та місцеві ринки.

Друга підсистема РСТ ґрунтується на необхідності врахування внутрішніх вад ринкової системи, що несуть в собі проблеми незбалансованого зростання та невмотивованих цінових деформацій, порушення рівноваги між товарною пропозицією та платоспроможним попитом. Тому потрібна дієва підсистема стабілізації та регулювання ринкового середовища. При її створенні слід враховувати світовий досвід поєднання інструментарію державного втручання у ринок з його саморегулюючими механізмами (попитом, пропозицією, ціною, конкуренцією). Зокрема, стабілізаційні ланки РСТ можуть передбачати застосування як переважно економічних важелів впливу (американська, канадська, англійська моделі регулювання), так і адміністративних (здебільшого обмежуючих та контрольних) методів (французька, німецька, японська). Разом з тим, стабілізаційно-регулюючий вплив уряду на РСТ повинен мати двосторонній

характер попередження чи ліквідації розбалансованості шляхом як збільшення, так і зменшення пропозиції або попиту.

Зважаючи на те, що РСТ впливає на економічну (і, передусім, продовольчу) безпеку на соціально важливих та життєво необхідних напрямках, вирішення цього завдання покладається на третю підсистему – координацію виробництва споживчих товарів, тобто їхню пропозицію. Традиційно на цьому напрямку, передбачається використання державних інститутів і методів впливу через механізми податкового стимулювання, фінансової, кредитної та інвестиційної підтримки, організаційного, інформаційного та наукового забезпечення розвитку таких виробництв.

Четверта підсистема РСТ – домогосподарства (кінцеві споживачі товарів), передбачає дослідження рівнів та структури споживання, вплив на їхню динаміку, ліквідацію диспропорцій та відмінностей залежно від рівня диференціації населення за рівнем доходів, соціального статусу, місця проживання .

Системна основа побудови РСТ вимагає системних підходів до упровадження регулятивних заходів уряду. Системність є обов'язковою умовою ефективності регулювання ринку хоча б з тієї причини, що арсенал інструментів та методів, які використовуються державними органами, є різноманітним, і лише їх системне і узгоджене використання може забезпечити очікуваний результат.

Виходячи із завдань дисертації, вважаємо доцільним виділити при науковому дослідженні три підсистеми в системі регулювання РСТ: організаційної, функціональної, елементної.

Організаційна підсистема обумовлює інституційний склад, структуру та ієрархічність в системі регулювання РСТ, визначає умови підвищення інституційних можливостей, окреслює завдання відповідно до функцій, які виконує кожна окрема інституція, передбачає вироблення механізмів раціонального поєднання функцій регулювання ринку як за вертикаллю, так і за горизонталлю, а також, координації та погодження дій між державними та недержавними організаціями. До організаційної підсистеми регулювання РСТ можна включити органи державного управління всіх рівнів, органи місцевого самоврядування,

громадські організації захисту прав споживачів, товариства (асоціації) споживачів, неурядові аналітичні центри, наукові установи.

Функціональна підсистема окреслює та вивчає коло функцій, які повинна виконувати система та відповідні підсистеми, визначає основні завдання розвитку системи та формулює логіку її функціонування. Зміст функціональної підсистеми полягає у виробленні стратегії розвитку та стратегії регулювання РСТ; реалізації державних програм, спрямованих на підтримку підприємництва, захист вітчизняного товаровиробника, стимулювання платоспроможного попиту, розвитку торговельної інфраструктури; захисті прав споживачів; проведенні маркетингових досліджень стану та кон'юнктури ринку; його моніторингу; прогнозуванні та моделюванні.

Елементна підсистема передбачає визначення структурних частин системи регулювання ринку та їхнього узгодженого використання. Серед таких елементів можна виокремити групу інструментів та методів регулювання, якими володіють і які мають в своєму розпорядженні державні органи. До них віднесемо інструменти прямого і опосередкованого впливу, автоматичні стабілізатори; адміністративні, економічні та правові методи державного регулювання.

Структуризація, яка є невід'ємним елементом системного підходу, дозволяє розчленувати досліджувану проблему на складові елементи з подальшою оцінкою їх важливості за предметною, функціональною ознаками та принципом охоплення домінуючих чинників. Вони оцінюються за різними критеріями і подаються у вигляді структурованих (кількісних ознак), неструктурованих (якісних оцінок) та комбінованих (поєднання кількісних та якісних критеріїв) показників. За першим критерієм дається оцінка кількісного співвідношення складених пропорцій та здійснюється параметрична оцінка сформованих тенденцій за встановленою системою показників. Загалом критерії характеризують цільові орієнтири в забезпеченні ефективного функціонування ринку та дозволяють уточнювати механізми реалізації державної політики, спрямованої на стабілізацію і розвиток ринку. Якщо РСТ розглядати комплексно як структуризоване середовище з окремими сегментами (підсистемами), для яких притаманні свої цільові орієнтири, різний характер взаємовідносин між учасниками ринку, домінування специфічних чин-

ників та особливості дії важелів державного регулювання, то перевагу повинні мати якісні критерії в оцінюванні ринкової ситуації. Важливим є визначення групи цільових показників, які є індикаторами стану та тенденцій розвитку ринку. Відсутність такої системи параметрів (і, передусім, статистичних) не дозволяє об'єктивно оцінювати ринкову ситуацію та ефективно передбачати майбутні параметри її розвитку.

Системний аналіз ринку споживчих товарів ґрунтується на необхідності проведення економічної оцінки структурних трансформацій на ринку та виявлення зв'язку між чинниками, які їх обумовлюють. Його проведенню передують вибір системи цільових показників-індикаторів функціонування ринку, аналіз яких дозволить найбільш ґрунтовно окреслити закономірності його розвитку та окреслити проблеми структурних деформацій.

Серед дослідників проблем забезпечення комплексності в дослідженні та аналізі ринку споживчих товарів не склалося єдиної думки щодо визначення загальних критеріїв його оцінювання. Пропонуються різні варіанти систематизації показників щодо дослідження тенденцій, кон'юнктури, потенціалу та збалансованості ринку. Зокрема, В. Точилін виокремлює систему загальних, специфічних та атрибутивних показників, які ґрунтуються переважно на оцінках експертів та думках і досвіді фахівців [218, с.30, 34]. У систему загальних показників для проведення кон'юнктурних досліджень включаються показники та індикатори ціни, пропозиції, попиту, потенціалу, пропорційності та масштабу ринку. Інші вчені, такі як В. Карпов, В. Кучеренко, рекомендують дослідження споживчого ринку здійснювати за допомогою комплексу показників, які дозволяють, по-перше, дати кількісну характеристику якісним змінам ринкової ситуації, а по-друге, визначити значущість, напрямки і тенденції розвитку ринку, тобто скласти його прогноз [79, с. 35]. Залежно від завдань і цілей аналізу, автори пропонують поряд із загальними показниками використовувати додаткові, менше агреговані, які відносяться безпосередньо до аналізованого виду товару. Поряд з цим, система таких показників має характеризувати процеси відтворення загалом, а також, відображати певні сторони (особливості) стану і прояву ринкової кон'юнктури.

Пропоновані варіанти комбінування показників не дозволяють забезпечити системність в дослідженні РСТ, оскільки вони не передбачають оцінку структурних змін в споживанні та виробництві споживчих товарів, визначення причин структурних деформацій, не дозволяють оцінити стан та тенденції розвитку торговельної інфраструктури. Оскільки і вітчизняна статистика для дослідження РСТ використовує обмежену кількість показників, які в основному зосереджені на характеристиці окремих аспектів стану і динаміки розвитку внутрішньої торгівлі, цін, споживання та виробництва товарів, вважаємо доцільним загальний аналіз ринку споживчих товарів здійснювати за показниками, згрупованими в такі блоки: БЛОК 1 – показники потенціалу ринку; БЛОК 2 – показники пропозиції; БЛОК 3 – показники стану попиту і споживання; БЛОК 4 – показники динаміки цін; БЛОК 5 – показники масштабу та рівня конкуренції; БЛОК 6 – показники стану торговельної інфраструктури ринку.

У межах пропонованих груп показників доцільно виділити систему індикаторів, які деталізують напрямки аналізу та забезпечують обґрунтованість загальних тенденцій розвитку регіонального ринку споживчих товарів. Систематизація індикаторів за об'єктами та напрямки аналізу наведена в табл. 1.2.

Таблиця 1.2

Систематизація показників та підходів до проведення системного аналізу ринку споживчих товарів¹

Блоки показників	Система індикаторів	Зміст та напрямки аналізу
1. Потенціал ринку	<ul style="list-style-type: none"> • Місткість • Виробничий потенціал • Споживчий потенціал • Стійкість, пропорційність • Кон'юнктура • Роздрібний товарооборот 	<p>Аналіз тенденцій розвитку ринку, оцінка впливу основних чинників на стан ринкової кон'юнктури.</p> <p>Оцінка структурних деформацій ринку. Виявлення чинників, які їх зумовлюють.</p> <p>Аналіз та оцінка виробничого і споживчого потенціалів ринку, їхніх взаємовпливів.</p> <p>Вивчення динаміки і структури роздрібного товарообороту.</p> <p>Оцінка регіональної варіації співвідношення попиту і пропозиції.</p>
2. Пропозиція споживчих товарів	<ul style="list-style-type: none"> • Індекси зміни обсягів виробництва • Еластичність пропозиції • Структурні зрушення у виробництві • Рівень податкового навантаження • Динаміка ввезення товарів • Частка імпортних товарів • Структура продажу 	<p>Дослідження виробничого потенціалу та його спроможності забезпечити відповідний обсяг і структуру пропозиції.</p> <p>Аналіз тенденцій у виробництві споживчих товарів.</p> <p>Дослідження взаємозв'язків між цінами і виробництвом товарів, прогнозування цінової політики.</p> <p>Визначення еластичності пропозиції залежно від доходів і цін.</p> <p>Вивчення та оцінка тенденцій в наповненні ринку товарами місцевого виробництва, імпортними та ввезеними з інших регіонів.</p>

Продовж. табл. 1.2.

3. Попит і споживання	<ul style="list-style-type: none"> • Динаміка рівнів та структура споживання • Еластичність попиту • Індекс споживчих цін • Рівні доходів і витрат населення 	<p>Аналіз та виявлення відхилень у рівнях споживання, оцінка ступеню задоволення попиту на товари.</p> <p>Виявлення системи пріоритетів у споживанні на основі оцінок рівнів доходів і витрат населення.</p> <p>Дослідження взаємозв'язку між ціною і попитом на споживчі товари.</p> <p>Оцінка впливу чинників на обсяг і структуру попиту.</p>
4. Ціни на споживчі товари	<ul style="list-style-type: none"> • Індекс споживчих цін • Динаміка цін виробників непродовольчих товарів • Динаміка цін виробників продовольчих товарів 	<p>Вивчення, оцінка та прогнозування індексу споживчих цін.</p> <p>Дослідження взаємозв'язків між динамікою роздрібних цін і цінами виробників споживчих товарів.</p>
5. Масштаб та рівень конкуренції	<ul style="list-style-type: none"> • Коефіцієнти концентрації та варіації. • Кількість учасників • Частка малих структур в загальному обсягу ринку 	<p>Моніторинг конкурентних ситуацій, аналіз та оцінка конкуренції.</p> <p>Дослідження ринкових часток підприємств – виробників споживчих товарів.</p> <p>Оцінка напрямків антимонопольного регулювання та підтримки конкуренції.</p>
6. Торговельна інфраструктура	<ul style="list-style-type: none"> • Мережа закладів роздрібно-торгівлі • Мережа гуртової торгівлі. • Мережа ринків • Ринкова інфраструктура • Матеріально-технічна база торговельних підприємств 	<p>Вивчення стану мережі торговельних підприємств, їх розміщення та доступності. Оцінка проблем забезпеченості населення торговельною площею.</p> <p>Дослідження динаміки зміни форм власності та стану матеріально-технічної бази торговельного обслуговування населення.</p> <p>Вивчення тенденцій в реалізації споживчих товарів за різними каналами.</p> <p>Оцінка стану розвитку ринків з продажу товарів.</p> <p>Оцінка стану та тенденцій функціонування гуртової торгівлі та окреслення проблематики їхнього розвитку.</p>

¹Примітка. Розроблено автором.

Дослідження ринку за допомогою наведеної системи показників та індикаторів дозволить, по-перше, дати кількісну характеристику якісним змінам на ринку споживчих товарів; по-друге, ув'язати процеси виробництва споживчих товарів, обміну та споживання в єдиний відтворювальний процес; по-третє, окреслити потенційні можливості розширення РСТ.

Написання дисертаційної роботи ґрунтувалося на використанні як загально-наукових принципів (цілісності, комплексності, динамічності, стійкого розвитку, правового регламентування, соціальної пріоритетності, суспільної доцільності, диференційованості, єдності у просторі і часі, наукової обґрунтованості, єдності теорії і практики, керованості, збереження та розвитку конкурентних переваг, пріоритетності, оптимальності, порівнянності варіантів рішень та вибір альтер-

нативних) так і специфічних, притаманних процесам формування, організації, функціонування та регулювання ринку споживчих товарів. Їхня систематизація відображена на рис. 1.12.



Рис. 1.12. Принципи формування, організації, функціонування та регулювання ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено автором.

Особливе місце у дисертаційному дослідженні ринкової системи відводиться методам моделювання і прогнозування, які використовуються для вивчення та опису об'єктивних властивостей функціонування ринкових механізмів шляхом створення та вивчення його моделі на теоретичному рівні. До економіко-математичних методів нами віднесено не лише суто математичний опис об'єкта та процесів, що в ньому відбуваються, але і логічні зв'язки у вигляді функціональних залежностей, коефіцієнтів кореляції і регресії, еластичності, графіків, структурних схем.

Аналітичні моделі в дисертації вибудовані з врахуванням вимог адекватності (відповідність моделюючим економічним процесам), граничних умов (зв'язок з іншими ринками), динамічності ринкового середовища (зміна параметрів та структури ринку), корегування та адаптації. В дослідженні РСТ застосовувалися методи прогновної екстраполяції, кореляційно-регресійного аналізу, експертних оцінок, нормативного моделювання.

Економіко-математичні методи, використані при написанні дисертаційної роботи, дозволяють досліджувати особливості функціонування ринкових механізмів, встановлювати закономірності їхнього розвитку, описати кількісні залежності між параметрами в трендових та факторних моделях окремих сегментів ринку, розробляти ґрунтовні пропозиції щодо їх використання в забезпеченні стабілізації ринкових процесів та їхньому розвитку.

З арсеналу міждисциплінарних методів та прийомів великий інформаційний матеріал для якісної та кількісної оцінки проблем розвитку ринку споживчих товарів отримано за допомогою методу анкетного опитування та експертних оцінок (проведення експертами аналізу та оцінки проблеми з наступною формалізованою обробкою результатів), які дозволяють сформулювати та підтвердити висновки щодо проблематики функціонування ринку, надання пропозицій щодо напрямків його регулювання та стабілізації, вироблення рекомендацій щодо попередження розгортання кризових явищ в ринковій системі, визначення вузлових проблем функціонування ринку споживчих товарів. Зокрема, для окреслення вузлових проблем розвитку ринку споживчих товарів на регіональному рівні проведено SWOT-аналіз внутрішнього і зовнішнього середовища та побудоване „дерево цілей”, що дало змогу об'єктивно оцінити вагомість впливу стимулюючих і стримуючих чинників на перспективний розвиток ринку споживчих товарів.

Висновки до розділу 1

Проведені дослідження теоретико-методичних основ функціонування та регулювання ринку споживчих товарів дозволили зробити наступні висновки:

1. Незважаючи на те, що ринок в різних проявах (досконалий, недосконалий, розвинутий, регульований, вільний) існує давно, багато його категорій та механізмів залишаються дискусійними до нинішнього часу. Це дозволило розглядати РСТ як

сукупність соціально-економічних відносин, які поєднують виробництво споживчих товарів, їхній розподіл, споживання та регулювання, відіграють провідну роль у відтворенні робочої сили, забезпеченні економічних взаємозв'язків як між окремими галузями виробництва, так і між регіонами країни та іншими державами, гарантують соціальну та продовольчу безпеку країни.

2. Соціально-економічна сутність РСТ визначається тим, що, по-перше, ринок розв'язує багато економічних проблем суспільства, а саме, забезпечує формування конкурентного середовища; оптимізує пропорції в національній економіці і структурі виробництва споживчих товарів; стимулює інвестиційну діяльність виробників товарів; узгоджує економічні інтереси усіх учасників ринку та забезпечує економічні взаємозв'язки між окремими галузями та регіонами, а по-друге, є індикатором соціальної стабільності в суспільстві та критерієм оцінювання рівня життя населення, тобто з точки зору соціальної сутності, РСТ є механізмом реалізації особистих потреб людини в товарах, які є життєво необхідними для відтворення робочої сили.

3. Слід розрізняти особливості формування та особливості функціонування РСТ в Україні. Особливістю формування РСТ слід вважати спонтанний характер його розвитку, що є наслідком відсутності чіткої моделі ринкового розвитку економіки країни загалом. Серед інших особливостей формування РСТ в Україні слід виокремити недостатнє інфраструктурне та інституційне забезпечення, повільні темпи структурної трансформації економіки і, передусім, галузей, які забезпечують товарне наповнення РСТ. Особливостями функціонування РСТ є: а) непрогнозованість ринкової кон'юнктури; б) цінова дестабілізація та порушення рівноваги ринку на найбільш соціально значущих сегментах ринку; в) незавершеність формування єдиного національного ринкового середовища.

4. Вважаємо більш аргументованим розуміння змісту державного регулювання РСТ як системи практичних заходів законодавчого і виконавчого характеру, що здійснюються органами влади на національному, регіональному та мікроекономічному рівнях щодо забезпечення умов стабільного розвитку РСТ, адаптованого до змін світової кон'юнктури та внутрішнього попиту шляхом нарощування вітчизняного конкурентоспроможного виробництва споживчих товарів, стимулювання платоспроможного попиту населення та активізації розвитку торгівлі. При трактуванні організаційно-економічного механізму регулювання слід виходити із основної його критеріальної ознаки, а саме, як цілісної системи економічних та

організаційних заходів досягнення кінцевого результату реалізації визначених цілей розвитку РСТ, та з того, що в ньому мають бути закладені внутрішні можливості корекції і узгодження дій як органів влади, так і суб'єктів ринку на основі проведення моніторингу, аналізу, оцінки, контролю та вироблення рекомендацій.

5. Проблему державного регулювання РСТ в Україні слід розглядати не з позицій його необхідності чи доцільності, а з позицій чіткого окреслення цілей, форм та меж втручання, і, відповідно, його наслідків. На сьогодні в Україні зміст державного регулювання РСТ окреслюється в рамках двох концепцій: структурної та протекціоністської (реалізації політики сприяння та захисту).

6. Система побудови державного регулювання РСТ включає: а) визначення об'єкта втручання та суб'єкта регулювання, окреслення характеру взаємозв'язків між ними; б) формування цілей, мети, завдань та принципів, на яких будуть ґрунтуватися механізми регулювання; в) вибір напрямків, форм, методів та інструментів здійснення регулятивних заходів щодо розв'язання проблем розвитку РСТ; в) вироблення механізмів реалізації, організації, контролю та аналізу результатів упровадження урядових заходів, надання консультацій та вироблення рекомендацій.

7. Узагальнення практики державного регулювання РСТ в Україні, дозволяє виділити чотири основні етапи його становлення та трансформації: 1) політики лібералізації торгівлі, цін, виробництва; 2) політики стабілізації, подолання кризових явищ та збалансування ринку; 3) політики стимулювання внутрішнього ринку; 4) політики зростання та підвищення конкурентості національного РСТ.

8. В методиці дослідження механізмів регулювання РСТ залишається ряд проблем забезпечення системності дослідження РСТ, а саме, вибору цільових індикаторів його розвитку, формування методологічних принципів дослідження, використання методів і моделей прогнозування ринкової ситуації, а також, вибору механізмів, методів і засобів реалізації державної політики розвитку РСТ, проблем адаптації механізмів підтримки товаровиробників до вимог СОТ та політики ЄС. Зосередження уваги на проблемних ситуаціях розвитку РСТ, використання теоретичних основ дослідження та оцінки діючої практики регулювання дозволять виробити перспективну модель регулювання РСТ на національному та регіональному рівнях, адаптовану як до внутрішніх умов, так і до змін зовнішнього середовища.

Матеріали розділу опубліковані в [132;180; 182;188].

РОЗДІЛ 2

СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ МЕХАНІЗМІВ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ І РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНЯХ

2.1. Діагностика стану та основних структурних трансформацій на ринку споживчих товарів

Процеси глобалізації та лібералізації торговельної діяльності обумовлюють необхідність проведення детальних досліджень закономірностей розвитку РСТ на макро-і мезорівнях. В таких умовах діагностика стану та структурних пропорцій ринку дозволяє відстежити ступінь реалізації ним своїх економічних і соціальних функцій, виявити структурні деформації та слугує інформаційною базою для вироблення регулюючих та коригуючих заходів, спрямованих на стабілізацію і розвиток.

Окреслені в попередньому розділі підходи до розгляду РСТ як до відкритої і цілісної відтворювальної системи, що виконує ряд економічних та соціальних функцій, визначають низку проблем, які необхідно розв'язати. Такі проблеми лежать в площині:

- оптимального збалансування системи “виробництво–обмін–споживання”, що дозволить поєднати економічні інтереси суб'єктів ринку та забезпечить збалансований і стійкий розвиток економіки;

- підвищення платоспроможного попиту, який є основним індикатором розширення місткості РСТ та індикатором рівня життя населення;

- проведення структурного корегування економіки на національному і регіональному рівнях;

- зниження рівня територіальної диференціації ринків споживчих товарів, що впливає з факту нерівномірного розвитку регіонів, в основі якого лежать відмінності ресурсного забезпечення, структури виробництва, рівнів доходів населення, насиченості товарами вітчизняного виробництва;

– підвищення ефективності системи регулювання РСТ у контексті перенесення центру ваги ринкових перетворень та інституційних змін на регіональний рівень.

Дослідження кількісних та якісних зрушень на РСТ в ретроспективі, що охоплює період з 1990 по 2006 рр. дозволили виділити декілька етапів його функціонування, які суттєво різняться як за напрямками і тенденціями структурних трансформацій, так і способами впливу держави на їхню корекцію і стабілізацію. Серед них можна окреслити наступні: етап становлення ринку (1990-1994 рр.); етап стабілізації (1995-1999 рр.); етап розширення (2000-2005 рр.); етап розвитку та інтеграції (з 2006 р.).

Результати проведеного аналізу свідчать, що на етапі становлення формування ринкових механізмів відбувалося в умовах проведення системно-трансформаційних ринкових перетворень та нерозвиненості основних елементів саморегулювання ринку. Ці чинники призвели до порушення відтворювальних процесів в економіці країни та відобразилися на стані і кон'юктурі ринку споживчих товарів. Початковий етап становлення ринкових механізмів характеризувався стихійністю обмінних процесів, пов'язаних з відстороненням держави від регулювання товаропотоків; перебудовою системи забезпечення населення країни споживчими товарами; порушенням традиційних взаємозв'язків виробників товарів зі споживачами; відсутністю взаємодії та взаємоузгодження економічних інтересів виробника товарів та споживача; існуванням проблем реалізації товарів тощо. Характерними ознаками ринку цього періоду стали: структурно-асортиментна незбалансованість товарної пропозиції та попиту на неї; високий рівень незадоволеного попиту; розгортання інфляційних процесів; скорочення та деформація структури особистого споживання. Це проявилось в наростанні ажіотажного попиту та існуванні товарного дефіциту на більшість товарів, розширенні бартерних товарообмінних операцій, перепродажу товарів за завищеними цінами, розширенні масштабів тіньового ринку тощо. Загальні негативні тенденції основних параметрів РСТ в 1990-1994 рр. та деформація структурних пропорцій засвідчили поглиблення кризових явищ (табл. 2.1).

Таблиця 2.1

Динаміка основних параметрів функціонування ринку споживчих товарів в Україні¹ (в %)

Показники	Період 1990-1994 рр.	Період 1995-1999 рр.	Період (2000-2005 рр.)				Період 2006р.
			2000р.	2003р.	2004р.	2005р.	
Індекс РТО	90,3-86,4	86,1-92,9	108,1	120,1	120,0	122,0	124,8
Індекс виробництва товарів народного споживання	105,8-75,0	82,2-107,2	124,5	120,4	117,1
Частка ТНС у загальних обсягах промислового виробництва, %- 26,5	23,5 -19,5	21,4	21,9	23,0
Індекс споживчих цін	100-501,0	282-119,2	125,8	108,2	112,3	110,3	111,6
Частка реалізації продовольчих товарів у РТО	44,4-61,0	62,3-54,4	51,9	45,6	43,9	41,6	38,2
Частка реалізації товарів у недержавній торгівлі	30,3-63,3	69,6-90,5	91,4	93,8	94,1	96,8	97,1
Частка реалізації товарів вітчизняного виробництва	95,0- 64,0ж-75,4	75,3	76,3	75,0	74,6	73,5
Частка обороту організованої торгівлі -64,3	63,7	68,1	68,0	68,6	68,8
Індекс реальних грошових доходи населення – 83,0	101,8-92,0	109,9	107,8	114,8	116,1	122,9
<i>Довідково:</i>							
Індекс реального ВВП	91,3-77,1	87,8-99,8	105,9	109,4	112,1	102,6	107,1
Індекс виробництва промислової продукції	99,9-72,0	88,0-104,0	112,4	115,8	124,1	103,1	106,2

Примітки:

1. Складено на основі опрацювання джерел [131, с.25,280-288];
2. (...) – дані відсутні.

В наукових дослідженнях того періоду [3; 4;155;165] окреслюються багато причин, які стримували розвиток ринкових механізмів загалом і найгостріше проявлялися на РСТ. Оцінка та систематизація таких причин дозволяє охарактеризувати їх як: системні (неефективна структура виробництва товарів, низька питома вага споживчого сектору в структурі виробництва, висока частка державної власності у виробництві товарів народного споживання, високий ступінь державного втручання в ринкові процеси); політико-економічні (безсистемний злам планово-адміністративної форми господарювання, руйнування міждержавних зв'язків, залежність виробництва в Україні від зовнішніх поставок, некерованість процесів руху товарів та послаблення впливу торгівлі на структуру і асортимент виробництва споживчих товарів); тактичні (непослідовність дій з реформування економіки, імітація ринкових процесів через нерозвиненість основних елементів саморегулювання ринку, законодавча неоформленість ринкової інфраструктури, незабезпечена товарною масою емісія грошей тощо).

Поряд з цим, на етапі становлення РСТ були сформовані його основні організаційні інститути, визначені завдання їхнього розвитку та створені передумови для поглиблення ринкових трансформацій в майбутньому.

Наступний етап, етап стабілізації РСТ, акумулював наслідки кризових явищ попереднього періоду і його початок означився посиленням дисбалансу між попитом і пропозицією у кількісному вимірі, подальшим зниженням фізичних обсягів РТО та погіршенням його структурних пропорцій. Характерними особливостями функціонування ринку на цьому етапі були: відносна відповідність товарної маси платоспроможному попиту практично на всіх сегментах ринку (така рівновага досягалася не за рахунок зростання фізичної маси споживання, а за рахунок зростання споживчих цін); зниження платоспроможного попиту (зумовлене натуралізацією виплат зарплати, розширенням масштабів самозабезпечення населення); зростання рівнів тінізації торгівлі (що стало наслідком розширення тіньового виробництва продуктів харчування, алкогольних напоїв, тютюну, неконтрольованого їхнього ввезення). Трансформаційні зрушення, які відбулися в економіці країни, та здійснення стабілізаційних заходів з боку уряду, докорінно змінили кон'юнктуру РСТ та його макроструктуру, активізували внутрішнє виробництво споживчих товарів. Зокрема, вже на початку 1999 р. спостерігається тенденція до розширення місткості ринку, раціоналізації структури продажу споживчих товарів, збільшення кількості ринків принципово нових товарів, відбувається поступовий перехід від ринку товаровиробника до ринку споживача.

З 2000 р. позитивні тенденції закріплювалися і посилювалися. Окреслюється новий етап у функціонуванні РСТ – етап розширення. Ознаки розширення РСТ проявлялися через позитивні зміни основних параметрів його функціонування, а саме: зростання фізичного обсягу роздрібного товарообороту; якісної зміни структури РТО та її наближення до характеристик докризового (1990 р.) стану; збільшення виробництва і пропозиції споживчих товарів та їхньої адаптації до складеної кон'юнктури ринку; розширення мережі та формування елементів нової інфраструктури РСТ. Основною причиною розширення місткості РСТ стала позитивна динаміка споживчого попиту. Його зростання обумовили такі чинники, як: стійке зростання реальних доходів; уповільнення темпів зростання цін на споживчі товари; покращення споживчих очікувань громадян. Разом з тим,

окреслений етап слід розуміти не як якісну складову процесу розвитку РСТ, а як період, який дав поштовх змінам в ринковому середовищі, сформованому в період стабілізації та подоланні кризових явищ.

На даний час на РСТ України відносна рівновага встановилася на нижчому рівні порівняно з її виробничим та споживчим потенціалами. Існують також проблеми внутрішнього, більш глибинного змісту і якості позитивних тенденцій на РСТ. Зокрема, зростання частки продажу продовольчих товарів в загальних обсягах РТО супроводжується зростанням витрат домашніх господарств на купівлю продуктів харчування, а в самій структурі витрат переважають витрати на придбання найнеобхідніших товарів. Зростання ж частки продажу непродовольчих товарів в останні роки обумовлювалося збільшенням купівлі складної побутової техніки, меблів, автомобілів тощо. Загальна тенденція до скорочення частки імпортного сегменту на цьому етапі не розв'язала проблем нарощування внутрішнього конкурентоздатного виробництва, і не тільки товарів непродовольчої групи (де окремі сегменти імпортних товарів домінують), але й тих, від яких залежить продовольча безпека країни, і для виробництва яких є внутрішні стимули: ресурси, технології, потреби. Розширення мережі торговельних закладів, зміна їхнього формату та форм продажу і обслуговування не вирішили проблеми раціоналізації їхнього розміщення та доступності (особливо, в сільській місцевості), не спричинило посилення впливу торгівлі на товарну пропозицію, їхню асортиментно-структурну відповідність попиту, зростання рівнів споживання товарів населенням.

Світові глобалізаційні процеси, інтеграційні наміри України, активізація процесів в зв'язку з входженням до СОТ, дозволяють виокремити наступний період у функціонуванні РСТ, а саме, етап його розвитку та інтеграції. Початком етапу можна вважати 2006 р., який охарактеризувався розумінням необхідності підвищення конкурентності внутрішнього ринку, усунення його структурних деформацій, гарантування безпеки товарів. Особливостями розвитку РСТ на національному і регіональному рівні в умовах глобалізації є: вплив глобалізаційних процесів на стан і кон'юнктуру ринку внутрішнього ринку країни; динамічність змін вимог ринку; формування нових ринків товарів та регіональних ринків з більш високими вимогами до споживчих характеристик товарів; переважання пропозиції над

попитом; підвищення вимог до екологічної безпеки та якості товарів. В цих умовах зростає значення зовнішнього середовища, яке впливає на розвиток ринкової конкуренції, цінову стабілізацію на окремих сегментах ринку, продовольчу безпеку країни.

В контексті цих проблем, слід виокремити нерівномірність розвитку РСТ в регіональному розрізі. Ринкові трансформаційні процеси кардинально розмежували регіони не тільки за рівнем економічного і соціального розвитку, але й за рівнями та обсягами споживання, динамікою роздрібного товарообороту (РТО), в т.ч. на одну особу; поглибили диспропорції у виробництві споживчих товарів, рівнях грошових доходів, платоспроможному попиті. Як показує аналіз обсягів роздрібного товарообороту на одну особу в розрізі регіонів, більшість територій має значно нижчі показники по відношенню до середніх по Україні, що актуалізує завдання забезпечення доступності та можливості громадян задовольнити особисті потреби в безпечних товарах за науково обґрунтованими нормами і калорійністю. Як свідчать дані табл.2.2, в 2006 р. продаж споживчих товарів на одну особу в групі регіонів (11 областей) склав менше 70% середнього значення по Україні, в т.ч. по Тернопільській області – 62%. Загалом, лише п'ять регіонів перевищили рівень середніх значень, що є свідченням значної регіональної диференціації розвитку ринків споживчих товарів.

Актуальність проблеми можна пов'язати, також, і з тим, що на регіональному рівні ринок віддзеркалює найгостріші економічні та соціальні проблеми, впливає на рівень і якість життя населення, визначає регіональну структуру виробництва. Емпіричною базою для характеристики стану і тенденцій розвитку РСТ та досліджень особливостей його функціонування на регіональному рівні обрано ринок Тернопільської області.

Дослідження показали, що розвиток РСТ супроводжувався регіональними змінами, обумовленими, передусім, особливостями економічного і соціального розвитку регіонів; різною спроможністю територій у пристосуванні до ринкових трансформацій, що відбуваються, а, також, ресурсними можливостями розв'язати проблеми порушення рівноваги та подолання структурних диспропорцій у

**Групування регіонів за рівнем роздрібного товарообороту
на одну особу в 2006р.¹**

Обсяг РТО на одну особу за укрупненими групами, грн.	Назва регіону	Відносно середнього рівня України, min- max, %	Кількість регіонів в групі, од.
До 1800	Тернопільська область (56,8%), Луганська область, Івано - Франківська область, Черкаська область, Вінницька область, Житомирська область, Кіровоградська область, Рівненська область (67,9%), Хмельницька область, Сумська область, Чернігівська область	56,8 – 67,9	11
1801-2598	Чернівецька область (72,8%), Миколаївська область, Полтавська область, Закарпатська область, Херсонська область, Донецька область, Волинська область, АР Крим, Київська область, Запорізька область, Львівська область (99,9%)	72,8 -99,9	11
більше 2598грн.	Одеська область (112,5%), м. Севастополь, Харківська область, Дніпропетровська область, м. Київ (345,8%)	112,5 -345,8	5
Середній обсяг РТО на одну особу в Україні в 2006р – 2598грн.			

¹Примітка. Розраховано автором на основі [231,с.279].

виробництві товарів. Проведений порівняльний аналіз динаміки і територіальних пропорцій за основними узагальнюючими показниками, які характеризують стан та умови функціонування регіональних ринків споживчих товарів, засвідчує збереження сталої тенденції до посилення його територіальної диференціації. На основі аналітичних узагальнень, можемо окреслити групу регіонів (Тернопільську, Івано-Франківську, Вінницьку, Хмельницьку області), які мають найсуттєвіші відхилення в параметрах від середніх по Україні і в яких явища структурної деформації РСТ проявляються найгостріше. У структурі ринку найсуттєвіші відхилення спостерігалися в Тернопільському регіоні (табл. 2.3).

За оціночними критеріями стану РСТ, такими як: обсяги реалізації споживчих товарів відносно 1990 р., РТО на одного жителя, динаміка продажу продовольчих товарів і рівень витрат населення на їхнє придбання, рівень оплати праці, що є основним чинником зростання місткості ринку, Тернопільський регіон можна охарактеризувати як проблемний. Це обумовлює необхідність системного підходу до вивчення та оцінки внутрішньої ситуації на РСТ, визначення причин його деформації та окреслення проблем, які необхідно розв'язати.

**Показники функціонування ринку споживчих товарів в Україні та
Тернопільській області¹**

Показники	Україна				Тернопільська область				Тернопільська обл. відносно показників України, %			
	2000р.	2004р.	2005р.	2006р.	2000р.	2004р.	2005р.	2006р.	2000р.	2004р.	2005р.	2006р.
1. Роздрібний товаро - оборот, млрд. грн.	28,8	67,6	94,3	129,9	0,39	0,96	1,32	1,73	-	-	-	-
1.1. Частка Тернопільської обл. в загальних обсягах РТО, %	-	-	-	-	-	-	-	-	1,3	1,4	1,4	1,3
1.2. Темпи зміни РТО, в % до попереднього року	108	120,5	123,4	124,8	113	116,3	118,3	119,1	+4,8	-3,7	-5,1	-5,7
1.3. РТО до 1990р., %	32	56,2	59,2	62,1	17	34,5	40,8	48,6	-15	-22	-18,4	-13,5
2. РТО на одну особу, грн.	585	1381	2003	2598	334	857	1137	1560	57	62	59,3	60,0
3. Частка продовольчих товарів в РТО, %	51,9	42,8	42,0	38,2	57,5	44,1	45,9	41,0	+4,7	+1,3	+3,9	+2,8
4. Частка продажу товарів вітчизняного виробництва, %	75,8	76,1	70,5	73,5	88,2	87,2	86,7	85,6	+12	+11	+16	+12
5. Забезпеченість 10 тис. осіб торговельною площею, кв.м	1426	1264	1355	1285	119 2	862	820	816	84	68	63	64
6. Середньомісячна заробітна плата, грн	230	590	806	1041	135	388	553	727	58	84	68,6	69,8
7. Частка грошових витрат на продовольчі товари, %	58,1	56,6	56,5	55,8	52,6	50,4	52,6	51,7	-5,5	-4,2	-3,9	-4,1
8. Індекс споживчих цін, %	125,8	112,3	110,3	111,6	127	110,7	108,4	110	+1	-2,1	-1,9	-1,6
9. Частка продажу товарів на організованих і неформальних ринках, %	36,0	31,7	30,5	30,8	31,2	29,9	29,8	30,2	-1,8	-1,8	-0,7	-1,0

Примітки: 1. Розраховано на основі статистичних даних по Україні та Тернопільській області [231, с.25,280,285,391; 232, с. 27,52,200-212].

2. (-,+)- зменшення, збільшення, %

Для діагностики стану та основних структурних трансформацій РСТ використовувалася запропонована система показників та індикаторів, відображена в табл.1.2 (§1.3).

Потенціал РСТ характеризується сукупністю виробничих і споживчих можливостей задоволення потреби в товарах на основі врівноваження попиту і пропозиції. Результатом реалізації потенціалу ринку є задоволення попиту та залучення товарної маси у сферу обігу з наступним її переходом у сферу споживання. Основними індикаторами, за якими оцінюється потенціал ринку, є: місткість, пропорційність, стійкість, виробничий та споживчий потенціали, кон'юнктурні коливання, динаміка обсягів товарообороту.

Аналіз динаміки основних показників з 1991 по 2006 рр., які детермінують зміни потенціалу РСТ на національному рівні (виробництво споживчих товарів, реальні доходи населення), показує, що вони не узгоджуються із динамікою загальних тенденцій в національній економіці, зокрема, з динамікою виробництва ВВП, та спричиняють протилежні впливи на стан ринку (рис.2.1).

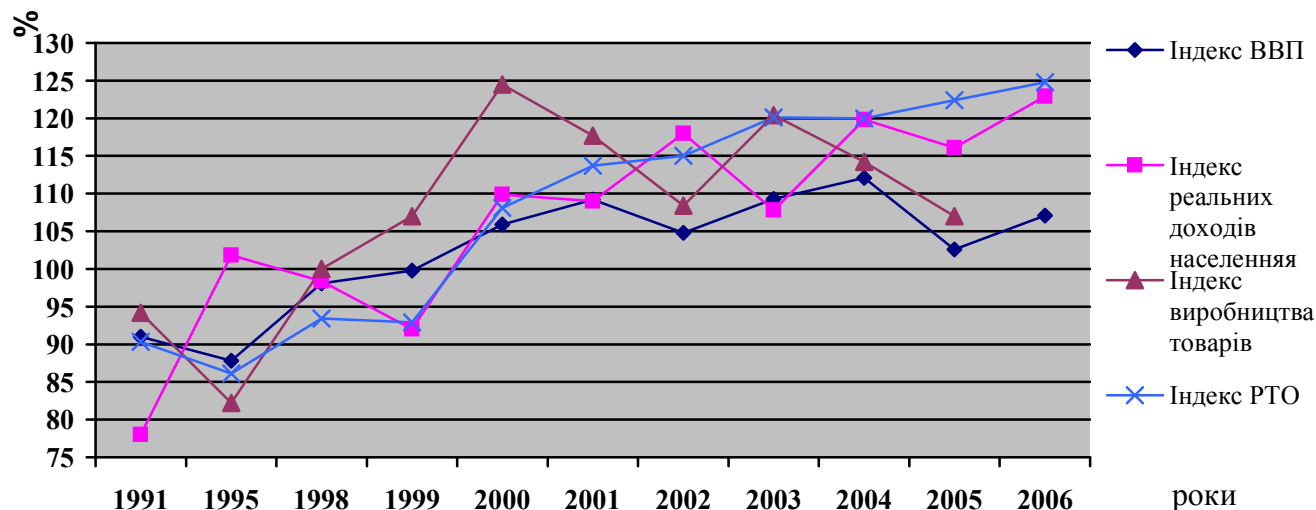


Рис. 2.1. Співвідношення індексів ВВП, роздрібного товарообороту, виробництва споживчих товарів та реальних доходів населення в Україні¹

¹Примітка. Складено автором на основі [231, с. 25, 285, 391].

Це загалом порушує логіку ринкових механізмів функціонування економіки і свідчить про більш глибокі кризові явища, які обумовлювали появу диспропорцій на РСТ. Зокрема, суттєве зростання реальних доходів населення в 1995, 2002, 2004 та 2006 роках (а отже зростання платоспроможного попиту) супроводжувалося або падіннями реального ВВП (в 1995 р. і 2002 р.), або нижчими темпами його зростання. Переважаючі темпи зростання виробництва товарів народного споживання не стали стимулятором розвитку внутрішньої торгівлі і практично не впливали на обсяги і структуру їхнього продажу. На протязі останніх років відсутня узгодженість та кореляція між зростанням РТО і ВВП, між динамікою зростання реальних доходів населення та РТО.

Регіональні особливості потенціалу РСТ проявляються в їхньому комбінуванні і динаміці розвитку, а також, причинах, що їх обумовлюють. Проведені дослідження засвідчують наявність загальних тенденцій до розширення місткості РСТ, однак інтен-

сивність розширення є різною, а по відношенню до базового рівня 1990 р. низькою. Характерними ознаками розширення місткості РСТ, зокрема Тернопільської області, в останні періоди стали позитивні зміни основних параметрів функціонування ринку. Так, упродовж 2000-2006 рр. індекс продажу споживчих товарів був вищим, ніж темпи зростання цін на них, що обумовило збільшення фізичного обсягу реалізації товарів на ринку. Розширення місткості супроводжувалося підвищенням реальних доходів населення. Співвідношення між окресленими параметрами ілюструє рис.2.2.

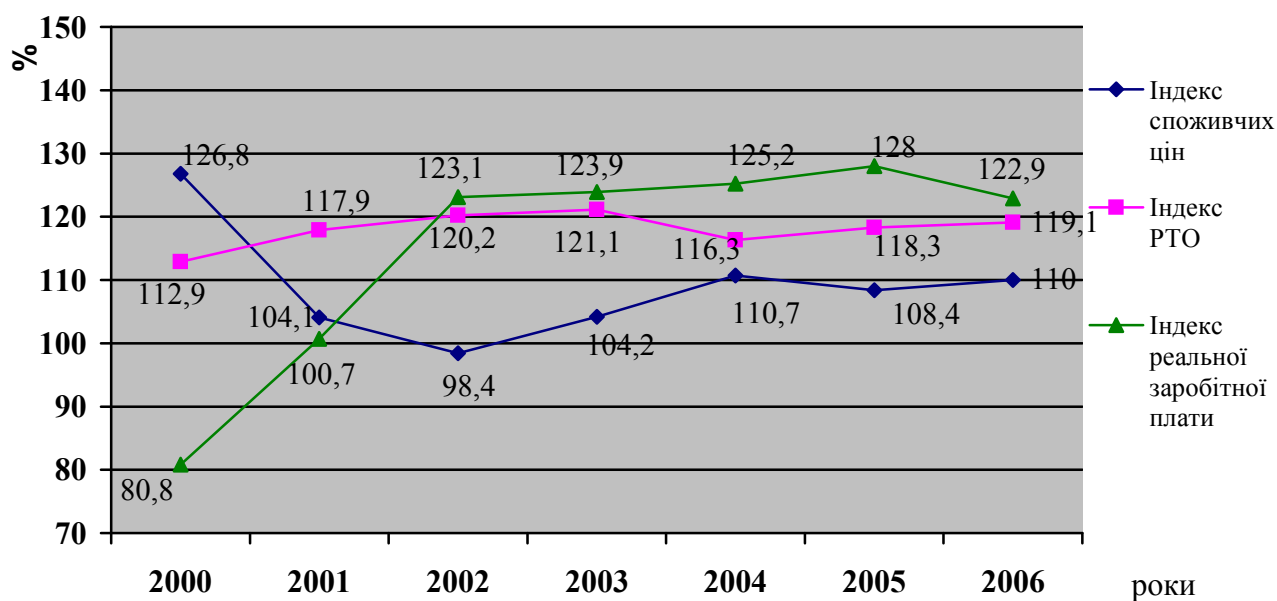


Рис. 2.2. Динаміка зміни обсягів РТО, споживчих цін та реальної заробітної плати в Тернопільській області¹

¹Примітка. Розраховано автором на основі [232, с.52,200-209].

Однак, вплив таких чинників на місткість ринку є неоднозначним. Аналіз кривих динаміки споживчих цін і реальної зарплати показує обернену залежність впливу зміни цін на обсяги РТО і, практично, відсутність прямого зв'язку між зростанням реальних доходів і розширення місткості ринку. Так, якщо зниження індексу споживчих цін в 2001-2002 рр. зумовило зростання обсягів реалізації товарів, то різке підвищення реальних доходів в 2004 році дестабілізувало ситуацію на споживчому ринку і стало чинником зростання цін, що відповідно вплинуло на зниження обсягів РТО.

Аналітичні дослідження динаміки РТО на більшому проміжку часу, дають підставу стверджувати, що в порівнянні з 1990 роком місткість РСТ збузилася. Незважаючи на високі темпи зростання РТО протягом останніх років, в 2006 р. його

реальні обсяги склали по Україні – 62,1% рівня 1990 року, а по Тернопільській області – 41%, тобто РСТ в регіоні скоротився більше як вдвічі (рис. 2.3).

Основними критеріями стійкості і збалансування ринку є відповідність товарної пропозиції платоспроможному попиту населення. Максимально можливий обсяг надходження товарів на ринок за різними джерелами характеризує виробничий потенціал РСТ. Детермінантами виробничого потенціалу виступають обсяги та структура виробництва споживчих товарів, еластичність пропозиції, цін виробників промислової та сільськогосподарської продукції, динаміка цін на ресурси, обсяги надходжень на регіональний ринок імпортованих товарів.

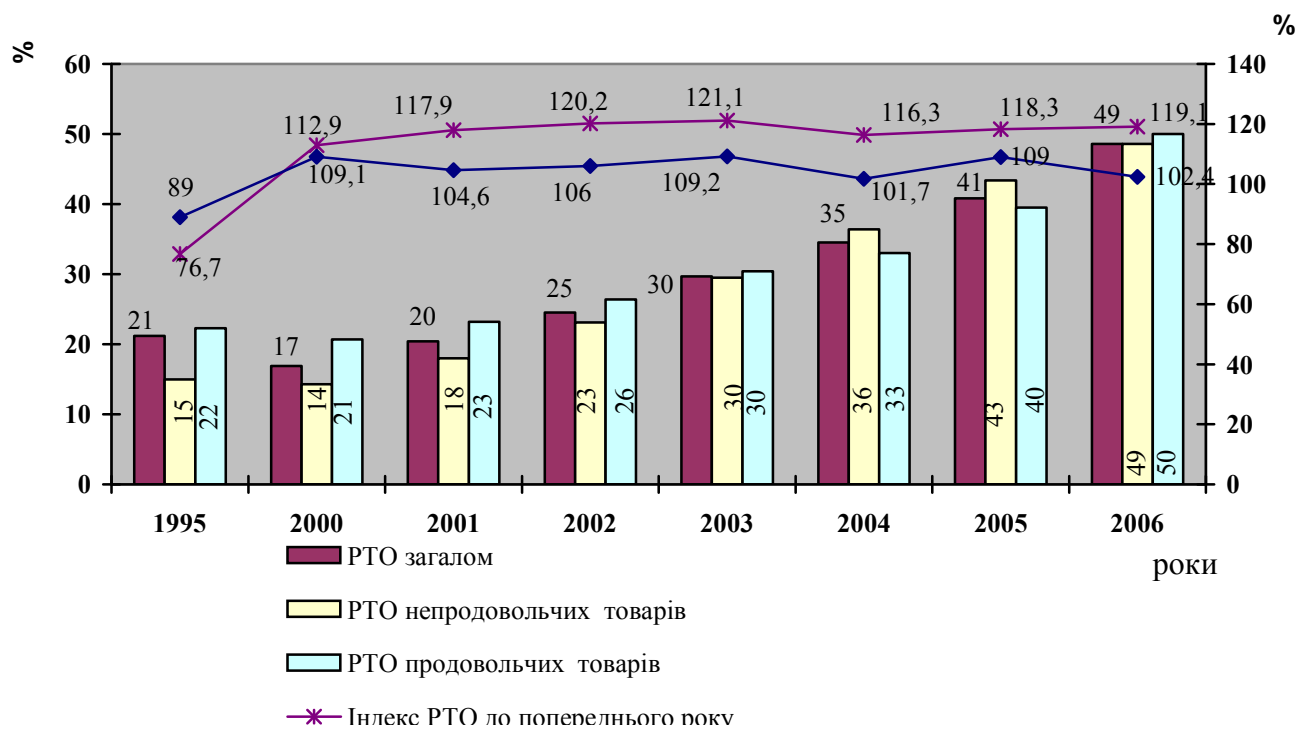


Рис. 2.3. Динаміка реального РТО Тернопільської області відносно 1990 року¹

¹Примітка. Розраховано автором на основі [232, с.200-209].

На ринку регіону товарна пропозиція формується за рахунок: а) виробництва споживчих товарів на місцевих підприємствах; б) виробництва продовольчих товарів у спеціалізованих сільськогосподарських підприємствах та фермерських господарствах; в) виробництва у домашньому секторі на присадибних ділянках; г) надходження товарів з інших регіонів; д) імпорту. Разом

з тим існують і тіньові джерела надходження споживчих товарів: виробництво контрафактних товарів і ввезення контрабандної продукції.

Реальна пропозиція споживчих товарів, яка пропонувалася виробниками і була реалізована в торговельній мережі, характеризується тенденціями до зростання (рис. 2.4). Найсуттєвіші темпи зростання протягом досліджуваного періоду спостерігалися у реалізації продовольчих товарів, які визначали динаміку товарообороту. Загалом же, фізичні обсяги продажу товарів зросли в 2006р. на 281% по відношенню до 2000 р. [232, с. 211].

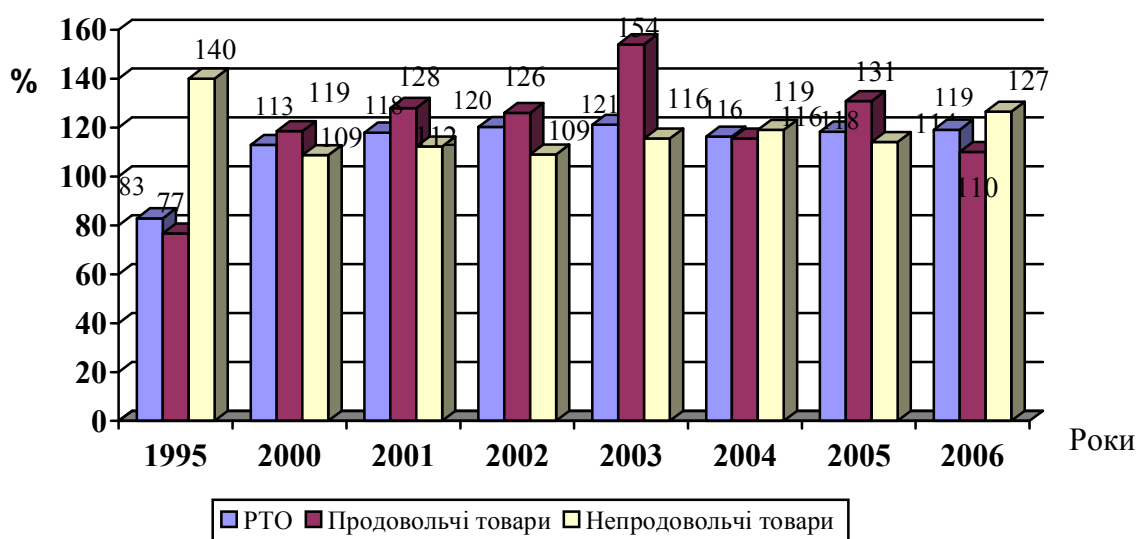


Рис. 2.4. Динаміка реальної товарної пропозиції на РСТ Тернопільської області¹

¹Примітка. Розраховано автором на основі [245, с.211-212].

Аналіз структури пропозиції споживчих товарів на національному і регіональному ринках засвідчує негативні тенденції до зростання імпортного сегменту, які в 2006 і 2007 рр. посилюються в зв'язку зі збільшенням обсягів імпорту споживчих товарів в Україну. Якщо на внутрішньому РСТ України частка імпортних товарів в 2000 р. складала 25%, то вже в 2006 р. вона зросла до 27%, тобто, зростання продажу імпортних товарів в 2006 р. в порівнянні з 2005 р. по Україні склало 3%. Аналіз динаміки структури реалізації споживчих товарів, зокрема, в Тернопільській області показує, що більшу її частину формують вітчизняні товаровиробники. В структурі продажу товарів частка товарів, вироблених на вітчизняних підприємствах в 2006 р. склала 85,6%, однак в

порівнянні з 2005 р. вона зменшилася на 1,1%. Слід зазначити, що такі тенденції негативно відображаються на діяльності місцевих товаровиробників.

Разом з тим, тенденції наповнюваності регіонального ринку вітчизняними товарами були нестійким і характеризувалися динамічними відхиленнями їхніх часток в загальному обсязі РТО. Причинами коливань стали зміни обсягів продажу вітчизняних непродовольчих товарів, оскільки продовольча складова реалізації знижувалася внаслідок розгортання криз на окремих сегментах ринку (м'яса, цукру, зерна), що викликало розширення імпортних надходжень на ринки цих товарів. Як свідчить аналіз, виробництво і продаж вітчизняних товарів домінують за тими товарними групами, на яких представлені місцеві виробники.

Відсутність інформації про обсяги реалізації товарів місцевого виробництва за всіма каналами продажу не дозволяє кількісно окреслити межі сегментів ринків місцевих виробників. Індикаторами їхньої присутності на ринку та впливу на зміни структури товарної пропозиції можна вважати динаміку та структуру виробництва основних споживчих товарів. Оцінка таких параметрів дозволила визначити основні сегменти, на яких місцеві виробники присутні, та оцінити тенденції в забезпеченні населення споживчими товарами. Зокрема, на ринку продуктів харчування, товарна пропозиція місцевих виробників представлена виробництвом цукру-піску, ковбасних виробів, м'яса, хлібобулочних та кондитерських виробів, алкогольних та безалкогольних напоїв. Зниження реальних обсягів їхнього виробництва в 2005-2006 рр. є опосередкованим свідченням скорочення попиту на таку продукцію, а отже, звуження присутності на означених продуктових ринках.

Однак, більш детальний аналіз ринків збуту окремих товарних груп (цукру, м'ясопродуктів, швейної продукції) свідчить про їхню орієнтацію на зовнішніх споживачів. Зокрема, в загальному обсязі виробництва цукру-піску в Тернопільській області (148,3 тис.т в 2006 р.) внутрішнє споживання складало 41,0% або 60,8 тис.т. Згідно укладених договорів з іншими споживачами (ТОВ "Українська продовольча компанія" м. Київ) було реалізовано 87,5 тис. т цукру (59,0%). Разом з тим, в роздрібному продажу цукру домінували поставники з інших регіонів: ТОВ "ІВК Агро-цукор" м. Теофіполь, ЗАТ "FOZZI" м.Рівне, ВАТ "Житомирський комбінат хлібопродуктів" та ТОВ "ГУЦ" м. Київ під торговою

маркою “Щедрий колос”. Одне з найбільших підприємств з виробництва м’ясопродуктів в м. Тернополі ТОВ “Доброслав - Тернопіль” із загальних обсягів виробленої продукції в 2006 р. в торговельну мережу області поставляло лише 16,8%; натомість на ринки інших регіонів (Київ, Київська обл., Львівська обл., Дніпропетровська обл.) надходило близько 43,0% виробленої продукції, на експорт (Російська Федерація) реалізувалося 30,2%.

Основною проблемою у формуванні місцевими товаровиробниками товарної пропозиції на непродовольчому сегменті є відсутність конкурентоспроможних ринків сировини та матеріалів для виробництва якісних товарів. Це обумовлює їхню роботу на давальницьких умовах. Зокрема, на місцевому швейному підприємстві ВАТ “Галія” пошиття одягу з сировини замовника за давальницькою сировиною складало в 2006р. 96%, з них 87% надходило за толлінгом з Німеччини. При скороченні обсягів виробництва підприємством вдвічі до 2000р., близько 84% продукції експортувалося, 5% вивозилося за межі області (м. Київ). Аналогічна ситуація спостерігалася і на новоствореному СП “Сегеш-Україна” (м. Шумськ), яке працює за давальницькими угодами з поставниками зі Швеції і за умовами яких вся вироблена продукція експортується на ринки за межі країни. Одночасно, імпортні швейні товари складають 58,2% загального обсягу їхнього продажу в торговельній мережі.

Отже, можна зробити висновок, що проблеми розширення сегментів ринку місцевого виробництва лежать в площині підвищення якості товарів (передусім, продуктів харчування), розширення асортименту пропонованих товарів, стабілізації цінової ситуації, структурної переорієнтації виробництва. Оскільки, загальні тенденції останніх років характеризуються уповільненням темпів виробництва в області, означені проблеми актуалізуються і в напрямку підвищення платоспроможного попиту населення та підтримки місцевого товаровиробника з боку регіональних органів управління.

Так, особливістю формування товарної пропозиції на РСТ Тернопільської області є висока питома вага продажу особистими підсобними господарствами. В 2006 р. на продовольчому ринку вони забезпечували, зокрема, 97,0% пропозиції картоплі, 93,3% пропозиції овочів, 86,1% пропозиції м’яса, 92,5% пропозиції молока і 64,4% яєць. Для порівняння відзначимо, що в 1995 р. частка особистих підсобних підприємств була вдвічі меншою щодо пропозиції картоплі, овочів і м’яса, і втричі

меншою по молоку, овочах і яйцях [232, с. 112]. Загалом, товарна пропозиція на ринку Тернопільської області в основному формувалася за рахунок товарів, які завозилися з інших регіонів та імпортних надходжень.

В структурі товарної пропозиції імпорту переважає на непродуктовому сегменті ринку і представляється переважно товарами легкої промисловості, побутовою технікою, електро- та телерадіотоварами. Динаміка продажу, зокрема, телерадіоапаратури на ринку Тернопільської області характеризується майже повною відсутністю попиту на вітчизняні моделі (додаток Б). Реальні обсяги надходження імпорту на ринки є значно більшими, оскільки офіційні канали постачання супроводжувалися контрабандним ввезенням споживчих товарів. Окрім тінізації обороту товарів, такі поставки породжують недобросовісну конкуренцію, яка, проявляється, передусім, в ціновій дискримінації місцевого виробника.

Аналіз структури та динаміки імпорту споживчих товарів дозволив окреслити пріоритети їхнього виробництва в перспективі. Зокрема, можемо виокремити групу товарів, виробництво яких має супроводжуватися прискореним зростанням із одночасним підвищенням їхньої конкурентоздатності (виробництво продуктів харчування, швейних та трикотажних виробів, меблів) і групу товарів, за якими в сучасних умовах доцільно зберегти ввезення з-за меж країни з посиленням контролю за їхньою якістю і відповідністю стандартам споживання.

Обсяги реалізації пропонованого обсягу споживчих товарів визначаються споживчим потенціалом РСТ, який характеризує потенційні можливості споживачів задовольнити свої потреби. Оцінка споживчого потенціалу здійснювалася на основі аналізу кількісних параметрів споживання продуктів харчування на одну особу і рівнів забезпечення домогосподарств товарами тривалого кристування, а також, якісних характеристик і узагальнень щодо їхніх змін і відповідності встановленим нормативам і критеріям мінімальної достатності.

Тенденції в споживанні основних продуктів як на національному, так і регіональному РСТ характеризуються суттєвим звуженням їхніх обсягів в порівнянні з 1990 р. Абсолютне зменшення рівнів споживання продовольчих товарів супроводжується невідповідністю фактичного, нормативного та мінімального (граничного) споживання, погіршенням його якості, деформацією структури. Аналіз даних по Україні і по Тернопільській області свідчить про тенденцію до зниження споживання

м'яса і м'ясопродуктів, риби і рибопродуктів, фруктів, ягід. Зокрема, в Тернопільській області за цими видами товарів фактичні рівні споживання на особу у 2006 р. склали близько 60-70 % раціональної норми (табл. 2.4). Разом з тим, споживання хліба, картоплі і цукру перевищили раціональні норми і протягом досліджуваного періоду обсяги їхнього споживання зростали. Це засвідчує нераціональність та деформованість структури споживання і його чітку спрямованість на найбільш доступні і дешеві види продуктів харчування. На РСТ означені тенденції зумовлюють звуження пропозиції та її структурну деформацію.

Таблиця 2.4

Рівні споживання основних продуктів харчування в Тернопільській області¹
(кг на особу)

Назва товарної групи продуктів харчування	Раціональні норми ²	Норми мінімального споживчого кошика ³	Обсяг споживання в 1990р.	Фактичне споживання в 2006р.	Фактичне споживання у % до		
					раціональних норм	мінімальних норм	рівня 1990р
М'ясо і м'ясопродукти	83	53	68	38	45,8	71,7	55,9
Молоко і молокопродукти	380	353,3	373	264	69,5	74,8	70,8
Яйця (шт)	290	220	272	180	62,1	81,8	66,2
Риба та рибні продукти	20	13	17,5	9,6	48,0	73,8	54,8
Хліб та хлібопродукти	101	94,8	117	120	118,8	126,6	102,6
Картопля	124	95	131	137	110,5	144,2	104,0
Цукор	38	24	50	30	78,9	125,0	60,0
Овочі, баштанні	161	110	102	112	69,6	101,8	109,8
Фрукти, ягоди	90	68	47	32	35,6	47,1	68,0

Примітки: 1. Розраховано за даними (232, с.347).

2. Норми споживання розроблені НДІ гігієни харчування для працездатного населення.

3. Затверджено Постановою КМУ від 14.04.2000р., №656.

Іншим вагомим чинником, який впливає на структурні пропорції ринку є рівень натуралізації продовольчого забезпечення. Населення, особливо сільське, забезпечує власні потреби за рахунок виробництва продуктів на присадибних ділянках. Якщо враховувати ту обставину, що чисельність сільського населення в Тернопільській області переважає чисельність міського, то значна частина населення практично вилучається з процесу формування платоспроможного попиту на продовольчому ринку регіону.

В структурі споживання частка вироблених в домашніх господарствах продуктів харчування в 2006 р. складає: по картоплі – 83,5%, м'ясу і м'ясопродуктах – 33,6%, яйцях – 56,3%, овочах – 41,0% (рис.2.5).

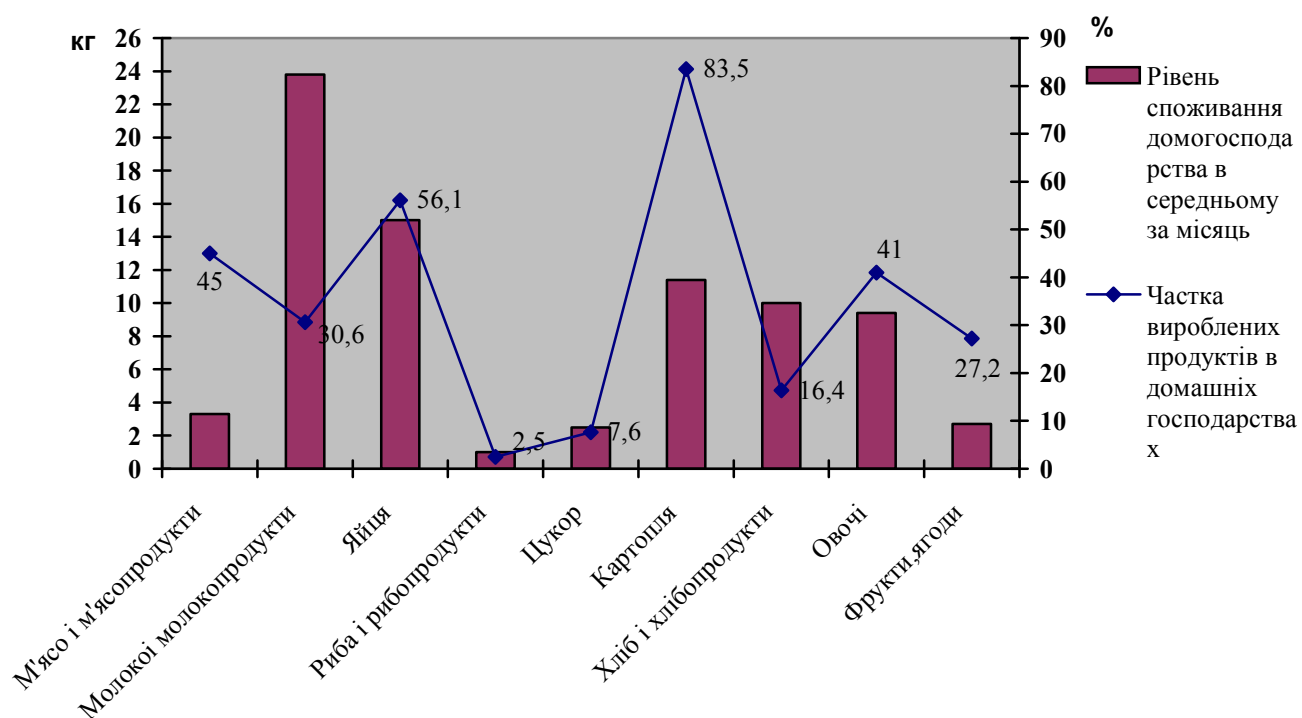


Рис. 2.5. Рівень самозабезпечення попиту населення Тернопільської області в 2006 р.¹

¹Примітка. Розраховано на основі [232, с.347, 348].

На основі даних про рівні споживання основних продуктів харчування населенням Тернопільської області, нами розраховані обсяги потенційного та фактичного попиту, які, відповідно, формують потенційну і реальну (фактичну) місткість продовольчого ринку (табл.2.5). В розрахунки потенційного попиту закладалися раціональні норми харчування та чисельність населення регіону. Для визначення обсягу фактичного попиту використовувалися рівні споживання, які склалися в регіоні протягом 2000-2006 рр.

Різниця між фактичним і потенційним (оптимальним) попитом за переважною групою продуктів харчування характеризує перспективи розширення ринку цих товарів. Разом з тим, як показують розрахунки, потенційні можливості для розвитку є обмеженими на ринках хлібопродуктів та картоплі. Перевищення фактичного попиту на хлібопродукти та картоплю над потенційним є свідченням структурних деформацій у споживанні. Обсяги власного виробництва продуктів харчування лише частково покривають потреби в них (окрім олії і рибопродуктів, які в регіоні не виробляються). Решта попиту задовольняється ресурсами, ввезеними з інших територій, що, з огляду на аграрну спрямованість економіки Тернопільської області, є

некоректним. Перевищення виробництва цукру над його попитом характеризує потенційні можливості для розвитку виробництв, які використовують цукросировину, або ж експортну спрямованість галузі.

Таблиця 2.5

Потенціал споживчого попиту Тернопільської області та рівень його задоволення власними товарними ресурсами в 2006 р.¹

Товарні групи	Потенційний попит, (потенційна місткість ринку), тис. т	Фактичний попит (реальна місткість ринку), тис.т	Реалізовано товарів через роздрібну мережу, тис. т	Вироблено в 2006 р., тис. т	Відношення фактичного попиту до потенційного, %	Рівень забезпечення фактичного попиту власними ресурсами, %	Рівень продажу через торгову мережу, %
М'ясо і м'ясопродукти	92,9	42,5	1,9	16,7	45,8	39,3	4,5
Молоко і молочкопродукти	425,0	295,6	142	48,8	69,5	16,5	48,0
Яйця (шт)	324,7	201,5	6,7	1,7	62,0	30,6	3,3
Риба та рибні продукти	22,4	10,7	1,5	-	47,7	0	14,0
Хліб та хлібопродукти	113,1	134,4	13,7	19,5	118,8	71,1	10,2
Картопля	138,8	153,4	1,2	20,4	110,5	1,3	1,0
Цукор	42,5	33,6	1,2	203,9	79,0	6,1 р.	3,6
Олія	14,6	10,1	0,9	-	69,2	0	8,9
Овочі, баштанні	180,3	125,4	1,1	3,0	69,6	2,4	0,9
Фрукти, ягоди	100,7	35,8	0,6	3,9	35,6	10,8	1,7

¹Примітка. Розраховано автором на основі статистичних даних [232, с.104,287,415].

Не зважаючи на те, що потенціал РСТ є значним, загалом він обмежується невисоким платоспроможним попитом, значною диференціацією населення за рівнем сукупних доходів і витрат, а також деформованою структурою попиту. Підтвердженням цих висновків є аналітичні оцінки та розрахунки, зроблені на основі дослідження сукупного попиту населення Тернопільської області.

Отже, динаміка грошових доходів населення показує одночасно позитивні тенденції до зростання реальної величини спроможності та наявності структурних деформацій у грошових доходах. За досліджуваний період реальний приріст грошових доходів мав різну динаміку і складав від 6,2% у 2000 р. до 28% в 2006 р. (табл.2.6). Рівень реальних доходів не тільки визначає платоспроможний попит, але й характеризує потенційні можливості до формування нових сегментів на РСТ або ж розширення існуючих. Однак, структурні співвідношення джерел формування грошових доходів населення є деформованими.

Структура грошових доходів і витрат населення Тернопільської області¹

Показники	Одиниці виміру	2000р.	2002р.	2003р.	2004р.	2005р.	2006р.
1. Грошові доходи населення	млн..грн	1047	3119	3677	4942	6969	8922
з них: 1.1. Оплата праці	в % до грошових доходів	41,0	33,4	31,4	30,9	30,4	31,8
1.2. Соціальні допомоги	в % до грошових доходів	31,4	36,2	43,1	46,3	48,6	47,2
2. Приріст реальних грошових доходів населення,	%	6,2	17,0	11,9	10,7	28,1	22,0
3. Витрати населення	млн..грн	1047	3119	3677	4942	6969	8922
з них:	в % до витрат						
3.1. на продовольчі товари		62,3	60,5	59,5	54,1	52,6	51,7
3.2. на непродовольчі товари	в % до витрат	11,8	14,1	20,2	23,4	21,4	23,7
4. Відхилення витрат на продовольчі товари відносно попереднього року	%		-1,3	-1,0	-5,4	-1,5	-0,9

¹Примітка. Складено та розраховано на основі даних статистики (232, с.310,323,338).

Аналіз змін в структурі грошових доходів Тернопільської області свідчить про зниження частки оплати праці в них з 41,0% в 2000 р. до 31,8% в 2006 р., і зростання доходів за державними соціальними трансфертами відповідно з 31,4% до 47,2%, а також, суттєве збільшення доходів, отриманих з-за меж країни. Такі тенденції викликані внутрішніми виробничими обмеженнями регіону і, передусім, низьким рівнем реального виробництва і є, на нашу думку, основним чинником поглиблення в майбутньому структурних диспропорцій в економіці.

Зростання сукупних доходів населення відобразилося на структурі витрат домогосподарств. Якщо в попередні роки витрати населення на продовольчі товари складали близько 70% загальних витрат, то із підвищенням реальної величини доходів їхня частка знижувалася, і на початок 2007 р. склала 51,7%. Така динаміка засвідчує активізацію споживчого попиту на товари непродовольчої групи і, відповідно, характеризує зміни в споживчих перевагах населення. Це особливо важливим є для розвитку ринку товарів тривалого користування, оскільки основним чинником його динаміки є платоспроможна потреба населення. Як показують аналітичні дослідження, потреба в таких товарах є високою, оскільки рівень забезпечення товарами тривалого користування домогосподарств є невисоким, про що свідчать дані вибіркового обстеження домогосподарств України (див.додаток В).

Окреслені пропорції в структурі витрат населення протягом досліджуваного періоду диференціюються за групами домашніх господарств, які різняться рівнем доходів, споживання, кількістю дітей, проживанням в місті чи селі. Оцінка рівня диференціації населення в Україні показує, що співвідношення сукупних витрат 10% найбільш і найменш забезпеченого населення в регіоні в 2006 р. складало 7,8 рази, в т.ч. серед міського населення – 9,0 рази, серед сільського – 3,9 рази. Для визначення ступеня нерівності у розподілі доходів і витрат населення використаємо розрахунки показників їхньої диференціації, які ґрунтуються на побудові кривої Лоренца та індексів Джині [166, с. 88-89].

Крива Лоренца відображає кумулятивний розподіл чисельності населення та належних їй часток доходів (витрат). Побудована нами крива Лоренца (рис. 2.6) характеризує ступінь нерівності в доходах і витратах населення Тернопільської області в 2006 р.

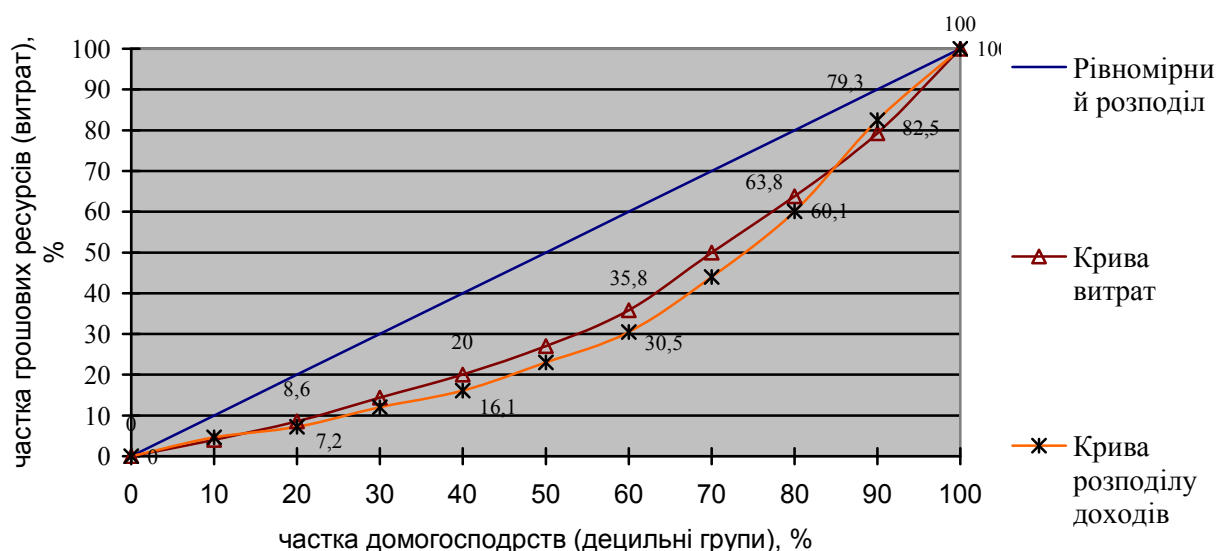


Рис. 2.6. Розрахунок кривої Лоренца розподілу сукупних грошових ресурсів та витрат населення в Тернопільській області за 2006 р.¹

¹Примітка. Розраховано автором за [232,с.320-323,329].

Аналіз лінії фактичного розподілу доходів показує, що на долю 10% найбільш бідного населення Тернопільської області припадає 7,3% грошових доходів, а 10% найбільш забезпеченого населення володіють 20,7% всіх грошових ресурсів, отриманих в 2006 р. У витратах диференціація населення є меншою, однак за децильними групами витрати найбільш забезпечених 10% громадян перевищували витрати малозабезпеченої 10% групи населення в 9,1 рази, що на 1,3 відсотки більше аналогічного показника по Україні. Наслідком посилення

диференціації є зміна структури споживання на користь більш дорогих та якісних товарів, зокрема, побутової техніки, автомобілів, пропозиція яких значною мірою забезпечується за рахунок імпортованих поставок. Частка населення з середньодушовими грошовими доходами нижче прожиткового мінімуму складає 78,1% і перевищує середній показник по Україні на 27%.

Посилення нерівності в розподілі доходів та витрат, їхній низький рівень в основній частині населення і концентрація коштів невеликою групою населення знижують сукупний споживчий попит, деформують його структуру, що негативно відображається на виробництві вітчизняних споживчих товарів, обумовлює поглиблення структурних деформацій РСТ, особливо в напрямі розширення неформального сектору торгівлі та призводить до погіршення якісних характеристик споживчих товарів.

Для кількісної оцінки рівня диференціації в розподілі доходів і витрат населення нами використовувався індекс Джині, який віддзеркалює відхилення реального розподілу доходу або витрат між групами населення від ідеальної рівності такого розподілу і коливається в межах від 0 (повна рівність) до 1 (повна нерівність). Його розрахунки можна провести за рекомендованою вітчизняною статистикою методикою, за якою індекс Джині (G) [218, с. 40; 166, с. 88] визначається як

$$G = 1 - \sum_{i=1} (F_i - F_{i-1}) \times (S_{i-1} + S_i) \quad (2.1)$$

де, $(F_i - F_{i-1})$ – частка населення, що відносяться до i -ої децильної групи;
 (S_{i-1}, S_i) - частка сумарного доходу (витрат), яка припадає на початок та кінець i -ої децильної групи населення.

За проведеними обчисленнями, індекс концентрації ресурсів в Україні в 2006р. склав 0,327, в Тернопільській області – 0,341. Відхилення індексів Джині в бік збільшення засвідчує поглиблення диференціації населення за доходами.

В процесі аналітичних досліджень, була встановлена залежність між рівнем концентрації витрат населення і динамікою розвитку РСТ. Прорахована тіснота зв'язку індексу Джині і основних параметрів розвитку РСТ, дозволила виявити найбільш суттєві прямі і зворотні впливи рівня диференціації населення на стан ринку (табл. 2.7). Зокрема, сильний зв'язок виявився між рівнем диференціації і

зміною індексу споживчих цін (0,83), що підтверджує висновки про те, що зростання інфляції є чинником посилення диференціації, а отже, зниження та деформації споживчого попиту.

Таблиця 2.7

Розрахунок кореляційного зв'язку між рівнем концентрації доходів і динамікою основних показників розвитку РСТ в Україні¹

Роки	Коефіцієнт Джині, коеф.	ВВП, %	Індекс споживчих цін, %	Роздрібний товарооборот, %	Реальні доходи населення, %
2000	0,330	105,9	125,0	108,0	104,1
2001	0,320	109,2	106,1	113,7	110,0
2002	0,310	105,2	99,4	115,0	118,0
2003	0,324	109,6	108,2	120,5	109,1
2004	0,330	112,1	112,3	121,9	116,5
2005	0,326	102,7	110,3	123,4	119,1
2006	0,327	107,1	111,6	126,8	122,9
Коефіцієнти тисноти зв'язку		0,24	0,83	0,22	-0,47

¹Примітка. Розраховано на основі даних Держкомстату України [49, 231, с. 29,69,278,387].

Як показують розрахунки, зворотний вплив на рівень диференціації здійснює обсяг і динаміка реальних доходів населення (-0,47), що обумовлює необхідність активізації державної політики збільшення реальної заробітної плати та зростання платоспроможного попиту. Виявлена залежність між індексом Джині та динамікою ВВП і РТО є незначною, що суперечить логіці і може бути наслідком існування тіньового сектору в виробництві товарів та тіньових схем їхньої реалізації.

Індекс споживчих цін є чинником, який визначає ступінь збалансованості РСТ. В загальній динаміці зміни рівня цін на споживчі товари в останні роки, як показує аналіз, спостерігається тенденція до їхнього зростання.

Здійснювані Кабінетом Міністрів України заходи зі стабілізації споживчих цін посилювали або послаблювали їхню динаміку, але не впливали на загальну тенденцію до зростання, оскільки обумовлювали протилежні впливи на обсяги зростання виробництва споживчих товарів та їхні ціни. Залежність динаміки споживчих цін, цін виробників споживчих товарів та дій Кабінету Міністрів України протягом 2006 року проілюстровано на рис.2.7.

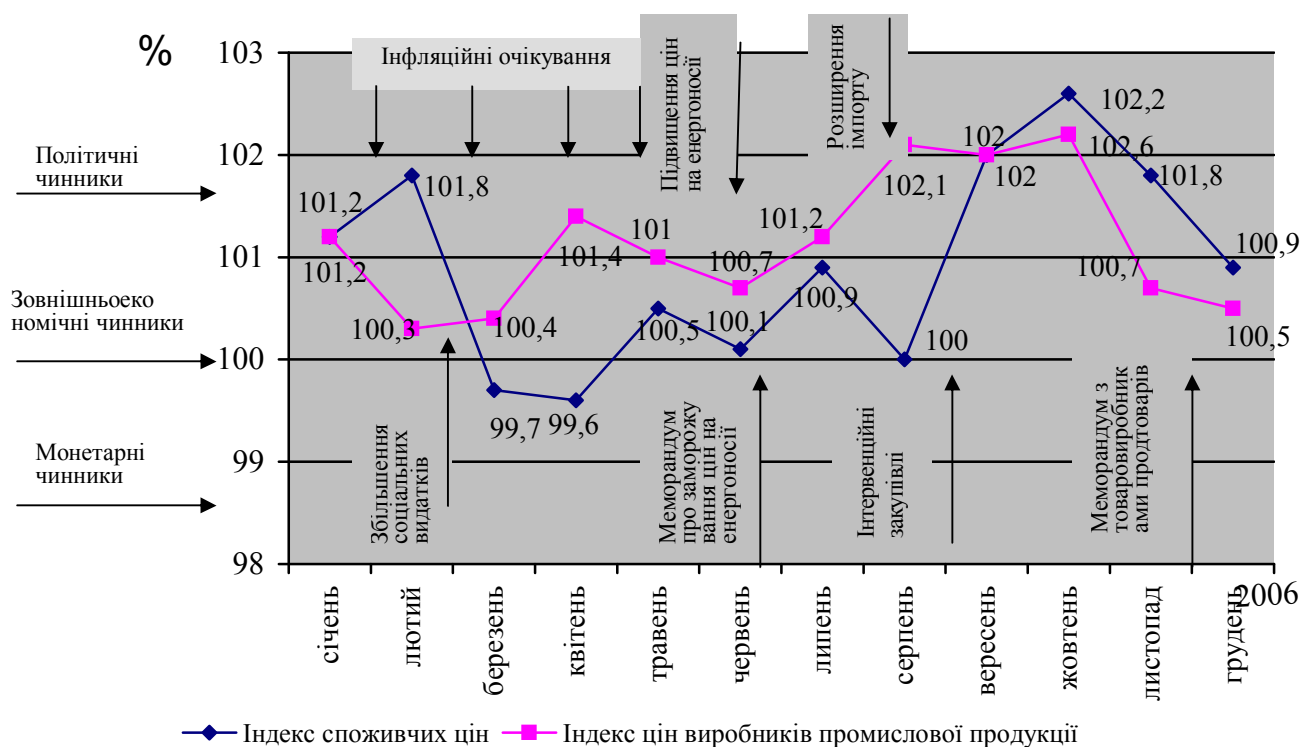


Рис. 2.7. Вплив регулятивних заходів на динаміку споживчих цін в 2006 р. в Україні¹

¹ Примітка: Складено авторами на основі даних Держкомстату України [49, 231 с. 69].

Причиною зростання споживчих цін стала невідповідність між попитом і пропозицією на РСТ, яка виникла наприкінці 2005 р. і посилилась у 2006 р. унаслідок значних бюджетних виплат соціальної спрямованості (підвищення рівня пенсії та мінімальної зарплати). Крім того, значний вплив на цінову ситуацію спричинили продовольчі кризи (м'яса, цукру, зерна) та несприятлива кон'юнктура на енергетичних ринках. Зростання цін також обумовлювали інфляційні очікування населення, нестабільність валюти, монопольні змови за окремими товарними групами, адміністративний контроль за цінами, що призвело до очікувань товаровиробників. Аналіз динаміки цін протягом 2006 р. і початку 2007 р. показує, що ціни на РСТ формувалися під впливом системи зовнішніх чинників, а саме, політичних (політична нестабільність, вибори), зовнішньоекономічних (підвищення цін на енергоносії, зростання цін на продовольство на світовому ринку, світових цін на нафту) та монетарних (зростання грошової маси).

Аналіз динаміки індексу споживчих цін в Тернопільській області свідчить про ідентичність тенденцій до зростання та причин, які їх обумовлювали. Загалом, зростання споживчих цін характеризувалося більш повільними темпами в 2000-

2003 рр. і суттєвим підвищенням в 2004-2006 рр. Зокрема, в 2006 р. індекс споживчих цін склав 110,0 %, в тому числі по продовольчих товарах –102,0%, по непродовольчих – 99,0%. Як свідчать дані таблиці 2.8, темпи зростання цін на продовольчі товари значно випереджали зростання цін на непродовольчі товари і загалом, віддзеркалювали проблеми неринкового ціноутворення.

Таблиця 2.8

Динаміка індексу споживчих цін та цін виробників споживчих товарів в Тернопільській області¹

(%)

Показники	2000р.	2001р.	2002р.	2003р.	2004р.	2005р.	2006р.
1. Індекс споживчих цін	126,8	104,1	98,4	104,2	110,7	108,4	110,0
- продовольчих товарів	126,7	105,8	96,4	105,8	114,9	108,3	102,0
- непродовольчих товарів	108,4	99,6	101,4	100,2	104,5	103,7	99,1
2. Індекс цін виробників споживчих товарів	120,2	102,4	96,3	108,8	110,1	110,7	111,6
- індекс цін харчової промисловості та переробки сільськогосподарської продукції	122,0	102,0	93,1	110,7	110,1	99,8	104,2
3. Відношення індексу споживчих цін до індексу цін виробників споживчих товарів, коеф.	1,05	1,017	1,022	0,958	0,998	0,987	0,98
4. Відношення індексу продовольчих цін до цін виробників харчової продукції, коеф.	1,039	1,037	1,035	0,956	1,044	1,039	0,99

¹Примітка. Розраховано автором на основі даних [232, с.52,61].

Існування розриву між динамікою споживчих цін і цін виробників товарів характеризує варіативність пріоритетного впливу (з боку посередників, органів влади, ринкових механізмів) на формування цін на ринку. У 2000-2002 рр. ціни виробництва були нижчими, ніж роздрібні ціни, що свідчить про зниження ролі товаровиробників в ціноутворенні і зростання значення посередницьких структур, які обслуговували канали товарообігу. Перевищення темпів зміни цін виробників споживчих товарів над приростом споживчих цін на ринку в 2003-2006 рр. є ознакою надходження на ринок дешевших товарів імпортного походження, а також посилення адміністративного регулювання цін з боку органів управління.

Характеристикою реалізованого попиту на ринку споживчих товарів є обсяги товарообороту. Товарооборот, як основний оціночний показник стану, динаміки та структури РСТ, дозволяє охарактеризувати напрямки товаропотоків в сфері обміну та окреслити основні пропорції РСТ.

Структурні пропорції на РСТ відображають якісні зміни і тенденції функціонування ринку та його розвитку. Вони характеризуються, по-перше: часткою

організованої і неорганізованої торгівлі; по-друге: часткою реалізації продовольчих і непродовольчих товарів; по-третє: розподілом обсягів продажу товарів за формами власності; по-четверте: динамікою частки імпортного сегменту РСТ. Проведений аналіз показників структури РСТ на національному і регіональному рівнях вказує на позитивні зміни, однак вони далекі від оптимальних пропорцій, які характеризують належний рівень життя населення. Регіональні відмінності відображаються в різних динаміках цих показників. Зокрема, якщо по Україні в 2006 р., частка продовольчих товарів в загальних обсягах продажу споживчих товарів складає 38,2%, то в Тернопільській області вона займає 41,0%, що обумовлено причинами більш нижчого рівня грошових доходів населення і більшого рівня диференціації населення за витратами.

Зокрема, оцінка динаміки продажу продовольчих та непродовольчих товарів засвідчує наявність позитивних змін в товарній структурі РТО. В досліджуваному періоді з 1995 по 2006 рр., частка продажу продовольчих товарів перевищувала частку непродовольчих. Починаючи з 2003 р. обсяги продажу непродовольчих товарів зростали і в 2006 р. їхня частка склала 59% загального обсягу РТО (рис. 2.8).

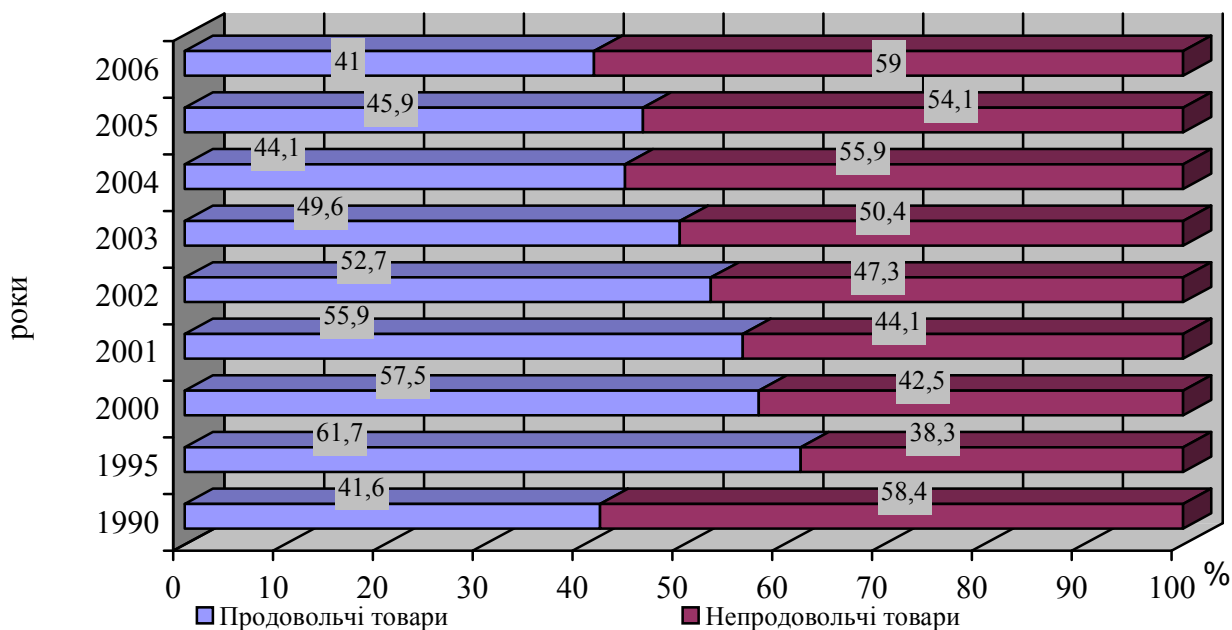


Рис. 2.8. Динаміка товарної структури РТО Тернопільської області в 1990-2006рр.¹

¹Примітка: Складено і розраховано на основі [232, с.210].

Більш детальний аналіз товарної структури продажу непродовольчих товарів показує збільшення часток реалізації товарів тривалого користування (електротовари, теле- і радіоапаратура, автомобілі, меблі), медикаментів, друкованих видань, буді-

вельних матеріалів. Такі зміни є ознакою підвищення купівельної здатності населення, характеризують потенційні можливості для розширення попиту, а отже, виробництва споживчих товарів і є цільовими орієнтирами для розвитку підприємницької діяльності.

Особливістю розвитку РСТ є збереження деформацій кінцевих каналів реалізації товарів. Сучасний ринок представлений двома основними каналами придбання товарів населенням: через офіційну мережу підприємств торгівлі і організовані та неформальні ринки, обсяги реалізації товарів на яких складають третину товарообороту. Деформованість каналів реалізації породжує проблеми загострення конкурентоспроможності вітчизняних товарів по відношенню до імпортованих; зниження якості товарів і торговельного обслуговування населення.

Аналіз динаміки розподілу товарообороту за означеними каналами в Тернопільській області свідчить про домінування продажу товарів в стаціонарній торговельній мережі, частка якої за роками зростає, однак повільними темпами (табл. 2.9). В 2006 р. через роздрібну мережу було реалізовано 69,8% споживчих товарів, через неформальну торгівлю і торгівлю на організованих ринках – 30,2%. Позитивна динаміка показника є ознакою зміни пріоритетів населення у придбанні товарів, а також свідчить про якісні зміни в інфраструктурі ринку споживчих товарів. Разом з тим, обороти організованих ринків з продажу споживчих товарів, незважаючи на тенденції до скорочення, є значними, а в сукупності з оборотами неформальної торгівлі їхня частка складає 30,2%.

Таблиця 2.9

Структура каналів розподілу споживчих товарів в Тернопільській області¹

Показники	2000р.	2001р.	2002р.	2003р.	2004р.	2005р.	2006р.
Загальний обсяг продажу споживчих товарів, %	100	100	100,0	100,0	100	100	100
в т. числі							
1. РТО торговельних підприємств	65,8	67,9	67,7	68,9	70,1	70,2	69,8
- РТО роздрібних торговельних підприємств	59,9	59,4	59,2	56,5	56,4	46,6	48,8
- обсяг виручки фізичних осіб, що мають торговельну мережу	6,7	8,5	8,5	12,4	13,7	23,6	21,0
2. Обороти організованих ринків	28,5	26,4	26,5	26,1	25,4	26,6	26,7
- з продажу продовольчих товарів	7,8	6,6	6,9	6,1	5,7	6,5	6,6
- з продажу непродовольчих товарів	20,7	19,8	19,6	20,0	19,7	19,1	19,1
3. Обороти неформальних ринків	5,7	5,7	5,8	5,0	4,5	3,2	3,5

¹Примітка. Складено і розраховано на основі [232, с.212].

Ознакою негативних процесів за каналами реалізації споживчих товарів є зростання кількості ринків з їхнього продажу (з 50 об'єктів в 2000 р. до 65 в 2006 р.), збільшення торговельних місць на них (відповідно на 25,0%) та розширення обсягів продажу сільськогосподарських товарів (на 22,0%) [232, с.223]. Сьогодні, незважаючи на високі ризики придбання неякісних товарів, населення віддає перевагу купівлі товарів на речових ринках, в т.ч. на стихійних. Питання реального оцінювання обсягів обороту товарів на таких ринках є важливим з точки зору вироблення адекватних заходів щодо скорочення рівнів тінізації РСТ, покращення якості обслуговування, недопущення проникнення на ринки контрафактних та контрабандних товарів.

Важливим аспектом в розв'язанні проблем насичення ринків товарами, підвищення якості обслуговування та забезпечення доступності до товарних ресурсів (особливо в сільській місцевості) є інституційні зміни в мережі торговельних підприємств. В цьому напрямку тенденції у зміні форм власності об'єктів торгівлі мають однозначно позитивний характер. Упродовж 2004-2006 рр. років всі колективні підприємства були передані у приватну власність. Якщо в 1990 р. РТО державної торгівлі в Тернопільській області складав 54,8% , а колективної – 45,2%, то в 2006 р. на державні підприємства припадало 3,0% РТО, комунальні – 2,3%, приватні – 94,7% (рис.2.9).

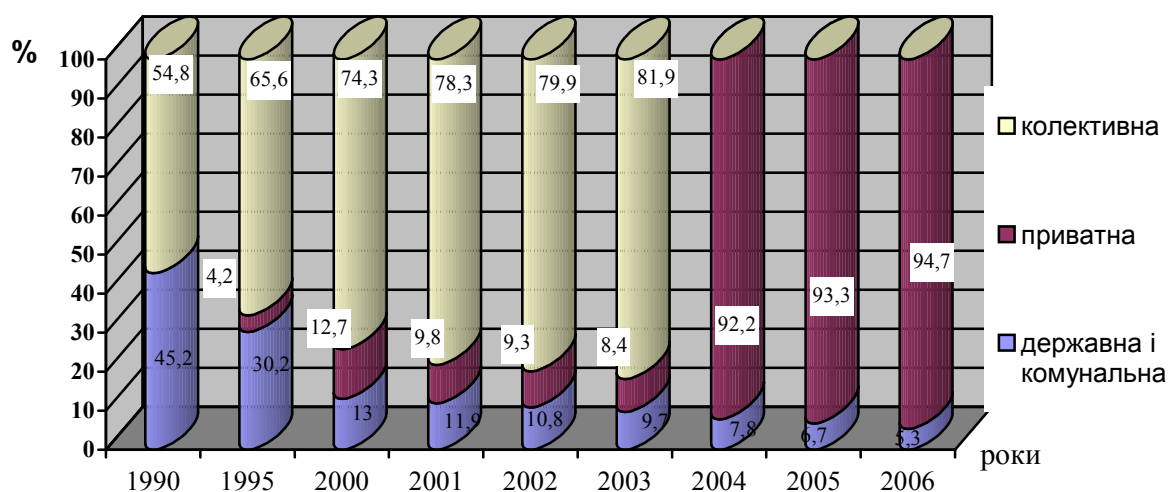


Рис. 2.9. Структура РТО за формами власності в Тернопільській області¹

¹Примітка: Розраховано автором [232, с.222].

В системі показників ринкової структури особливе значення має оцінка рівня економічної концентрації, монополізації і конкуренції ринку. Рівень монополізації визначається наявністю і силою впливу штучно створених бар'єрів для входження товаровиробників на окремі сегменти ринку, а також інших чинників, які перешкоджають розвитку конкуренції (додаток Д). На національному і регіональному РСТ штучно створені бар'єри виникають унаслідок дискримінації підприємців з боку органів влади та органів місцевого самоврядування, а також антиконкурентних дій суб'єктів господарювання, в т.ч. монополістів. Зокрема, дискримінаційними діями органів влади є: перешкоджання створенню нових підприємств; становлення обмежень щодо окремих видів діяльності; примушення до здійснення концентрації; дії, спрямовані на централізований розподіл товарів і поділ ринків; встановлення заборон щодо реалізації товарів з одного регіону до іншого; створення дискримінаційних умов для діяльності окремих підприємців шляхом надання пільг, дотацій, субсидій. До обмежень, що виникають внаслідок антиконкурентних узгоджених дій суб'єктів слід віднести: встановлення цін або інших умов придбання або реалізації товарів; обмеження виробництва, ринків товарів, встановлення контролю над ними; поділ ринків; усунення з ринку або обмеження доступу на ринок (виходу з ринку) інших товаровиробників; обмеження конкурентоспроможності.

Кількісну оцінку рівня концентрації можна оцінити за допомогою таких параметрів, як: коефіцієнти концентрації і варіації (CR), коефіцієнти Джині (G) та Херфінделя – Хіршмана (HHI). Коефіцієнт концентрації (CR), характеризує частку сукупних продажів товару в галузі, що припадає на 2,4,6,8 підприємств-лідерів і визначається за формулою [218, с.40; 135]:

$$CR = \frac{\sum_j^k Q_j}{\sum_j^k Q_j + \sum_k^m Q_{mk}}, \quad (2.2)$$

де Q_j - обсяг продажу j -го великого підприємства;

Q_{mk} – обсяги продажу інших підприємств;

k - кількість j -х великих підприємств;

m – кількість інших невеликих підприємств.

Коефіцієнт Джині (G) дозволяє оцінити нерівномірність розподілу ринкових часток виробників товару і визначається за формулою

$$G = \frac{1}{n \cdot S} \sum_{i=1}^n |(i-1) \cdot S_i - i \cdot S_{i-1}|, \quad (2.3)$$

де n – загальна кількість підприємств галузі;

S_i – сукупна частка ринку найбільших підприємств, %;

S – загальний обсяг ринку;

i – номер підприємства.

Індекс концентрації Херфінделя – Хіршмана (HHI) характеризує суму квадратів частки ринку кожного великого підприємства і коливається в межах від одиниці до 10000 і визначається за формулою

$$HHI = \sum_i^k S_i^2, \quad (2.4)$$

де S_i^2 – частка i -их великих підприємств на ринку товарів.

Оцінка стану концентрації окремих сегментів ринку споживчих товарів Тернопільської області показала, що найбільш монополізованим є ринок хліба. Незважаючи на те, що на цьому ринку функціонує 20 зареєстрованих підприємств з випуску хлібопродуктів, найбільша частка виробництва в 2006 р. була зосереджена на трьох заводах: ТОВ Тернопільхлібпром (50,5%), ТОВ “Надзбруччя-хліб” (23,5%), ТОВ Бучачхлібпром (11,1%) (табл.2.10). Підприємство ТОВ Тернопільхлібпром визнане регіональним монополістом на ринку хліба. Коефіцієнт Херфінделя-Хіршмана для цього сегменту ринку складає 3556, що знову ж таки свідчить про високий рівень монополізації.

Таблиця 2.10

Розрахунок рівнів ринкової концентрації на регіональному ринку хліба в Тернопільській області в 2006 р.¹

Назва підприємства	Обсяги виробництва хлібопродуктів підприємствами області, тонн	Коефіцієнт ринкової концентрації, %
ТОВ Тернопільхлібпром	8569	50,5
“Надзбруччя-хліб” (м. Підволочиськ)	3848	23,5
ТОВ Бучачхлібпром	1822	11,1
ВАТ Хлібозавод (с.Микулинці)	485	3,0
ВАТ Хлібокомбінат (м.Чортків)	468	2,9

¹Примітка. Розраховано на основі статистичних даних [232, с.122].

Характерною ознакою стану РСТ є недостатній потенціал торговельної інфраструктури. На розвиток інфраструктури ринку споживчих товарів впливають

такі чинники: розвиток і розміщення мережі підприємств роздрібно́ї торгівлі; рівень системи гуртової торгівлі; рівень матеріально-технічного забезпечення товаропотоку; розвиток рекламних та інформаційних агентств. Серед основних тенденцій, які окреслювалися на ринку споживчих товарів, можна виділити: укрупнення торговельних підприємств роздрібно́ї торгівлі та розширення торговельної площі; оптимізація комерційних зв'язків; вдосконалення технічної і матеріальної бази торговельних підприємств та покращення рівня обслуговування покупців; створення та розвиток консалтингових фірм; перетворення речових, продовольчих та змішаних ринків в сучасні торговельні центри і комплекси.

Як свідчить аналіз, загалом, на РСТ зберігалася негативна тенденція до скорочення торговельної мережі та торговельної площі у розрахунку на 10 тис. населення і, особливо, в сільській місцевості, збільшення торговельних місць на ринках, скорочення частки товарообороту споживчих товарів через мережу гуртової торгівлі (див. додаток Е). На тлі домінування позитивних тенденцій у розвитку гуртової торгівлі, вона не виконувала основну функцію – забезпечення раціоналізації товарообігу на ринку.

Аналіз узагальнюючих показників, які характеризують товаропотоки із сфери виробництва до сфери обігу і споживання свідчать про наявність нераціональних схем просування товару, а також існування тіньових каналів формування пропозиції споживчих товарів на регіональному ринку. Зокрема, за представленою моделлю товароруку на РСТ в Тернопільській області в 2006 р. (рис.2.10), прослідковуються багатовекторні напрямки формування товарної пропозиції на різних сегментах торговельної діяльності. Найбільш чітко вони сформовані в секторах гуртової і роздрібно́ї торгівлі, оскільки їхнє товарозабезпечення має найбільш прозорі схеми постачання товарів.

Разом з тим, можливості гуртових підприємств забезпечити достатні обсяги для реалізації товарів роздрібно́ї мережі є обмеженими, що обумовлює необхідність пошуку торговельними підприємствами додаткових каналів постачання товарів, призводить до зростання витрат обігу та підвищення роздрібних цін.

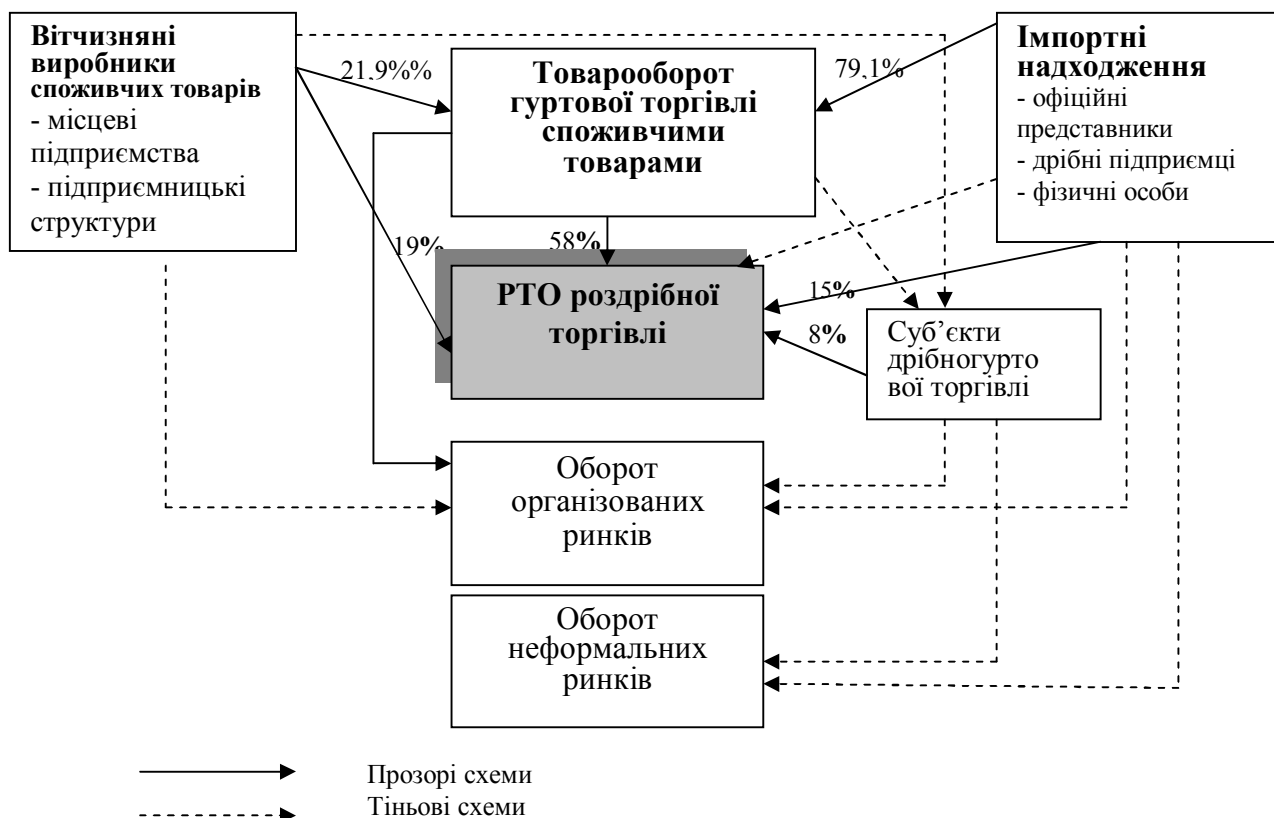


Рис. 2.10. Модель організації товароруку споживчих товарів в Тернопільській області в 2006 р.¹

¹Примітка. Складено за даними [232, с.210-216].

Порівняння динаміки співвідношень кількості гуртових і роздрібних підприємств в торгівлі та обсягів їхнього середньорічного товарообороту свідчать про те, що гуртова торгівля споживчими товарами за економічною сутністю перетворюється у дрібногуртову. Зважаючи на це, можна констатувати відсутність сформованого в регіоні ринку послуг великих гуртових підприємств та цілеспрямованої політики щодо підвищення їхньої ролі і значення у формуванні раціональних товаропотоків із сфери виробництва споживчих товарів до сфери споживання.

Отже, проведені дослідження дозволяють окреслити особливості трансформаційних процесів на РСТ та визначити основні причини, які їх обумовлюють. Як показує аналіз, РСТ характеризується низкою проблем, які найбільш гостро проявляються на регіональному рівні. До них можна віднести:

- загальну незбалансованість між попитом і пропозицією споживчих товарів, їхню структурну невідповідність. Відносне врівноваження попиту і пропозиції на ринку відбувалося шляхом або зростання цін на споживчі товари,

або скороченням споживання. Така рівновага складається при неузгоджених економічних інтересах і тому має нестійкий характер. Загалом, формування пропозиції на РСТ проходило без орієнтації на внутрішній попит населення, що спричиняло постійні кризи на окремих сегментах продовольчого ринку.

– формування кон'юнктури РСТ в умовах низького платоспроможного попиту та значної диференціації населення за рівнем доходів та споживання. Внаслідок цього на ринку розширився тіньовий сегмент фальсифікованих та контрафактних товарів низької якості. Регресивні зміни в структурі споживання, зумовлені низькими доходами населення, викликали структурні деформації роздрібного товарообороту та асортименту виробництва продовольчих товарів;

– деформованість кінцевих каналів реалізації, що проявилось в значних обсягах продажу товарів через організовані та неформальні ринки та зростанні продажу товарів безпосередньо сільськогосподарськими товаровиробниками (домашніми господарствами). Саме цей аспект розвитку регіонального ринку дозволяє зробити висновок про поглиблення його сировинної спрямованості, скорочення місткості через вилучення сільського населення із формування попиту на продовольчу продукцію, високого рівня самозабезпечення продуктами харчування;

– зростання цін на споживчі товари та наявність значних цінових диспропорцій за низького рівня якості та відповідності стандартам. Зростання цін на регіональному ринку обумовлювалося впливом переважно зовнішніх чинників, а саме: падінням обсягів виробництва споживчих товарів, неефективною монетарною та податковою політикою, зростанням цін на енергоносії, зміною масштабів та характеру тінізації внутрішнього ринку;

– нерозвиненість інфраструктури РСТ, нераціональність схем товарообороту. Характерними ознаками негативних тенденцій стало загальне скорочення торговельної мережі в розрахунку на 10 тис. мешканців, нераціональне їхнє розміщення, особливо в сільській місцевості, збільшення кількості ринків та торговельних місць на них, зниження обсягів оборотів на одне гуртове підприємство що, при зростанні товарного обороту загалом, свідчить про тіньові схеми постачання товарів в торговельну мережу. В основі цієї проблеми лежить відсутність механізмів взаємодії між торгівлею і виробництвом, між роздрібними

торговельними і гуртовими підприємствами щодо вивчення попиту населення та формування товарної пропозиції на ринку.

Разом з тим, на стан РСТ та його структурні параметри впливають також і зовнішні чинники. Зокрема, зовнішніми умовами розвитку РСТ на національному рівні є вступ України до СОТ, торговельні обмеження, макроекономічна нестабільність, зростання обсягів імпорту, зростання вартості зовнішніх джерел поставок в Україну енергоносіїв. Для регіональних ринків зовнішнє середовище формувалося державною регіональною політикою, ступенем участі держави у розв'язанні проблем цінової дестабілізації, формуванням конкурентного середовища та підвищенням платоспроможного попиту.

2.2. Оцінка організаційно-функціональних механізмів регулювання ринку споживчих товарів

Характер загальних тенденцій та структурних деформацій РСТ, окреслених в §2.1 дисертаційної роботи, оцінка причин, які їх викликали, актуалізують питання оцінки організаційних механізмів його регулювання та підвищення результативності заходів, які здійснюються органами виконавчої влади всіх рівнів і органами місцевого самоврядування щодо стабілізації ринку, підвищення його конкурентоспроможності, ліквідації регіональних диспропорцій функціонування ринку, гарантування продовольчої безпеки та захисту прав споживачів.

Аналіз практики регулювання РСТ в Україні дозволяє виокремити в ієрархії організації регулювання такі його рівні: наднаціональний (глобалізований), національний, регіональний, мікрорівень. Кожен з них обумовлює формування відповідних організаційних структур регулювання, закріплення за ними основних функцій і процедур прийняття рішень, що забезпечують реалізацію основних цілей і завдань розвитку ринку (рис. 2.11).

Зокрема, на наднаціональному рівні опосередкований регулятивний вплив на механізми функціонування національного РСТ здійснюють Генеральна Рада Світової організації торгівлі (СОТ), Рада міністрів Європейського Союзу, Міжнародна організація зі стандартизації (ІСО), Комітет з питань захисту прав споживачів (СОPOLCO).



Рис. 2.11. Рівні регулювання ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено автором.

В умовах посилення глобалізаційних процесів, основним завданням, яке потребує розв'язання на цьому рівні є гармонізація законодавства в сфері торгівлі, доступу до ринків, захисту національного товаровиробника, технічного регулювання, розвитку конкуренції. Регулювання на національному і регіональному рівнях зорієнтовано на забезпечення конкурентоспроможності внутрішнього РСТ, гарантування продовольчої безпеки країни, подолання регіональних диспропорцій розвитку, вдосконалення системи індикаторів оцінки стану ринку відповідно до вимог СОТ та його моніторингу, покращення структурних характеристик РСТ.

Критерієм ефективності функціонування ринку стане підвищення конкурентоздатності вітчизняних товарів та вихід на європейські стандарти якості споживчих товарів на основі впровадження систем управління якістю. Це

завдання реалізується на мікрорівні і потребує підтримки з боку органів виконавчої влади. Слід зазначити, що між означеними рівнями регулювання існують зони взаємопроникнення і взаємоузгодження. Загалом, організаційний механізм регулювання РСТ ґрунтується на взаємодії всіх його учасників та організаційних структур управління, що здійснюють регулятивні функції на національному та регіональному рівнях.

В прикладному аспекті така взаємодія забезпечується шляхом :

- збалансування інтересів всіх учасників ринку, і, передусім, товаровиробників і споживачів;
- взаємоузгодження між діями органів виконавчої влади на національному і регіональному рівнях та органами місцевого самоврядування;
- виключення можливості різновекторної спрямованості дії регуляторів, які використовуються з метою стабілізації і захисту ринку, його детінізації;
- єдності правової основи реалізації заходів, спрямованих на забезпечення ефективного функціонування РСТ на національному і регіональному рівнях;
- формування організаційних структур регулювання РСТ з огляду на реалізацію стратегічних цілей розвитку регіону, які забезпечують вертикальні та горизонтальні зв'язки на території. Тут слід враховувати те, що із розвитком ринкових відносин, дія вертикальних зв'язків буде послаблюватися, а більшого значення набуватимуть горизонтальні відносини, які будуть формуватися під впливом відтворювальних процесів на ринку;
- надання пріоритету економічним методам регулювання РСТ з активним залученням товаровиробників до розв'язання проблем, які порушують механізми збалансованого розвитку РСТ.

Як показує аналіз діючої практики регулювання РСТ, організаційна основа механізму регулювання синтезує в собі такі складові:

- формування системи державних та регіональних органів управління, розмежування їхніх функцій і повноважень, забезпечення взаємодії;
- формування правової та нормативної бази функціонування ринку споживчих товарів та інформаційно-аналітичне забезпечення учасників ринку;

- створення координаційних та експертних рад, узгоджувальних комісій з питань врегулювання міжвиробничих відносин, підтримки конкуренції та підприємницької діяльності, захисту прав споживачів;
- розвиток громадських і недержавних інституцій та підвищення їхньої ролі в прийнятті рішень, спрямованих на розвиток РСТ;
- забезпечення координації діяльності учасників РСТ.

На сьогодні в Україні склалася наступна організаційна структура, яка здійснює регулювання РСТ на національному та регіональному рівнях.

Центральними органами виконавчої влади, які формують державну політику на внутрішньому ринку є Міністерство економіки, Міністерство аграрної політики, Міністерство промислової політики, Державний комітет з питань технічного регулювання і споживчої політики, Державний департамент продовольства України, Антимонопольний комітет України, Митний комітет України.

Міністерство економіки є центральним органом виконавчої влади, на який покладені функції реалізації державної політики щодо підвищення ефективності механізму регулювання, функціонування і стабілізації ринку споживчих товарів, створення умов для внутрішнього його розвитку, підвищення конкурентності ринків вітчизняних товарів, цінового регулювання. Забезпечення комплексного розвитку ринку споживчих товарів згідно Наказу Міністерства економіки “Про внесення змін до структури центрального апарату Міністерства економіки” №320 від 3.10.2005 р. покладено на Департамент регулювання внутрішнього ринку, який був створений на основі реорганізованого Департаменту розвитку ринків. Трансформаційні зміни в організаційній структурі зазначених Департаментів (рис. 2.12) свідчать про переорієнтацію підходів до системи управління внутрішнім ринком з боку центральних органів і, наш погляд, є необґрунтованими. Порівняльний аналіз їхнього функціонального навантаження показує, що у функціональній структурі реформованого Департаменту розвитку ринків основний акцент робився на використанні механізмів державного регулювання формування товарної пропозиції на внутрішньому ринку та узгодження її механізмами цінової політики з попитом, розвитку інфраструктури ринку, формування конкурентного середовища, тобто, забезпечувалася комплексність регулятивних заходів.



Рис. 2.12. Трансформаційні зміни в структурі центрального апарату Міністерства економіки щодо регулювання внутрішнього ринку¹

¹Примітка. Складено автором.

Основним завданням Департаменту регулювання внутрішнього ринку є підтримка збалансованості РСТ шляхом використання механізмів товарної та фінансової інтервенції на проблемних сегментах ринку та розвитку системи обігу товарів, його інфраструктурного забезпечення. З точки зору досконалості ринкового механізму такі підходи є доцільними і обгрунтованими, однак в умовах деформованості попиту і пропозиції, а також відсутності ринкового ціноутворення на більшість продовольчих товарів, вони є передчасними. Одночасно функції цінового регулювання, продовольчого забезпечення та формування конкурентного середовища зосереджено в Департаменті економічної конкуренції та секторальних перетворень.

Вважаємо, що означені підходи до розподілу функцій є наслідком: а) нечіткості та неструктурованості напрямків державної політики щодо розвитку внутрішнього ринку; б) недостатньої сформованості критеріїв і механізмів втручання в ринкові процеси; в) того, що трансформаційні процеси в ринковій системі, кризові явища на продовольчих ринках та зовнішні чинники, постійно вносили корективи в практику реалізації та зміст регулятивних заходів. В основі цього лежить відсутність державної стратегії регулювання внутрішнього ринку загалом, і РСТ, зокрема.

Державний комітет з питань технічного регулювання та споживчої політики (Держспоживстандарт) виконує специфічні функції щодо реалізації державної

споживчої політики та технічного регулювання. Сферою його впливу на РСТ є захист прав споживачів, управління якістю споживчих товарів, встановлення стандартів і підтвердження відповідності. Функціональні завдання Державного комітету, який належить до органів зі спеціальним статусом, полягають в здійсненні заходів щодо:

- державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, у сфері стандартизації та підтвердження відповідності товарів;
- вивчення та оцінки ринку споживчих товарів, його моніторингу;
- перевірки якості товарів, які реалізуються в торговельній мережі, дотримання вимог щодо їхньої безпеки згідно з технічними регламентами;
- захисту прав споживачів;
- контролю (радіологічного, хіміко-токсикологічного, фізико-хімічного) продуктів харчування, що виробляються та реалізуються підприємствами торгівлі і громадського харчування.

В реалізації основних функцій Держспоживстандарту переважають контрольні та організаційні, що обумовлено його статусом, як органу, в основі діяльності якого лежить забезпечення міжгалузевої координації та регулювання у сфері захисту прав та інтересів споживачів, дотримання вимог щодо безпеки товарів, управління якістю.

Держспоживстандарт має чітку організаційну схему взаємодії з іншими міністерствами та державними комітетами, місцевими органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, громадськими організаціями, населенням та засобами масової інформації. Зокрема, співпраця з місцевими органами здійснюється через сприяння реалізації ними повноважень щодо захисту прав споживачів, методичне керівництво реалізації заходів щодо безпеки і якості товарів. Громадські організації і населення отримують первинну інформацію про фальсифіковані та неякісні товари, недобросовісних виробників, консультації про їхні права і захист. Така взаємодія забезпечується шляхом організації повідомлень в ЗМІ, публікацій в періодичній пресі, виданні журналу для споживачів.

Реалізація повноважень іншими центральними органами щодо регулювання РСТ лежить в площині:

- збалансування продовольчого ринку та формування продовольчого резерву (Державний комітет харчової промисловості України, Аграрний Фонд України);

– антимонопольного регулювання, контролю за концентрацією товаровиробників на ринку споживчих товарів, ціноутворенням монопольних виробництв (Антимонопольний комітет України);

– захисту внутрішнього РСТ від імпорту неякісних та контрабандних товарів та формування ціноутворення на імпортні продовольчі та непродовольчі товари (Митний комітет України);

– забезпечення виробництва конкурентноспроможної продукції на внутрішньому і зовнішньому ринках та підтримка вітчизняного товаровиробника (Міністерство промислової політики);

– формування та розвитку аграрного ринку країни та координації виробництва сільськогосподарської продукції, підтримка виробництва продукції тваринництва та рослинництва (Міністерство аграрної політики).

Як показують дослідження, сформована організаційна структура регулювання РСТ ґрунтується переважно на горизонтальних зв'язках, функціонально є розрізненою і неузгодженою, що не відповідає принципам системності в управлінні. Різноманітність цілей та завдань регулювання, розпорошеність функцій унеможливають здійснення комплексних та системних дій щодо формування цілісної системи державного регулювання та контролю за ринком.

Особливої актуальності відсутність скоординованих дій впливу на ринок споживчих товарів набуває на регіональному рівні, оскільки система його регулювання є багатосуб'єктною і включає з одного боку – центральні органи виконавчої влади; з іншого – місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування за безпосереднього впливу громадських організацій та населення на їхню діяльність.

До системи інституцій, які формують регіональну політику на РСТ, належать: місцеві органи виконавчої влади – Головне управління економіки, Управління з питань переробної та харчової промисловості, Головне управління сільського господарства і продовольства обласної державної адміністрації; органи місцевого самоврядування; територіальні підрозділи центральних органів виконавчої влади – Державні інспекції з контролю за цінами; Територіальні відділення Антимонопольного комітету України; Державний центр стандартизації, сертифікації та метрології; обласні Управління з питань захисту прав споживачів.

Незважаючи на широке представлення органів управління в регіонах, актуальною залишається проблема реалізації механізму прямих та зворотних зв'язків між виконавчими органами різних рівнів, органами місцевого самоврядування, громадськістю.

Окреслена в процесі аналізу модель організаційних відносин між центральними і місцевими органами влади включає:

- розроблення процедури взаємодії з місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, розмежування повноважень і функцій з проблем збалансування ринку та виходу з кризових ситуацій;
- формування системи методичного та наукового забезпечення реалізації функцій;
- надання консультацій та інформації щодо державних пріоритетів розвитку ринку, розроблення моделей РСТ в регіонах та механізмів його регулювання;
- моніторинг дотримання законодавства в сфері цінового регулювання, захисту прав споживачів, дотримання правил торговельного обслуговування та правил торгівлі;
- координацію діяльності щодо попередження кризових явищ на ринках, збалансування ринку, забезпечення добросовісної конкуренції (рис.2.13).

Найбільш структурованою є вертикаль управління на регіональному рівні, яка діє в галузі внутрішньої торгівлі, де можна прослідкувати як прямі, так і зворотні зв'язки, розподіл функцій та розмежування повноважень між центральними і місцевими органами влади (див. додаток Ж).

Однак зміни, які відбувалися в структурі органів виконавчої влади протягом останніх років, деформували систему управління розвитком внутрішньої торгівлі. Початком трансформаційних змін стала Постанова КМУ від 18.05.2002р. за № 821 “Про упорядкування структури місцевих державних адміністрацій”, в якій не передбачалося формування самостійних структурних підрозділів з питань торгівлі і побутового обслуговування населення у складі обласних і районних державних адміністрацій. В результаті цього такі відділи були ліквідовані у всіх районних держадміністраціях, а управління торгівлі і побутового обслуговування ввійшли до складу Головного управління економіки обласних державних адміністрацій.

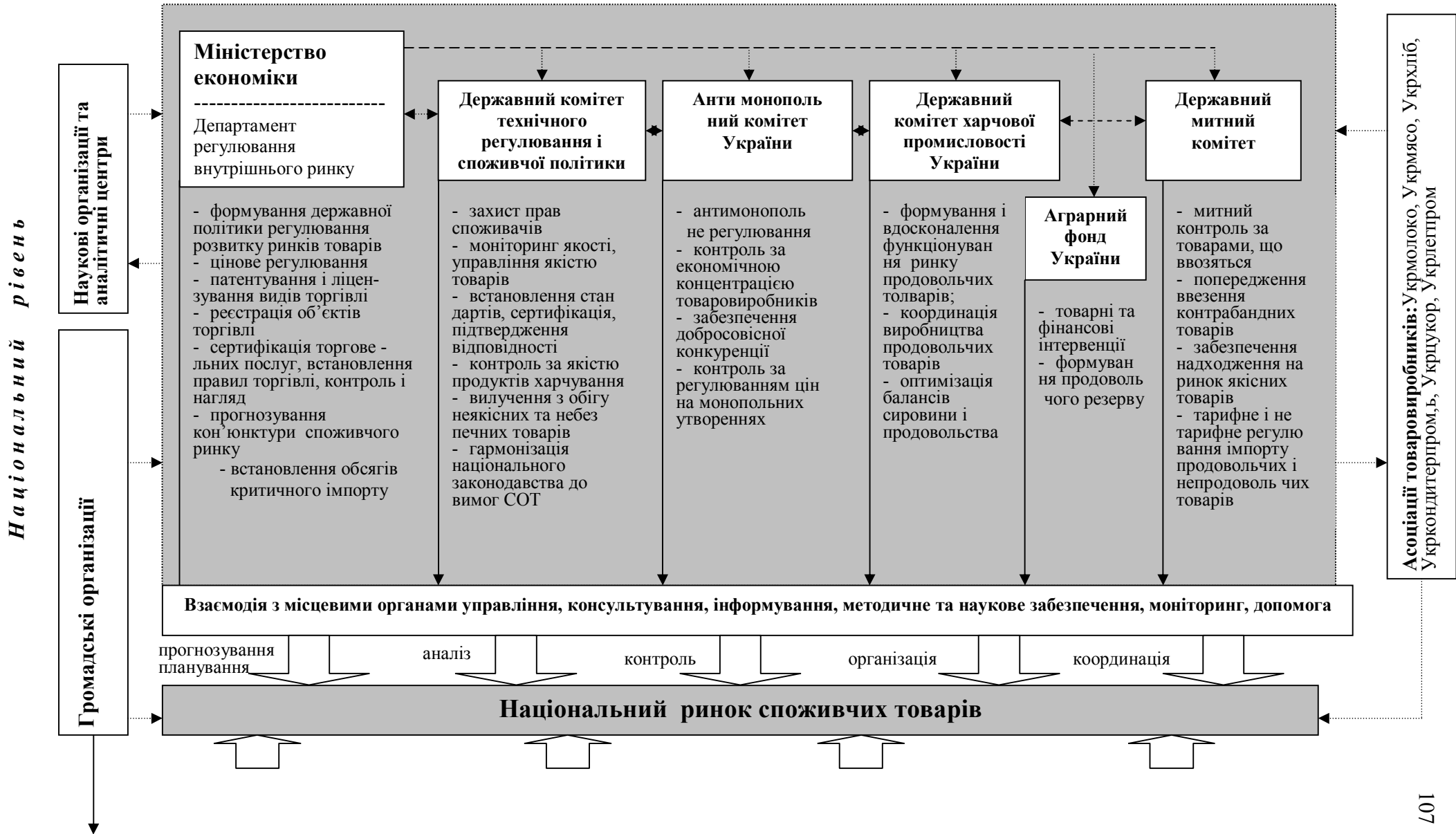
Постановою КМУ від 12.03.05р. №179 “Про упорядкування структури апарату центральних органів управління, їхніх територіальних підрозділів та місцевих державних адміністрацій” такі зміни були закріплені. На основі цього можемо зробити висновок, що базовий рівень у вертикалі державного регулювання внутрішньою торгівлею практично відсутній. Такий стан не відповідає законодавству, оскільки саме місцеві органи виконавчої влади і органи місцевого самоврядування згідно Законів України “Про місцеві адміністрації” і “Про місцеве самоврядування” мають повноваження щодо забезпечення організації торговельного обслуговування населення регіону, здійснення контролю і нагляду за діяльністю торговельних організацій, регулювання цін через встановлення торговельних надбавок.

В умовах періодичних проявів кризових явищ на РСТ та необхідності прийняття оперативних рішень щодо унеможливлення прояву дестабілізаційних процесів, а, також, зважаючи на міжнародну практику розмежування повноважень між центральними і регіональними органами у розв’язанні важливих проблем економічного і соціального характеру, актуалізується питання підвищення значення і відповідальності місцевих органів виконавчої влади (МОВВ) щодо забезпечення сталого розвитку території за умов ефективно функціонуючих ринкових механізмів та прогнозування і попередження поглиблення кризових явищ на соціально важливих сегментах ринку. Підґрунтям підвищення ролі МОВВ у забезпеченні функціонування і розвитку РСТ слід вважати те, що:

- на регіональні органи влади покладається відповідальність за створення нормальних умов життєдіяльності населення і розвитку економіки. Це вимагає наділення органів влади конкретними повноваженнями у розв’язанні проблем РСТ і можливостями їх реалізації в межах своїх функцій;

- відмінності інтересів суб’єктів на регіональному РСТ мають характер протиріччя, що вимагає від органів влади створення таких умов діяльності і співпраці, за яких досягається баланс інтересів та їхня узгодженість;

- для забезпечення узгодженості інтересів і цілей учасників РСТ місцеві органи виконавчої влади здійснюють постійний моніторинг і аналіз всіх процесів на регіональному ринку, що дозволяє виявляти ступінь співпадання (чи неспівпадання) інтересів всіх органів управління, суб’єктів господарювання, населення та визначити, які з них мають конфліктний характер і посилюють небажані процеси на ринку.



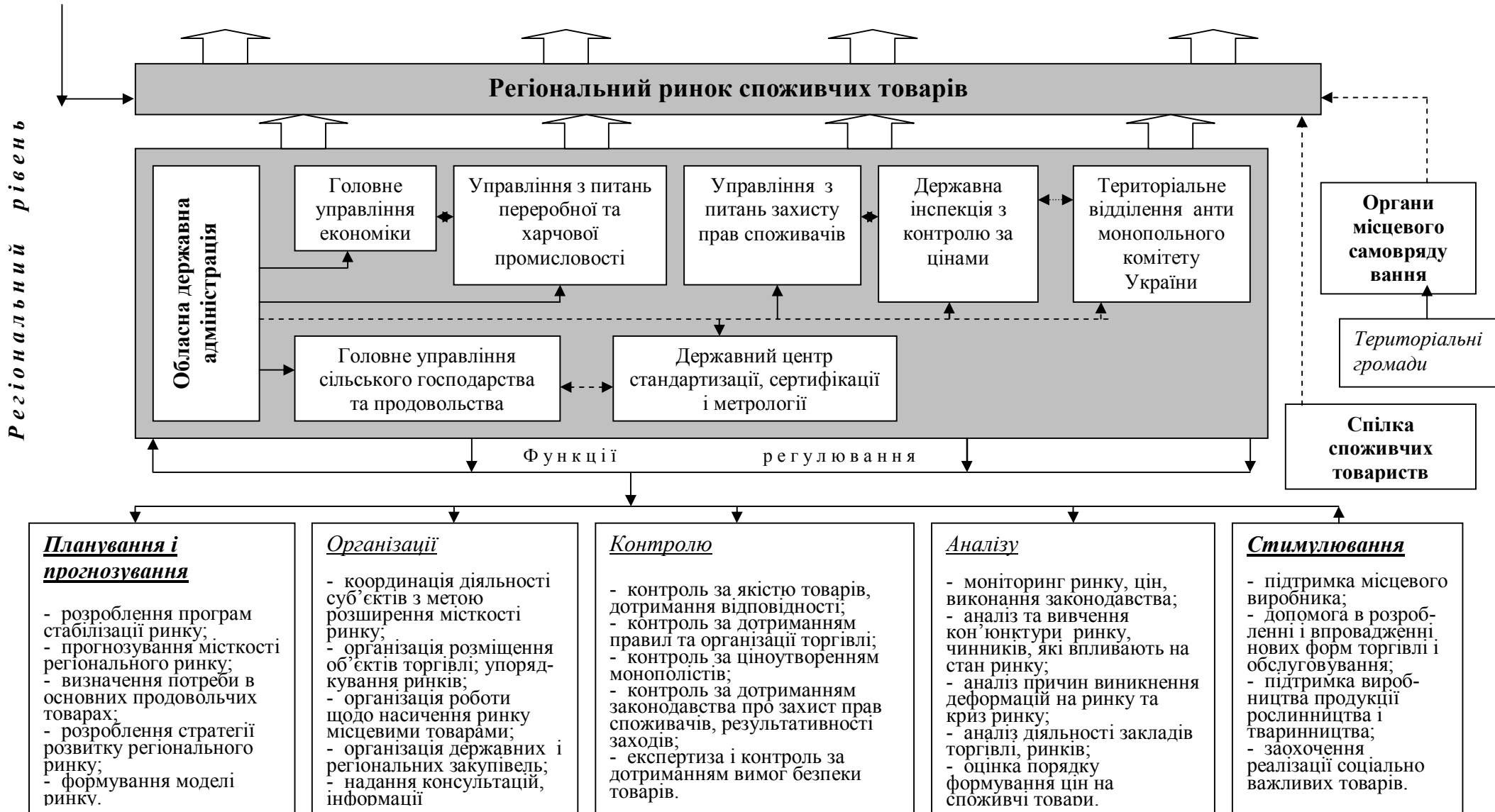


Рис. 2.13. Організаційно-функціональна модель регулювання ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях[†]

[†]Примітка. Складено автором.

Слід відзначити, що формування організаційного механізму регулювання РСТ в регіоні має базуватися на чіткому розподілі повноважень і правової компетенції всіх суб'єктів управління. Основу такого розмежування повинні забезпечувати розширення самостійності і підвищення відповідальності всіх учасників ринку, посилення економічного взаємозв'язку між результативністю діяльності і ресурсними можливостями, можливістю гарантування продовольчої безпеки регіону, підвищення якості життя громадян.

Організаційний механізм структурується не тільки за суб'єктною, але й за функціональною ознакою. Функції розкривають зміст діяльності органу виконавчої влади, забезпечують практичну реалізацію управлінських заходів, визначають тип взаємозв'язків з іншими органами управління. З огляду на це, ефективність організаційного механізму регулювання РСТ буде визначатися ступінню реалізації функцій, які покладаються на органи виконавчої влади різних рівнів та органи місцевого самоврядування, а, також, результативністю заходів, які здійснюються ними.

Для оцінки функціональних механізмів регулювання РСТ на регіональному рівні емпіричною базою дослідження обрано організаційні структури управління Тернопільської області.

Проведений аналіз організації практичної діяльності органів виконавчої влади дав змогу виокремити систему загальних та спеціальних функцій щодо регулювання ринку споживчих товарів в регіоні. Їхнє змістове наповнення полягає в наступному:

- цільові функції спрямовані на формування регіональної моделі РСТ, визначення системи пріоритетів та узгодження їх з інтересами учасників ринку, реалізацію заходів щодо забезпечення стійкого і збалансованого розвитку ринку;

- організаційно-координаційні функції реалізуються шляхом організації та координації діяльності суб'єктів щодо наповнення ринку якісними, конкурентоздатними товарами (і, передусім, місцевого виробництва), забезпечення взаємодії органів управління з громадськими організаціями, недержавними аналітичними центрами, підприємницькими структурами;

- функції планування і прогнозування передбачають розроблення регіональних програм стабілізації ринку споживчих товарів, забезпечення його збалансованого розвитку, прогнозування споживчих цін, кон'юнктури, місткості, потенціалу;

– функції стимулювання дозволяють мобілізувати чинники економічного і неекономічного стимулювання наповнення ринку якісними і безпечними товарами, мотивують до здійснення ефективної діяльності, забезпечення добросовісної конкуренції;

– практична реалізація інформаційно-аналітичних функцій пов'язана зі створенням ефективної системи моніторингу ринку, аналізом і оцінюванням стану, тенденцій та закономірностей розвитку, наданням аналітичної інформації товаровиробникам; інформуванням споживачів про якість і безпеку продовольчих і непродовольчих товарів на ринках області;

– контрольні функції ґрунтуються на реалізації обмежувальних та наглядових заходів і реалізуються шляхом проведення контролю за ціноутворенням, рівнем концентрації на ринку, якістю і безпекою товарів, їхнім зберіганням та реалізацією, рівнем торговельного обслуговування; захистом прав та інтересів споживачів.

Аналіз конкретних функцій органів виконавчої влади в Тернопільській області (див. додаток 3) показує, що основна їхня частина зосереджена на координуванні діяльності суб'єктів регулювання щодо організації регіонального ринку споживчих товарів, аналізі його стану та здійсненні контролю за функціонуванням. Окремі контрольні функції щодо запобігання монополізації ринку, порушення правил торгівлі, цінового регулювання та захисту прав споживачів дублюються в місцевих органах виконавчої влади та регіональних представництвах центральних органів виконавчої влади. Однак найбільша неузгодженість та дублювання функцій в системі регулювання ринку споживчих товарів в області спостерігається в органах місцевого самоврядування. Так, зокрема, відповідно до Закону України “Про місцеве самоврядування в Україні” до повноважень цих органів відносять:

- організацію місцевих ринків, ярмарків, сприяння розвитку всіх форм торгівлі;
- здійснення заходів щодо розширення та вдосконалення мережі підприємств торгівлі;
- розміщення на договірних засадах замовлень на виробництво продукції, виконання робіт (послуг), необхідних для територіальної громади, на підприємствах, в установах та організаціях;
- здійснення відповідно до законодавства контролю за належною організацією обслуговування населення підприємствами торгівлі;

- здійснення контролю за дотриманням законодавства щодо захисту прав споживачів;
- прийняття рішень про передачу іншим органам окремих повноважень щодо управління майном, яке належить до комунальної власності відповідної територіальної громади, визначення меж цих повноважень та умов їх здійснення;
- надання відповідно до законодавства згоди на розміщення на території села, селища, міста нових об'єктів.

Особливої гостроти набувають питання узгодження позицій місцевих органів виконавчої влади і органів місцевого самоврядування щодо раціоналізації розміщення торговельних закладів на території. Оскільки органи місцевого самоврядування мають виключне право на надання дозволу на оренду приміщень чи виділення території на будівництво об'єкта, то не завжди організація діяльності торговельного закладу у виділених приміщеннях чи місцях є обґрунтованою з точки зору збереження спеціалізації торговельного підприємства та забезпечення доступності населення до мережі, а, отже, купівлі товарів. Відповідно, місцеві органи виконавчої влади не володіють сьогодні дієвими механізмами впливу на оптимальне розміщення об'єктів торгівлі, формування асортименту товарів, збереження їхньої спеціалізації.

Загалом, аналіз функціональної структури органів управління на регіональному рівні показав, що вона формується під впливом і залежить від таких чинників:

- завдань і повноважень центральних органів виконавчої влади у сфері регулювання ринку споживчих товарів;
- досконалості нормативно-правового забезпечення регулювання внутрішнього ринку;
- взаємовідносин, що склалися, між місцевими органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, спільним для яких є формування регіональної моделі ринку та врахування регіональних особливостей його функціонування.

Характер взаємовідносини між суб'єктами регулювання залежить не тільки від державної політики розвитку національного ринку та внутрішніх можливостей і регіональних особливостей її реалізації, але й позиції і розуміння необхідності розв'язання проблем функціонування РСТ з боку суб'єктів господарювання, ринкових інституцій та населення. Представлені на рис.2.14 параметри взаємодії між ними характеризуються такими внутрішніми проблемами:



Рис.2.14. Параметри взаємодії між учасниками РСТ

¹Примітка. Складено автором.

– прийняття управлінських рішень щодо регулятивних дій на регіональному РСТ не завжди враховує місцеві умови і забезпечує участь громадськості;

– неповно реалізується задекларована КМУ позиція щодо укладання договорів (контрактів) між ЦОВВ і органами місцевого самоврядування на виконання програмних заходів [40;61] ;

– взаємодія відбувається на формальній основі, без врахування інтересів учасників ринку та належного представництва в державних координаційних органах представників бізнесу, громадських організацій, наукових та фінансових установ;

– відсутнє погодження позицій органів влади з місцевими бізнесовими та громадськими (недержавними) організаціями при прийнятті непопулярних рішень щодо усунення причин, які дестабілізували РСТ;

– відсутня чітка вертикальна координація діяльності на всіх рівнях управління.

В системі організаційного регулювання РСТ на регіональному рівні важливу інституційну роль відіграють консультативні та координаційні органи, експертні ради, які формуються при місцевих державних адміністраціях. Комплекс завдань, які ними виконуються, включає: забезпечення гласності та прозорості в прийнятті

управлінських рішень з найбільш важливих питань; координація діяльності органів управління та недержавних організацій; узгодження інтересів та позицій учасників ринку, влади, споживачів.

Разом з тим, практика їхньої діяльності на сьогодні ще не сформована, оскільки такі ради створюються переважно на вимогу центральних органів управління для розв'язання проблем, які загострюють внутрішню економічну ситуацію, не мають чіткого плану дій та розгляду питань, а рішення, які приймаються, носять рекомендаційний характер і не є обов'язковими до виконання. Так, при Тернопільській державній адміністрації функціонують координаційна рада з питань захисту прав споживачів, громадська експертна рада з питань індексації доходів, робоча група з питань цінового регулювання на споживчому ринку. До складу, зокрема, робочої групи входять посадові особи з обласної державної адміністрації, Державної інспекції з контролю за цінами, Міської ради, представники громадських організацій (профспілок, організацій споживачів). Позитивними моментами в роботі таких координаційних та експертних рад є забезпечення зворотного зв'язку між діями влади і сприйняттям таких дій суб'єктами ринку та населенням регіону.

Окрім того, на сьогодні відсутні чіткі критерії взаємодії між учасниками РСТ і органами влади, які б забезпечували узгодженість дій і їх результативність. До таких критеріїв, на наш погляд, слід віднести: задоволення потреб населення в якісних і безпечних товарах; попередження кризових явищ; розвиток та підтримка конкурентного середовища на РСТ; захист прав споживачів; гарантування продовольчої безпеки; зниження рівня тінізації.

В загальній моделі організаційного регулювання системоутворюючу роль відіграє нормативно-правове забезпечення механізмів функціонування РСТ. Аналіз законодавчих і нормативних документів з проблем розвитку ринку, показує, що системна державна політика в сфері його регулювання ще не створена. Основи такої політики були закладені ще в 1992-1995 рр. прийняттям Законів України "Про захист споживчого ринку", "Про захист прав споживачів", Указу Президента України "Про комерціалізацію державної торгівлі"; розвинені в 1996-2000 рр. прийняттям низки законодавчих актів з проблем захисту національного товаровиробника від субсидованого і демпінгового контролю, забезпечення якості продуктів харчування, регулювання імпорту сільськогосподарської продукції [53; 54; 55; 57; 59; 92; 94], Концеп-

ції розвитку внутрішньої торгівлі в Україні [95] та нормативної бази щодо здійснення торговельної діяльності [67], стабілізації споживчого ринку, протидії контрабандному ввезенню і реалізації таких товарів на ринках, і, нарешті, визначені в 2001 р. в прийнятій Комплексній програмі розвитку внутрішнього ринку України [83]. Подальший розвиток механізмів державного регулювання РСТ забезпечувався низкою прийнятих законодавчих актів та нормативних документів, спрямованих на врегулювання кризових ситуацій та цінової стабілізації, організації торговельного обслуговування, захисту прав споживачів, гарантування доступності продуктів харчування та забезпечення їхньої якості. Результати моніторингу нормативно-правового забезпечення механізмів регулювання РСТ відображені в додатку К.

Як свідчить аналіз, загальною проблемою вироблення та прийняття таких актів упродовж 2000-2007 рр. є відсутність чітких механізмів та основи для здійснення регулятивних заходів на всіх рівнях, необґрунтованість та передчасність рішень, що обумовлює внесення постійних змін в дію окремих положень та статей законодавчих актів та уточнень регулятивних механізмів. Зокрема, це стосується принципу реалізації прямого дотування виробництва продукції тваринництва та рослинництва, формування закупівельних цін на окремі види сільськогосподарських товарів, податкового стимулювання виробництва продуктів дитячого харчування, соціально значущих товарів, корегування обсягів бюджетних коштів, які виділяються на закупівлю продукції для формування продовольчого резерву. Існування внутрішньої неузгодженості прийнятих документів актуалізує завдання розроблення базового (рамкового) нормативного акту про організацію та механізми регулювання внутрішнього ринку з виокремленням ринку споживчих товарів як особливої і найбільш важливої його складової.

Отже, аналіз основних складових організаційного механізму регулювання РСТ дає підстави констатувати, що вони на сьогодні є недостатньо ефективними і не відповідають вимогам міжнародної практики організації діяльності щодо забезпечення стабільного розвитку ринкових відносин. Основними причинами, які знижують ефективність діяльності організаційних структур управління є, по-перше, відсутність системного підходу до розроблення як національної, так і регіональної політики розвитку РСТ, невизначеність стратегічних перспектив його розвитку, домінування ситуативного підходу у розв'язанні проблем функціонування ринку; по-друге,

недосконалість та неузгодженість нормативно-правової бази регулювання РСТ, що обумовлює неузгодженість дій органів виконавчої влади на всіх рівнях та органів місцевого самоврядування щодо урегулювання кризових ситуацій на ринку, призводить до дублювання функцій; по-третє, невідпрацьованість механізмів взаємодії та координації діяльності між органами управління і суб'єктами РСТ, відсутність чітких критеріїв співпраці і конкретних механізмів взаємоузгодження інтересів.

2.3. Аналітична оцінка економічних механізмів регулювання ринку споживчих товарів

Економічний механізм визначається як цілеспрямована послідовність дій органів державної влади і недержавних організацій на систему економічних інтересів і відносин між учасниками РСТ в процесі виробництва споживчих товарів, їх обміну та споживання. Важливість ефективного застосування економічних важелів полягає в тому, що вони забезпечують здійснення системного впливу на функціонування ринкових відносин. Економічні механізми регулювання за своєю суттю є дуалістичними: з одного боку вони унеможливають розгортання інфляційних процесів і обмежують монополістичну діяльність, гарантуючи доступність соціально важливих споживчих товарів для всіх категорій населення та забезпечуючи їхню якість і безпеку, а з другого – стимулюють діяльність товаровиробників, створюючи сприятливе економічне середовище для реалізації економічних інтересів через державну політику підтримки та сприяння розвитку. Це дозволяє розглядати економічні механізми регулювання РСТ як сукупність економічних важелів регулювання, представлених у вигляді цінового регулювання, спрямованого на підтримку доходів і платоспроможного попиту населення, та фінансової і кредитної підтримки, які є чинниками стимулювання товарної пропозиції на РСТ. В узагальненому вигляді, систематизовані за видами економічні механізми і відповідні їм інструменти, які застосовуються на національному і регіональному рівнях регулювання, наведені в додатку Л.

Загалом, механізм економічного регулювання РСТ можна проаналізувати через виділення таких його структурних елементів:

–регулювання цін на споживчі товари та забезпечення цінової стабілізації на ринку;

–державний протекціонізм щодо вітчизняних (в т.ч. місцевих) товаровиробників споживчих товарів, які формують товарну пропозицію на національному і регіональному РСТ, виробляють соціально значущі товари;

–узгодження попиту і пропозиції на окремих сегментах ринку шляхом проведення державних і регіональних закупівель, формування державних, і, передусім, продовольчих резервів, здійснення товарних та фінансових інтервенцій;

–захист внутрішнього РСТ від негативного впливу зовнішньої конкуренції, обумовленого зобов'язаннями України в рамках вступу в СОТ;

–стимулювання споживчого попиту та забезпечення доступу до товарів першої необхідності;

–формування конкурентного середовища та підтримка конкуренції на РСТ.

Однією з умов забезпечення ефективності економічного регулювання РСТ є правильна побудова цінового механізму, його адаптація до інтересів товаровиробників і споживачів. Аналіз цінового механізму на РСТ засвідчує, що він функціонує на засадах поєднання прямих і непрямих методів державного регулювання цін з ринковими механізмами забезпечення цінової рівноваги. В умовах стабільно функціонуючих механізмів ринку перевага надається ринковому ціноутворенню, однак розгортання кризових явищ, порушення рівноваги, вплив зовнішніх дестабілізуючих чинників підвищує значення і обумовлює необхідність активного державного втручання в процеси ціноутворення на РСТ. Державне регулювання цін дозволяє уряду за таких умов коригувати ринкові механізми та формувати нові умови цінової рівноваги. Сучасні підходи до реалізації механізмів цінового регулювання РСТ на національному і регіональному рівнях, можна представити у вигляді наступної послідовності дій:

–загальна оцінка цінової ситуації на РСТ та виявлення причин цінової дестабілізації;

–вибір методів цінового регулювання та способів впливу на цінову стабілізацію;

–прийняття рішень щодо ліквідації руйнівних наслідків підвищення цін на споживчі товари для учасників ринку; вироблення механізмів соціального захисту малозабезпечених верств населення;

–оцінка ефективності механізмів цінового регулювання.

Слід відзначити, що в представленій системі дій цінового регулювання з боку органів виконавчої влади на сьогодні відсутнє прогнозування цінової кон'юнктури і чинників, що обумовлюють цінову дестабілізацію на РСТ (особливо що стосується товарів першої необхідності) та впровадження попереджувальних заходів з метою запобігання викривленню ситуації з ціноутворенням. Зважаючи на соціальну важливість проблеми цінової стабільності, ці аспекти діяльності мають домінувати в роботі органів управління та бути основою для вироблення стратегічних орієнтирів забезпечення стабільності і розвитку РСТ на національному і регіональному рівнях.

Оцінка чинного законодавства та аналіз діючої практики регулювання цін на РСТ дозволили виокремити три основні напрямки державного втручання в ціноутворення, які включають: державну підтримку цін і доходів, цінову підтримку попиту на споживчі товари і регулювання ціноутворення на основні соціально важливі товарні групи (рис. 2.15).



Рис. 2.15. Механізм цінового регулювання ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях¹

¹Примітка. Сформовано автором.

Політика державної підтримки цін і доходів формується на загальнодержавному рівні і спрямована на підтримку відповідного рівня цін і цінової рівноваги на найважливіших сегментах ринку, і, передусім, на продовольчому. В практиці зарубіжних країн в основі регулятивних заходів щодо підтримки цін лежать механізми формування такого рівня ціни виробництва, що дозволяє товаровиробникам відшкодувати не тільки власні витрати, але й отримати певний рівень доходів для розширеного відтворення.

Економічно обґрунтованими вважається механізм підтримки доходів товаровиробників через запровадження системи цін підтримки та еквівалентних цін на основні продукти харчування та продовольство. Сутність такого механізму полягає в тому, що на окремі найважливіші види продукції, виробництво яких передбачене державними програмами, встановлюються гарантовані мінімальні ціни - ціни підтримки. Зокрема, Конгресом США визначається „справедливий” рівень цін на молоко, масло, сир, і якщо ринкові ціни опускаються нижче цього рівня, то продукти скуповує держава [256; 257]. Такі заходи дозволяють не тільки підтримувати доходи товаровиробників, але й забезпечити населення доступними продуктами харчування.

В Україні баланс між рівнем цін і доходами суб'єктів ринкової діяльності досягається за рахунок реалізації наступних регулятивних заходів: надання державних субсидій і дотацій товаровиробникам; проведення фінансових інтервенцій на РСТ; організація державних закупівель соціально важливих товарів і сировини для їхнього виробництва; встановлення розмірів непрямих податків та введення стимулів в оподаткуванні; регулювання закупівельних цін на окремі продукти тваринництва і рослинництва шляхом заставних операцій; введення тарифних (митних) обмежень. Незважаючи на широкий спектр дій щодо підтримки цін, їх результативність є низькою, про що свідчить загальна динаміка переважаючого зростання цін виробників споживчих товарів над роздрібними цінами, скорочення власного виробництва і, як наслідок, розширення сегментів імпортованих товарів.

Підтвердження таких висновків можна проілюструвати на прикладі використання механізмів цінової підтримки сільськогосподарських товаровиробників шляхом формування заставних цін. Згідно законодавства України, заставні ціни є гарантованими державною цінами на продукцію, що забезпечують відшкодування

середньогалузевих нормативних витрат та мінімальний прибуток, достатній для відтворення його виробництва. Використання заставних цін дає можливість зберегти фактичну ціну реалізації товару, відшкодувати рівень нижньої межі гарантованої оплати продукції сільськогосподарським товаровиробникам у випадку зниження реалізації даного товару на внутрішньому ринку та гарантувати їм мінімальний рівень прибутку.

За рекомендаціями Міністерства економіки та Міністерства аграрної політики України [136], в розрахунок мінімальної заставної ціни закладаються середньостатистичні витрати на одиницю виробництва товару, мінімальний рівень рентабельності виробництва (до 5%) та зміни витрат, пов'язаних з майбутнім подорожчанням ресурсів виробництва. Мінімальна ціна на продукцію, реалізація якої є збитковою, розраховується за формулою:

$$C_{\min} = B \times P_{\min} \times I_{\text{пв}} \quad (2.5)$$

де C_{\min} – мінімальна ціна на одиницю продукції;

B – середньостатистичні витрати на виробництво та реалізацію одиниці продукції;

P_{\min} – рентабельність виробництва (на рівні 5%);

$I_{\text{пв}}$ – прогнозний індекс витрат на виробництво продукції;

Для продукції, реалізація якої є прибутковою, використовується така методика

$$C_{\min} = \frac{\sum_{i=1}^5 C_i \times I_{i+1}}{5} \times I_n \quad (2.6)$$

де, C_i - ціна продажу товару у визначеному маркетинговому році;

$I_i \times I$ - добуток індексів споживчих цін за маркетингові періоди, що настають за визначеним;

I_n - прогнозний індекс споживчих цін року, на який припадає період державного цінового регулювання.

Запровадження заставних цін має сприяти стабілізації внутрішнього ринку та фінансово-економічній підтримці сільськогосподарських товаровиробників, стимулювання виробництва таких товарів та подолання негативних наслідків сезонних та кон'юктурних коливань цін на продовольчу сировину, м'ясо, цукор інші об'єкти цінового регулювання. Однак, практика їхнього застосування свідчить про те, що вони не стали дієвим механізмом збалансування ринку та попередження цінових

ризиків, оскільки формуються на диспаритеті цін на сільськогосподарську і промислову продукцію, не враховують змін в кон'юнктурі зовнішніх ринків та впливу монополізації посередницьких структур. Не менш гострими в цьому контексті є проблеми непрозорості державних закупівель, умов оплати за придбані товари, обмеженості бюджетних коштів, які не дозволяють уряду ефективно використовувати закупівлі та заставні операції для встановлення цінової рівноваги на РСТ та формування цін на основні продукти харчування на доступному рівні.

Цінова підтримка попиту спрямована на забезпечення доступності соціально важливих товарів для всіх категорій населення і має на меті збалансувати попит і пропозицію на прийнятному для товаровиробників і споживачів рівні цін. Чинна система такої підтримки характеризується домінуванням заходів, які формуються на національному рівні і мають бути реалізовані з урахуванням регіональних особливостей функціонування РСТ. Зокрема, це стосується питань прийняття рішень про проведення товарних інтервенцій, в т.ч. і на регіональних ринках, коригування митних тарифів на ввезення споживчих товарів на територію України та збільшення грошових доходів населення.

Регулювання ціноутворення на окремі споживчі товари здійснюється з метою подолання стихійності в ціноутворенні, стабілізації цінової ситуації та забезпечення системності у формуванні цін на такі товари. Загальні правила та принципи ціноутворення формуються на загальнодержавному рівні, на регіональному рівні органи виконавчої влади мають забезпечити реалізацію державної політики цін з урахуванням регіональних особливостей. Особливе значення у ціноутворенні на основні споживчі товари відіграють місцеві органи виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, яким на основі Постанови КМУ від 25.12.1996 р, №1548 „Про встановлення повноважень органів виконавчої влади та виконавчих органів міських рад щодо регулювання цін (тарифів)”(із змінами і доповненнями, внесеними постановою КМУ від 20.06.2007 р., №845) та Постанови КМУ від 17.10.2007 р. № 1222 „Про затвердження Порядку декларування зміни оптово-відпускних цін на продовольчі товари”, надано право встановлювати торговельні націнки на основні продовольчі товари та продукти дитячого харчування, визначати граничні рівні рентабельності виробництва товарів першої необхідності, а з 2007 р. – запро-

ваджувати механізми декларування зміни (передусім, збільшення) гуртово-відпускних цін суб'єктами господарювання.

Використання конкретних механізмів забезпечення цінової стабілізації на регіональному ринку можна прослідкувати на прикладі регулювання цін на окремі споживчі товари в Тернопільській області. Загальні підходи, які використовувалися в практиці цінового регулювання на такі товари упродовж останніх років, характеризуються переважанням контрольних та обмежувальних заходів. Як свідчить аналіз інструментарію впливу на ціноутворення в регіоні, серед основних регуляторів можна виділити такі: встановлення граничних торговельних надбавок на окремі продовольчі товари ; визначення граничного рівня рентабельності виробництва до витрат; обмеження ціни на цукор і м'ясо, реалізованих з державного резерву; дотування виробництва соціально значущих товарів; декларування зміни гуртово-роздрібних цін на основні товари продовольчої групи.

Так, згідно прийнятих нормативних актів з питань цінового регулювання та розпорядження голови Тернопільської обласної державної адміністрації від 18.10.2007 р. №679 „Про запровадження регулювання цін на окремі продовольчі товари” встановлені граничні торговельні надбавки до гуртової ціни виробника на: продукти дитячого харчування, лікарські засоби і вироби медичного призначення; м'ясо яловичини, свинини та птиці, борошно, хліб і хлібопродукти, макаронні вироби, крупи окремо для міста і села (табл. 2.11).

Для запобігання порушень порядку реалізації м'яса, виділеного з державного резерву для забезпечення стабілізації ситуації на ринку, встановлено розмір граничної торговельної надбавки не вище 10% конкурсної ціни. З метою здійснення контролю за правильністю формування і застосування цін суб'єктами господарювання впроваджувалося обмеження рівнів рентабельності стосовно виробників м'яса і м'ясопродуктів в розмірі 30% до економічно обґрунтованих витрат без урахування вартості сировини. Для виробництва соціальних видів хліба та хлібопродуктів встановлено 5% рівень рентабельності. Механізм встановлення граничного рівня роздрібною ціни в розмірі 3,60 грн. упроваджений на цукор-пісок, який реалізувався з Державного резерву.

Граничні торговельні надбавки до гуртової ціни виробника (митної вартості) на окремі продовольчі товари в Тернопільській області на 2007 р.¹

№ п/п	Найменування продовольчих товарів	Граничний розмір торговельної надбавки до гуртової ціни виробника (митної вартості) незалежно від кількості перепродажу(без урахування ПДВ)			
		місто		село	
		у відсотках	у грошовому виразі, (грн./1кг)	у відсотках	у грошовому виразі (грн./1кг)
1	Борошно пшеничне та житнє	10	12	13	15
2	Крупи:				
	манна;	10	15	13	20
	пшенична;	10	12	13	15
	перлова;	10	10	13	13
	ячмінна;	10	10	13	13
	горох шліфований;	10	12	13	15
	гречана	10	30	13	40
3	Хліб і хлібобулочні вироби	10	-	13	-
4	Макаронні вироби	10-	-	13	-
5	Яловичина та свинина	15	2,1	18	2,52
6	М'ясо птиці	10	1,0	13	1,3
7	Ковбасні вироби варені	15	-	18	-
8	Молоко	10	-	13	-
9	Сметана	10	-	13	-
10	Сир	15	-	18	-
11	Масло вершкове	15	-	18	-
12	Цукор	10	0,3	13	0,38
13	Олія соняшникова рафінована	10	0,5 (грн/л)	13	0,65 (грн/л)

¹Примітка. Розпорядження голови Тернопільської обласної адміністрації „Про запровадження регулювання цін на окремі продовольчі товари” від 18.10.2007 р., №679.

Позитивними моментами використання означених регулятивних заходів стала можливість частково контролювати цінову ситуацію на регіональному ринку, впливати на процеси формування та застосування цін на основні продукти харчування і таким чином захистити населення від необґрунтованого зростання цін. Серед негативних наслідків впроваджених заходів є зростання тіньових оборотів підприємств, зниження якості та безпеки продуктів харчування.

Впровадження процедур декларування зміни гуртово-роздрібних цін обумовлено необхідністю здійснення контролю за дотриманням дисципліни цін та включення економічно обґрунтованих планових витрат на виробництво таких товарів, як борошно, яловичина, свинина, м'ясо птиці, ковбасні вироби, молоко, сир, сметана, масло вершкове та яйця. Особливо ця проблема актуалізується в умовах непрозорого формування цін, завищення витрат, пов'язаних з неефективною діяльністю підприємств, придбанням сировини через посередницькі схеми, включенням у собівартість витрат від виробництва неякісної продукції, відступами від технологічного процесу. Разом з тим, слід зазначити, що на рівень відпускної ціни впливають витрати,

пов'язані з необхідністю оплати державних послуг щодо надання ліцензій, проведення контрольних заходів, висновків санепідемстанцій, пожежної охорони, безпеки праці.

Усі зазначені вище методи регулювання цін відносяться до групи прямих (адміністративних), які не завжди є ефективними і можуть призвести до порушення ринкового балансу попиту і пропозиції споживчих товарів. У таких випадках досягнення стабільної цінової ситуації має забезпечуватися органами виконавчої влади переважно ринковими методами. Ефективним методом стабілізації цін є здійснення товарних інтервенцій та насичення ринку продукцією доступної ціни з державного резерву. Товарні інтервенції дозволяють встановити ціну рівноваги (фіксінг) на рівні, не нижчому за мінімальну закупівельну ціну. Вказаний метод вже фактично використовувався під час подорожчання цукру в 2005 р., коли середні ціни на цей продукт підвищилися з 3,50 до 4,30 грн. за кг, або на 22%. Рішенням Кабінету Міністрів України були виділені державні ресурси цукру за граничними роздрібними цінами з розподілом за регіонами. В результаті таких дій та створення на ринку реальної конкуренції в період проведення товарних інтервенцій середні ціни на цукор знизилися і повернулися до передкризового рівня.

Адміністративне стримування цін у довгостроковій перспективі може призвести до втрат у виробників споживчих товарів, а тому не може застосовуватися постійно і розглядатися як єдиний засіб соціального захисту вразливих верств населення. У цій ситуації серед пріоритетних завдань органів виконавчої влади всіх рівнів найбільш ефективним методом мінімізації негативних наслідків підвищення цін є забезпечення гарантій щодо поступового підвищення доходів всіх громадян та стимулювання платоспроможного попиту.

Для компенсації втрат, викликаних встановленням та обмеженням цін, держава здійснює фінансову і кредитну підтримку товаровиробників, реалізує політику податкового стимулювання. Діюча система державної підтримки, яка сформувалася під впливом дії зовнішніх і внутрішніх чинників, проілюстрована на рис. 2.16.

Базовими нормативно-правовими актами, які сьогодні визначають принципи, процедури та обсяги державної підтримки вітчизняних товаровиробників, є Господарський кодекс України, Бюджетний кодекс України, Закон про Державний бюджет України на відповідні роки, Закон „Про захист економічної конкуренції”,

Вимоги СОТ і ЄС



Рис. 2.16. Діюча система фінансової та кредитної підтримки товарної пропозиції на РСТ¹

¹Примітка. Складено автором на основі опрацювання законодавчих актів та нормативних документів [23; 31; 52; 53; 88; 89; 90; 91; 93].

Концепція перебудови системи державних субсидій, що надаються суб'єктам господарювання, яка розроблена з урахуванням норм і правил СОТ про субсидії та компенсаційні заходи та Угоди про сільське господарство. Разом із тим, аналіз чинного законодавства свідчить, що воно не містить чітких механізмів надання, моніторингу та контролю за наданням державної допомоги суб'єктам господарювання.

Крім того, законодавством не визначено саме поняття державної допомоги, її форм (зокрема, податкових пільг), а також загальнодержавних підходів та принципів державної політики у сфері надання та використання субсидій з огляду на економічну

ефективність. Це обумовлює відсутність об'єктивних критеріїв надання та використання державної допомоги, невизначеність пріоритетів щодо державних видатків та відсутність їх довгострокового планування, що призводить до необґрунтованого втручання держави в ринкові механізми, лобіювання окремих економічних інтересів, розпорошення обмежених фінансових ресурсів держави та поширення корупції.

Діюча система державних допомог в Україні включає: непряме субсидування, встановлення податкових пільгових режимів та податкових пільг, інші форми прямої і непрямой підтримки товаровиробників. Непрямі субсидії є найбільш поширеним інструментом політики державної підтримки в країнах з перехідною економікою. Широке застосування непрямих субсидій в Україні пояснюється обмеженістю бюджетних ресурсів для прямої фінансової підтримки; недосконалим податковим законодавством та нестабільністю законодавчого і бізнесового середовища; слабкою фінансовою та кредитною системами. Недоліком непрямих субсидій є те, що, як правило, вони не відображаються в офіційних бюджетних документах, є непрозорими і створюють стимули для корупції. Найбільш поширеними формами непрямого субсидування підтримки виробників споживчих товарів є:

- зменшення ставки прямого податку;
- відстрочення сплати податків;
- податкові пільги, а саме: звільнення від сплати імпортного мита, звільнення від сплати ПДВ на імпорт та внутрішні операції продажу, звільнення або відстрочення сплати податку на прибуток, земельного податку, надання податкових кредитів;
- списання податкової заборгованості;
- надання державних гарантій для отримання банківських кредитів;
- відстрочення виплати податкових та інших обов'язкових платежів до бюджету.

Система державної підтримки товарної пропозиції на регіональному рівні доповнюється механізмами запровадження пільг при встановленні ставок оренди за приміщення і земельні ділянки для підприємців, які здійснювали виробничу діяльність щодо наповнення регіонального ринку споживчими і, передусім,

соціально важливими товарами, наданням пільг у сплаті місцевих податків і зборів, оплаті комунальних платежів. Формою фінансової підтримки і підвищення ефективності діяльності суб'єктів РСТ є розміщення серед малого підприємництва державних і регіональних замовлень та широкого залучення їх до участі у проведенні тендерів із закупівлі товарів та виробництва продукції для регіональних і державних потреб. В групі пріоритетних напрямків фінансової і кредитної підтримки для малого бізнесу на регіональному рівні можна виділити фінансування з регіональних фондів підтримки підприємництва інвестиційних проектів щодо оновлення асортименту і підвищення якості товарів та часткове відшкодування відсоткових ставок за кредитами, отриманими у фінансово-кредитних установах.

Важливою формою підтримки товарної пропозиції на регіональних РСТ є надання цінової дотації сільськогосподарським підприємствам, які поставляють на ринки вироблену в господарствах продукцію та забезпечують переробні підприємства сировиною для виробництва продовольчих товарів. Ціновою дотацією є ті державні преференції, які безпосередньо впливають на величину цін. До них можна віднести бюджетні видатки на фінансову підтримку виробництва продукції рослинництва і тваринництва, здешевлення кредитів комерційних банків, часткову компенсацію вартості придбання сільськогосподарської техніки та мінеральних добрив, списання боргів. Спеціальною формою державної допомоги для таких виробників є спрямування суми нарахованого ПДВ на цілі підтримки власного виробництва та дотування переробними підприємствами всіх форм власності.

Аналіз порядку нарахування і використання коштів, спрямованих на виплату державних цільових дотацій показує, що закладені в ньому механізми є складними і непрозорими, передбачають низку процедур узгодження щомісячних розрахунків надходжень і використання ПДВ та нарахувань сум дотацій сільськогосподарським товаровиробникам з Управлінням сільського господарства і продовольства в регіонах, податковою інспекцією та фінансовими органами.

Вважаємо, що державна підтримка товаровиробників має здійснюватися виключно механізмами прямого бюджетного дотування виробництва продукції, яка забезпечить прозорість і відкритість системи надання дотацій та відповідає практиці державної підтримки в зарубіжних країнах. Формування такої системи передбачено

Законом України “Про державну підтримку сільського господарства України”, однак дія відповідної статті перенесена. Згідно цього закону, пряма і спеціальна дотація надається виробникам продукції тваринництва (м’яса, молока, меду, вовни), які продають її вітчизняним переробним підприємствам незалежно від форм власності і місця розташування. Мінімальний розмір такої підтримки визначається на основі нормативних витрат на одиницю виробництва і розраховується як різниця між мінімально-допустимим рівнем ціни такої продукції та середньою закупівельною ціною з урахуванням мінімального (5%) рівня рентабельності виробництва та прогнозованого індексу інфляції.

Оцінити реальний вплив бюджетних дотацій на зміну цін на продовольчі товари є проблематичним завданням, оскільки в системі РСТ діють чинники, які визначають тенденції і впливають на рівень цін, а саме: багатоступінчата схема каналів постачання продовольчих товарів, тіньові джерела надходжень імпортованих товарів, антиконкурентні дії товаровиробників. Зіставлення динаміки цінової дотації та індексу цін реалізації сільськогосподарської продукції (рис. 2.17) свідчить про наявність слабких зв’язків між показниками, які не дають можливості зробити чіткі висновки про результативність впливу системи бюджетного дотування на зниження цін.



Рис. 2.17. Динаміка індексів бюджетної цінової дотації товаровиробникам та цін реалізації сільськогосподарської продукції в Україні¹

¹Примітка. Розраховано на основі даних Державного бюджету України за 2001-2006 рр. та даних Держкомстату України [231, с.69].

Слід зазначити, що в контексті правил і вимог СОТ, всі зазначені форми фінансової підтримки оцінюються як такі, що спотворюють конкуренцію, викривлюють розподіл ресурсів в економіці та завдають шкоди торгівлі. Норми СОТ

зобов'язують уряди країн зменшувати їхню кількість і обсяги, виробляти прозорі процедури надання за безадресним принципом.

Особливої актуальності для РСТ набувають проблеми трансформації механізмів державної підтримки товаровиробника до правил СОТ. Ці проблеми обумовлюються вимогами: по-перше, узгодження граничного рівня сукупного виміру внутрішньої підтримки сільського господарства (т.з. "жовтої скриньки") та реформування системи такої підтримки в рамках заходів "зеленої скриньки"; по-друге, регулювання умов доступу до ринку товарів та лібералізації торгівлі; по-третє, гармонізації системи технічного регулювання; по-четверте, змін внутрішньої політики щодо торгівлі товарами в середині країни.

В напрямку кредитної підтримки товарної пропозиції проблемними питаннями як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях є підвищення зацікавленості банків у співпраці з підприємницьким сектором. В сфері послуг банків для товаровиробників пропонуються різні види кредитування, такі як факторинг, овердрафт, термінове кредитування, спеціальні кредитні лінії банків, інвестиційне кредитування. Однак для більшості підприємств вони залишаються недоступними з причин високих відсотків та ризиків освоєння. Для забезпечення ефективної взаємодії і довіри фінансово-кредитних установ і суб'єктів ринку практикується укладання угод про співробітництво за безпосередньої участі регіональних органів виконавчої влади. Основними завданнями такої участі є гарантування кредитування, полегшення доступу до кредитних ресурсів, стимулювання надання середньо-і довгострокових кредитів, розроблення механізмів використання коштів, передбачених у місцевих бюджетах на часткове відшкодування відсоткових ставок за залученими на реалізацію інвестиційними проектами соціального спрямування. Як показує аналіз, на регіональному рівні формується певна модель кредитної підтримки товаровиробників, де поєднуються як державні так і недержавні джерела. Вона передбачає такі можливі варіанти отримання кредитних ресурсів:

– кошти державних фондів, зокрема, Українського фонду підтримки підприємництва, Українського державного фонду підтримки фермерських господарств, регіональних фондів підтримки підприємництва, які використовуються на пільгове кредитування та часткову компенсацію відсоткових ставок. Але ці фонди на сьогодні не стали дієвим інструментом кредитної підтримки через обмеженість фінансових ресурсів;

– кредитні лінії міжнародних фінансових установ, зокрема, ЄБРР, Німецько-українського фонду, ПАУСІ. Однак критерії отримання кредитів є надто високими, а умови – не завжди прийнятними для бізнесу;

– програми мікрокредитування, і, передусім, кредитна лінія Міністерства фінансів України для мікро-, малих та середніх підприємств, яка на сьогодні тільки сформована і використовується для обмеженого кола суб'єктів господарювання ;

– ресурси кредитних спілок та позичкових організацій взаємного кредитування, які створюються підприємцями на власній ініціативі як альтернатива державним і міжнародним кредитним джерелам. Великого поширення такі форми кредитування не набули з причин низького рівня доходів суб'єктів малого бізнесу.

Проведені оцінки результативності реалізації заходів фінансової і кредитної підтримки товаровиробників в Тернопільській області свідчать про позитивну динаміку збільшення в 2006 р. кількості господарюючих суб'єктів в роздрібній торгівлі (на 16%), з виробництва продовольчих товарів та переробки сільськогосподарської продукції (на 8,3%), виробництва товарів легкої промисловості (на 8,6%), меблів (на 18%). Однією з найважливіших складових системи фінансово-кредитної підтримки для малого підприємництва в регіоні стала доступність мікрокредитування. На сьогодні забезпечення малого бізнесу недорогими та невеликими за обсягами кредитами досягається переважно в рамках реалізації міжнародних фінансових програм, а саме через створення Центру менеджменту інвестицій при фонді підтримки підприємництва. При міській раді створено регіональний банк даних щодо незадіяних житлових приміщень, невикористовуваних виробничих і адміністративних площах та обладнання. Основними завданнями підвищення ефективності систем підтримки, які вимагають розв'язання, є розроблення критеріїв відбору бізнес-проектів, які матимуть інноваційний характер і спрямовуватимуться на підвищення конкурентоспроможності місцевих товарів та розроблення процедури надання кредитів за пільговими умовами та механізмів компенсації відсоткових ставок з місцевих бюджетів.

Результативність регулятивних заходів економічного і організаційного характеру, які застосовувалися з метою стабілізації і розвитку регіонального РСТ в 2005-2006 рр. в Тернопільській області відображена в додатку М.

Проведений аналіз дозволив узагальнити підходи до оцінювання результативності регулятивних заходів. В основу оцінки закладається функціональна залежність між такими параметрами як: ступінь розмежування повноважень організаційних структур, які здійснюють регулювання ринку споживчих товарів(OR),

форми взаємодії і критерії узгодженості інтересів між учасниками ринку і органами виконавчої влади, громадськими організаціями (CO); нормативно-правове забезпечення системи регулювання РСТ (L); сфера та інструменти використання адміністративних методів (MGC); можливі варіанти прийняття рішень для розв'язання проблем, які виникають (BD). До чинників, які формують зовнішнє середовище і впливають на результативність, слід віжнести глобалізаційні процеси, зміну кон'юнктури світового ринку, вимоги СОТ (E). Звідси, функціональна модель для оцінювання результативності регулювання національного РСТ ($MAmgc$), має вигляд:

$$MAmgc = f(OR, CO, L, MGC, BD) + E \quad (2.7)$$

На регіональному рівні в модель ($Mmgcr$) вводяться додаткові параметри, які описують рівень прямої участі центральних органів виконавчої влади у забезпеченні стабільності регіонального РСТ і реалізації державних програм розвитку внутрішнього ринку (COM) та характеризують регіональні особливості розвитку території, її потенціал та власні ресурси для забезпечення стабільності (FP). Зовнішні впливи на результативність регулювання регіонального РСТ будуть здійснювати: зміни в митній, ціновій та податковій політиці держави, форми міжрегіонального співробітництва, інтеграційні процеси України (E'').

$$MAmocr = f(OR, CO, COM, MGC, BD, FP) + E'' \quad (2.8)$$

Загалом, оцінювання результативності є процесом розроблення та використання оціночних індикаторів, які дозволяють порівняти отримані показники з очікуваними, характеризують ступінь досягнення встановленої цілі регулювання, сприяють виявленню причин виникнення відхилень.

Зважаючи на різноплановість елементів механізму регулювання РСТ, закладених в модель, відсутність критеріїв оцінки результативності та статистичної бази для їх аналізу, сьогодні складно окреслити чітку залежність і взаємовпливи між ними, що в кінцевому підсумку обмежує використання аналітичних технологій для кількісного оцінювання регуляторних заходів. Тому, для їхнього аналізу доцільно використати експертні методи бальної оцінки, за якими можливим є якісне оцінювання результативності за кожним елементом (компонентом) моделі. В їх основу можна закласти параметричний індекс, який визначається як

$$P_s = \frac{\sum_{k=1}^m b_{ki}}{m}, \quad (2.9)$$

де P – середньостатистичне значення експертних оцінок за i -тим регулятивним заходом;

b_{ki} – бальна оцінка i -ого заходу, даного k – тим експертом;

m – кількість експертів, які взяли участь в оцінюванні i -ого заходу.

Алгоритм визначення компонентного показника передбачає: визначення критеріїв та показників, на досягнення яких спрямовуються дії органів влади; визначення ступеню впливу зовнішніх чинників на реалізації прийнятого рішення; формування бальної шкали оцінювання результативності заходу та встановлення вагових коефіцієнтів їх важливості; проведення опитування та статистична обробка отриманих результатів; виявлення ризиків реалізації та виявлення причин відхилення отриманих результатів від очікуваних.

Для проведення опитування доцільно залучати громадські організації, об'єднання бізнесових структур, наукові та недержавні організації, що значно підвищить вагомість отриманих оцінок.

Можна використати п'ятирівневу шкалу оцінювання результативності, де перший рівень характеризує практичну відсутність результату, другий – отримані низькі результати, третій – помітні результати, четвертий – досягнення цілі і результату, п'ятий – великі результати, які перевершують очікувані.

Показниками результативності регулювання РСТ можуть слугувати: динаміка розвитку основних показників РСТ та його структурних характеристик; стан конкурентного середовища; місткість ринку, його потенціал; рівні і динаміка споживання товарів домогосподарствами. Кількісними і якісними критеріями результативності та ефективності діяльності органів влади на всіх рівнях стануть: інституційні і структурні зміни в секторі виробництва споживчих товарів; збільшення кількості суб'єктів РСТ; зниження рівня монополізації окремих сегментів ринку; стабілізація та зниження рівня цін на основні споживчі товари при збереженні їхньої якості; розширення асортименту товарів; зменшення обороту неформальних ринків та звуження сфери нецивілізованої торгівлі.

Для проведення комплексної оцінки результативності регулювання РСТ вважаємо необхідним використати інтегральний показник, який розраховується за

формулою:

$$I = \sum P_i \cdot a_i , \quad (2.10)$$

де, a_i – коефіцієнт важливості i -ого структурного елементу системи регулювання РСТ, закладеного в модель.

Проведений з використанням зазначених підходів до оцінювання результативності регулювання РСТ в Тернопільській області, показав відсутність системності як в розробленні, так і в упровадженні регуляторних заходів, спрямованих на цінову стабілізацію, підвищення безпеки споживчих товарів, захист прав споживачів, зростання наповнення ринку товарами місцевого виробництва.

Загалом, такі оцінки можуть використовуватися для підвищення ефективності системи регулювання РСТ, зменшення регуляторного навантаження на товаровиробників, структурування відносин між органами влади і бізнесу щодо забезпечення стабілізації РСТ, гармонізації правових актів, зміни інструментарію і форм впливу на ринкові механізми, порівняння варіантів рішень проблемних ситуацій та вибору оптимального, окреслити можливі компроміси та „ефекти взаємного підсилення” між учасниками РСТ.

Висновки до розділу 2

1. Діагностика стану РСТ засвідчила, що він характеризується низкою проблем, які проявилися у: загальній незбалансованості попиту і пропозиції споживчих товарів, їхній структурній невідповідності; низькому платоспроможному попиту та значній диференціації населення за рівнем доходів; розширенні тіньового сегменту фальсифікованих і контрафактних споживчих товарів, загальному зниженні їхньої якості; посиленні регресивних змін в структурі споживання; деформованості кінцевих каналів реалізації; ціновій дестабілізації; нерозвиненості інфраструктури споживчого ринку.

2. На основі дослідження закономірностей функціонування РСТ в ретроспективі здійснено періодизацію його розвитку. Зокрема, виокремлено такі періоди: 1990-1994 рр., який характеризує етап становлення РСТ; 1995-1999 рр. – характеризує етап стабілізації ринку; 2000-2005рр. – характеризує етап розширення місткості ринку; з 2006р. – окреслює новий етап розвитку та інтеграції. В основу

визначення етапів покладено динаміку основних показників функціонування РСТ та зміни його основних структурних пропорцій.

3. Аналіз організаційно-функціональних механізмів показав, що сформована організаційна структура регулювання РСТ ґрунтується переважно на горизонтальних зв'язках, функціонально є розрізненою і неузгодженою, що не відповідає принципам системності в управлінні. Різноманітність цілей та завдань регулювання, розпорошеність функцій унеможливають здійснення комплексних та системних дій щодо формування цілісної системи державного регулювання та контролю за ринком. Особливої актуальності відсутність скоординованих дій впливу на РСТ набуває на регіональному рівні, оскільки система його регулювання є багатосуб'єктною і включає з одного боку – центральні органи виконавчої влади; з іншого – місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування за безпосереднього впливу громадських організацій та населення на їхню діяльність.

4. Характер взаємовідносини між суб'єктами регулювання залежить не тільки від державної політики розвитку національного ринку та внутрішніх можливостей і регіональних особливостей її реалізації, але й позиції і розуміння необхідності розв'язання проблем функціонування РСТ з боку суб'єктів господарювання, ринкових інституцій та населення. Діючі форми взаємодії між ними характеризується внутрішніми і зовнішніми проблемами, а саме: прийняття рішень щодо регулятивних дій на регіональному РСТ не завжди враховує місцеві умови і забезпечує участь громадськості; неповно реалізується задекларована КМУ позиція щодо укладання договорів (контрактів) між ЦОВВ і органами місцевого самоврядування на виконання програмних заходів; взаємодія відбувається на формальній основі, без врахування інтересів (об'єднання програм) учасників ринку; відсутнє погодження позицій органів влади з місцевими бізнесовими та громадськими (недержавними) організаціями при прийнятті непопулярних рішень щодо усунення причин, які дестабілізують РСТ.

5. Економічний механізми регулювання РСТ за своєю суттю є дуалістичним: з одного боку, використання економічних важелів унеможливорює розгортання інфляційних процесів і обмежує монополістичну діяльність, а з другого – стимулює діяльність товаровиробників та створює сприятливе економічне середовище для реалізації економічних інтересів через державну політику підтримки та сприяння розвитку.

Економічне регулювання РСТ в основному реалізується через механізм цінового регулювання, спрямованого на підтримку доходів і платоспроможного попиту населення та фінансової і кредитної підтримки товаровиробників. Оцінка діючої практики цінового регулювання засвідчує домінування адміністративних підходів у стримуванні цін і відсутності таких механізмів як прогнозування цінової кон'юнктури і чинників, що обумовлюють цінову дестабілізацію на РСТ та впровадження попереджувальних заходів з метою запобігання викривленню ситуації з ціноутворенням. В напрямку кредитної підтримки товарної пропозиції проблемними питаннями як на загальнодержавному, так і регіональному рівнях є підвищення зацікавленості банків у співпраці з підприємницьким сектором. Обґрунтовано необхідність варіативного підходу до формування ідеології державної підтримки товарної пропозиції на РСТ. На регіональному рівні заходи економічного регулювання мають розроблятися з урахуванням регіональних особливостей функціонування РСТ, ресурсних можливостей розв'язання кризових ситуацій та цінової стабілізації.

6. Результативність регулювання РСТ можна оцінити шляхом побудови функціональної залежності, параметрами якої є: ступінь розмежування повноважень організаційних структур, які здійснюють регулювання РСТ; форми взаємодії між учасниками ринку і органами влади; ступінь нормативно-правового забезпечення системи регулювання РСТ, варіанти прийняття рішень. Особливістю регіональної моделі є врахування ступеню прямої участі центральних органів виконавчої влади у забезпеченні стабільності регіонального РСТ та ресурсних можливостей території розв'язувати кризові явища. Зважаючи на різноплановість елементів механізму регулювання РСТ, закладених в модель, відсутність критеріїв оцінки результативності та статистичної бази для їх аналізу, їхня оцінка має здійснюватися з використанням експертних методів.

Результати досліджень опубліковані в [132;184;188;189;191].

РОЗДІЛ 3

МЕХАНІЗМ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТА РОЗШИРЕННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

3.1. Вироблення нових концептуальних підходів до регулювання національних і регіональних ринків споживчих товарів

Необхідність вироблення нових концептуальних підходів до регулювання РСТ на національному і регіональному рівнях обумовлюється змінами в економічному середовищі та економічній кон'юнктурі унаслідок вступу України до СОТ; необхідністю прискорення децентралізації системи управління; посиленням регулюючих функцій ринкових механізмів та громадського регулювання. механізмів, вимогами до удосконалення державного регулювання, його розвитку. Їхня ефективність буде залежати від чіткого окреслення стратегічних цілей і завдань регулювання, формування основних методологічних підходів до його організації. Це обумовлює необхідність розроблення Концепції розвитку та регулювання ринку споживчих товарів, яка має стати важливим організаційним і економічним ресурсом, який дозволить органам управління сьогодні попереджати та унеможливити розгортання кризових явищ на окремих сегментах продовольчого ринку, а в майбутньому – сформуванню та реалізувати перспективну модель РСТ, орієнтовану на збалансований розвиток економічної системи країни та її регіонів, підвищення якості життя населення, ліквідацію структурних деформацій ринку, забезпечення конкурентоздатності товаровиробників. Водночас, Концепція має служити інструментом для вироблення державної політики регулювання РСТ на коротко- і довгострокову перспективу та забезпечуватися послідовними і узгодженими діями органів виконавчої влади, громадських організацій та бізнесовими структурами.

Концепція розвитку та регулювання ринку споживчих товарів розглядається нами як система поглядів на зміст і основні напрямки діяльності органів виконавчої влади щодо забезпечення стійкого розвитку РСТ та гарантування продовольчої безпеки.

З огляду на це, логічна послідовність формування Концепції має включати: діагностику проблем розвитку ринку споживчих товарів та їхніх економічних та соціальних наслідків для населення і економіки загалом; конкретизацію мети,

завдань та цілей розвитку РСТ, визначення пріоритетних варіантів його розвитку; вироблення механізму регулювання РСТ, який передбачає ефективне поєднання економічних, правових, та адміністративних інструментів впливу органів управління на ринок споживчих товарів; формування стратегій удосконалення регулювання РСТ; передбачення майбутніх результатів регуляторної діяльності та створення механізму гарантій досягнення бажаних параметрів національної та регіональної моделі РСТ.

Означені підходи дозволяють сформувати таку структуру Концепції розвитку та регулювання ринку споживчих товарів, взаємозв'язок структурних елементів якої проілюстровано на рис. 3.1.

Дослідження механізмів державного регулювання внутрішнього ринку України та систематизація завдань, які ставляться перед органами виконавчої влади, дозволяє окреслити коло основних завдань та пріоритетів, які визначають стратегічні, тактичні та локальні цілі регулювання ринку споживчих товарів. Перспективи розвитку ринку споживчих товарів в Україні на сьогодні можна окреслити за трьома стратегічними цілями: 1) випереджаючий розвиток та розширення ринку; 2) захист внутрішнього ринку; 3) підвищення конкурентності вітчизняного ринку споживчих товарів.

Зважаючи на те, що РСТ характеризується високою нестабільністю, означені стратегічні орієнтири потребують постійного уточнення, а механізми та напрямки досягнення кінцевих результатів підлягають аналізу, змістовній оцінці та корегуванню. Кожна із стратегічних цілей забезпечується системою конкретних тактичних цілей – комплексу послідовних дій та заходів, які дозволяють систематизувати підходи та спрямувати урядові дії на виконання завдань, окреслених на кожному конкретному етапі розвитку РСТ. По-суті, тактичні цілі визначають механізми реалізації стратегічних. Система локальних завдань – уточнюючих дій в кожній конкретній ситуації, має цільову спрямованість на безпосереднє розв'язання проблем, які виникають в процесі збалансування інтересів учасників ринку, породжених невизначеністю ринкової ситуації, конфліктністю інтересів, ризиків в реалізації завдань.

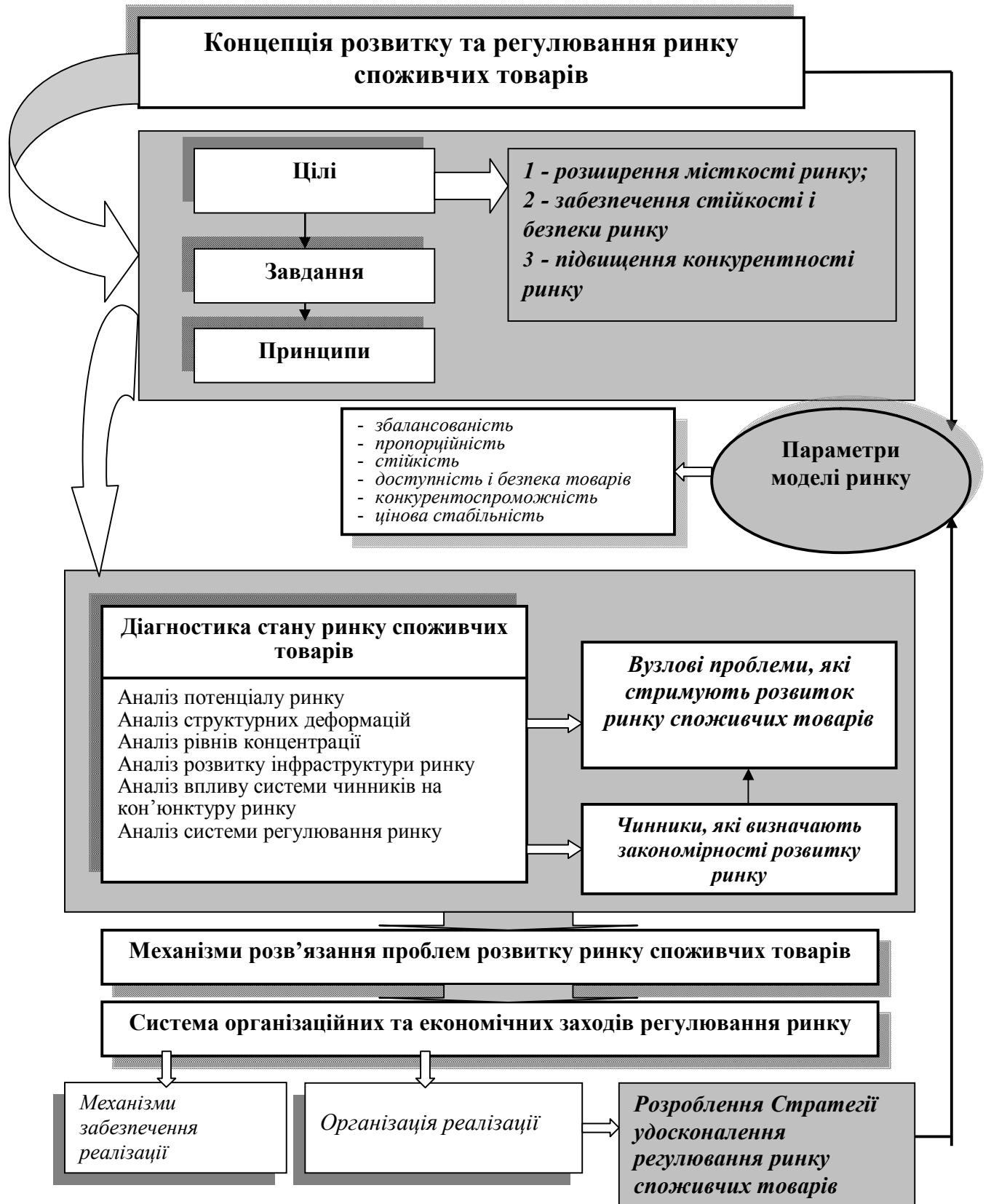


Рис.3.1. Рекомендована схема взаємозв'язків структурних елементів Концепції розвитку і регулювання ринку споживчих товарів та механізмів її реалізації

¹ Примітка. Складено автором.

Структуровану систему стратегічних, тактичних та локальних цілей регулювання РСТ в Україні можна представити наступним чином (табл.3.1).

Таблиця 3.1

Структуризація цілей державного регулювання розвитку ринку споживчих товарів¹

Стратегічні цілі	Тактичні цілі	Локальні цілі
1	2	3
1. Випереджаючий розвиток та розширення РСТ	<p>1.1. Розширення та підтримка стійкої товарної пропозиції, забезпечення конкурентноздатності вітчизняного виробництва споживчих товарів</p> <p>1.2. Структурна перебудова промислового та аграрного секторів з орієнтацією на виробництво товарів, які забезпечують життєві потреби населення.</p> <p>1.3. Формування ефективної цивілізованої торговельно-збутової інфраструктури</p> <p>1.4. Створення сприятливого інвестиційного клімату в сфері торговельної діяльності.</p> <p>1.5. Пожвавлення платоспроможного попиту населення</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Запровадження протекціоністських заходів щодо вітчизняного товаровиробника • Податкова та кредитна підтримка виробництва вітчизняних конкурентноздатних товарів • Розширення мережі сучасних прогресивних торгових закладів, адаптованих до світових стандартів • Залучення інвестицій, в т.ч. іноземних, в розбудову мережі торгових підприємств • Формування інформаційної системи маркетингу і моніторингу споживчого ринку
2. Захист внутрішнього РСТ	<p>2.1. Контроль за функціонуванням споживчого ринку, якістю та безпекою товарів.</p> <p>2.2. Захист вітчизняного виробника споживчих товарів</p> <p>2.3. Захист прав та інтересів споживачів</p> <p>2.4. Раціоналізація та збалансування власного виробництва та імпорту споживчих товарів</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Запобігання надходженню та реалізації неякісних, фальсифікованих та небезпечних для життя і здоров'я людини товарів • Створення умов для розвитку цивілізованих каналів реалізації товарів. • Упровадження стандартів і технічних умов на імпортовану продукцію та сучасних систем її сертифікації; уведення санітарно-ветеринарних норм • Державна експертиза вироблених та ввезених споживчих товарів • Запобігання надмірному імпорту окремих непродовольчих товарів шляхом їх квотування та антидемпінгових заходів
3. Підвищення конкурентності РСТ	<p>3.1. Стимулювання виробництва експортноздатних споживчих товарів</p> <p>3.2. Вступ України до СОТ</p> <p>3.3. Захист інтересів національних виробників споживчих товарів та сприяння їх закріпленню на традиційних і привабливих зовнішніх ринках</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Стимулювання розвитку підприємництва. • Податкова, кредитна та фінансова підтримка товаровиробників експортноздатних споживчих товарів. • Узгодження вітчизняних стандартів на споживчі товари з міжнародними • Узгодження норм щодо ведення торгівельної діяльності з міжнародними нормами • Формування мережі інформації про кон'юнктуру на зовнішніх ринках • Стимулювання експорту продуктів харчування через надання державної допомоги суб'єктам агропромислового комплексу

¹Примітка. Складено автором.

В контексті забезпечення державних стратегічних цілей розвитку внутрішнього ринку споживчих товарів, до таких цілей на регіональному рівні слід віднести: 1) розширення місткості ринку; 2) забезпечення стійкості і безпеки РСТ; 3) формування конкурентного ринку. Звідси випливає основне завдання регулювання РСТ, зміст якого полягає у виробленні та обґрунтуванні системи конкретних заходів, які дозволять забезпечити збалансований, стійкий та безпечний його розвиток і розширення, створення повноцінного соціально-орієнтованого ринкового середовища, спрямованого на повне задоволення попиту населення на споживчі товари в територіальних межах за доступними цінами та гарантованому рівні якості та безпеки товарів.

Досягнення визначених цілей пов'язане з вирішенням інших важливих завдань розвитку РСТ, а саме:

- створенням умов та підтримкою розвитку конкуренції на ринку шляхом формування необхідної інституційної та інфраструктурної бази;

- сприянням розширенню номенклатури та асортименту товарів, які виробляються на вітчизняних підприємствах;

- розвитком соціально-орієнтованої системи торговельного обслуговування, орієнтованої на обслуговування малозабезпечених громадян, інвалідів, ветеранів;

- формуванням регіональних стандартів торговельного обслуговування, які б забезпечували якість та безпеку споживчих товарів, дозволяли розвивати механізми саморегулювання ринку;

- забезпеченням оптимального розміщення мережі торговельних підприємств, які б забезпечували територіальну доступність товарів;

- посиленням захисту прав споживачів, контроль за якістю і безпекою споживчих товарів;

- формуванням єдиної інформаційної системи розвитку РСТ, інформаційним забезпеченням суб'єктів про його стан, проведенням моніторингу ринку, прогнозування кон'юнктури та цін; організацією маркетингової діяльності та створенням центру маркетингової інформації;

- формуванням цілісної системи регулювання РСТ, спрямованої на стабільне функціонування ринкових механізмів, поживлення платоспроможного попиту, розширення товарної пропозиції, захист прав споживачів;

– забезпеченням взаємодії між учасниками ринку, органами виконавчої влади, органами місцевого самоврядування, об'єднаннями товаровиробників, науковими установами, громадськими організаціями щодо розв'язання проблем функціонування РСТ.

Важливою складовою формування Концепції є визначення базових принципів, які закладаються в основу впливу на механізми функціонування ринку споживчих товарів. Такі принципи повинні узгоджуватися з принципами формування, організації і функціонування ринку (див. рис.1.13, §1.3,) і ґрунтуватися на засадах:

– пріоритетності, що дозволяє встановити, що є основним у функціонуванні ринку та його основних сегментів: – задоволення першочергових потреб населення, забезпечення соціальної стабільності чи зниження соціальної напруженості в суспільстві, продовольча безпека чи підтримання високого рівня достатку та задоволення потреб в елітних товарах;

– комплексності, який передбачає цілісний характер розв'язання соціальних і економічних проблем функціонування РСТ і економіки загалом. Це забезпечить скоординовані зусилля усіх державних структур (центральної та місцевих органів виконавчої влади), органів місцевого самоврядування, а також громадських організацій щодо реалізації основних цілей, завдань та пріоритетів політики розширення ринку споживчих товарів ;

– гарантованості, що обумовлює обов'язкове виконання всіма суб'єктами господарювання на ринку взятих на себе зобов'язань для досягнення поставленої мети, що ґрунтується на узгодженні їхніх інтересів;

– розумної достатності, що передбачає використання механізмів регулювання та інструментів впливу в межах, що не підміняють механізми ринкової конкуренції, а, навпаки, сприятимуть реалізації поставлених завдань та досягнення цілей.

До основних принципів регулювання РСТ слід віднести: використання переважно економічних механізмів регулювання; визначення оптимальних меж втручання в ринкові механізми; забезпечення взаємодії між учасниками ринку; інформаційне забезпечення учасників ринку; координацію діяльності виробництва споживчих товарів; захист прав споживачів; моніторинг регіонального ринку споживчих товарів; прогнозування ринкової ситуації та попередження розгортання кризових явищ на окремих сегментах РСТ.

Означені цілі, завдання та принципи мають бути вихідною позицією у формуванні моделі ринку споживчих товарів. Критерієм оптимальності її побудови є забезпечення ефективності процесів відтворення – виробництва, обміну, розподілу і споживання товарів, а параметрами, які її характеризуватимуть, будуть: збалансованість, пропорційність, стійкість, цінова стабільність, доступність і безпека товарів, їхня конкурентоспроможність.

Визначення вузлових проблем, які стримують розвиток РСТ, ґрунтується на проведенні комплексного аналізу ринку та механізмів його регулювання. В розділі 2 дисертації були окреслені напрямки такого аналізу та зроблені аналітичні оцінки щодо загальних тенденції і структурних трансформацій на ринку, механізмів організаційного і економічного регулювання. В контексті проведення такого аналізу можна виокремити сильні та слабкі сторони РСТ та окреслити можливості і перешкоди, які обумовлюватимуть реалізацію політики забезпечення стійкого та збалансованого розвитку РСТ. Використання елементів SWOT-аналізу (табл.3.2) дозволяє констатувати, що основними загрозами на ринку в сучасних умовах є загрози внутрішнього характеру (високий рівень самозабезпечення населення, деформована структура споживання, адміністративне регулювання цін на основні групи продовольчих товарів, інфляційні очікування громадян) та загрози зовнішнього впливу (політична нестабільність, енергетична криза).

До таких висновків підводять і експертні оцінки, які нами були узагальнені на основі проведеного опитування групи спеціалістів. До складу експертів загальною кількістю 80 чол., залучених до опитування., входили фахівці Головного управління економіки, Управління переробної і харчової промисловості, Головного управління сільського господарства та продовольства, Управління з питань внутрішньої політики, Державної інспекції з контролю за цінами, Державного центру стандартизації, сертифікації і метрології, Управління з питань захисту прав споживачів, міської ради, керівників підприємств, які виробляють споживчі товари, представники торговельних організацій та основних ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів, обласної споживчої спілки, науковці. В процедуру опитування був покладений метод бальних оцінок. На основі встановленої шкали оцінок від 1 до 100 експертами були висловлені думки щодо вагомості впливу основних внутрішніх і зовнішніх чинників на

Переваги та загрози розвитку ринку споживчих товарів на регіональному рівні (SWOT-аналіз)¹

Чинники	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішні	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Висока місткість регіонального ринку споживчих товарів ▪ Високий рівень споживчого потенціалу ринку, позитивна динаміка зростання реальних доходів населення ▪ Підтримка та стимулювання розвитку підприємництва з боку місцевої влади ▪ Покращення матеріально-технічної бази внутрішньої торгівлі ▪ Підтримка місцевою владою ринкових перетворень 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Низький платоспроможний попит населення ▪ Високий рівень диференціації населення за доходами і витратами ▪ Нераціональне розміщення об'єктів торгівлі, втрата спеціалізації торговельних підприємств ▪ Низький технічний рівень виробництва споживчих товарів ▪ Відсутність маркетингових центрів та прогнозів кон'юнктури ринку ▪ Відсутність цілісної регіональної політики розвитку ринку
Зовнішні	Стабільність національної грошової одиниці, валюти	Високі податки, розширення монетарної бази, непрогнозована митна політика, обмеження в зовнішньоекономічній діяльності
	Можливості	Загрози
Внутрішні	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Достатній виробничий потенціал для розширення товарної пропозиції на ринку продовольчих товарів ▪ Активізація платоспроможного попиту ▪ Залучення інвестицій в технічне переоснащення виробництва ▪ Податкова та кредитна підтримка місцевого товаровиробника ▪ Розвиток конкурентного середовища, оптимізація комерційних зв'язків 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Високий рівень самозабезпечення населення ▪ Велика кількість посередницьких структур в забезпеченні торгівлі товарами ▪ Деформована структура виробництва товарів і споживання ▪ Адміністративне регулювання цін на основні групи продовольчих товарів ▪ Інфляційні очікування громадян ▪ Низький рівень інформаційного забезпечення учасників ринку
Зовнішні	Державна підтримка виробництва конкурентоздатних товарів, митне регулювання експорту та імпорту	Політична нестабільність, енергетична криза, нестабільність міждержавних відносин

¹Примітка: Складено автором за результатами аналізу.

перспективи розвитку РСТ в регіональному розрізі. Узагальнення результатів опитування, представлених в табл. 3.3., засвідчує переважання стримуючих чинників перспективного розвитку регіональних ринків споживчих товарів та наявність суттєвих перешкод стабільного функціонування ринкових механізмів.

Проведені експертні оцінки дозволили концептуально окреслити вузлові проблеми, які стримують розвиток ринку споживчих товарів.

1) відсутність цілісної державної і регіональної політики розвитку ринку споживчих товарів. За останні роки були втрачені важелі реального впливу органів виконавчої влади всіх рівнів на стан РСТ, послабилася увага до розв'язання системних проблем розвитку інфраструктури ринку, прозорості товарного наповнення, що призвело до тінізації ринку, реалізації контрафактних і фальсифікованих товарів.

2) нерозвиненість інформаційної системи та її слабка доступність для суб'єктів ринку, відсутність взаємодії торговельних підприємств з виробниками споживчих товарів та споживачами, що посилює ринкову невизначеність. Сьогодні практично

Вагомість впливу стимулюючих і стримуючих чинників на перспективний розвиток регіональних ринків споживчих товарів, визначених на основі узагальнення експертних оцінок¹

Рівень	Чинники стимулюючого впливу	Експерт на оцінка (середні бали)	Рейтинг	Рівень	Чинники стримуючого впливу	Експерт на оцінка (середні бали)	Рейтинг
	<i>Позитивні перспективи</i>				<i>Негативні перспективи</i>		
1.1	Висока місткість ринку	83	1	2.1	Низький платоспроможний попит населення	72	5
1.2	Високий рівень споживчого потенціалу ринку, позитивна динаміка зростання доходів	70	4	2.2	Високий рівень диференціації населення за доходами і витратами	60	7
1.3	Підтримка та стимулювання розвитку підприємництва з боку місцевої влади	62	5	2.3	Нераціональне розміщення об'єктів торгівлі, втрата спеціалізації торгових підприємств	71	6
1.4	Покращення матеріально-технічної бази торгівлі	80	2	2.4	Низький технічний рівень виробництва споживчих товарів	84	2
1.5	Підтримка місцевою владою ринкових перетворень	57	6	2.5	Відсутність маркетингових центрів та прогнозів ринку	81	4
1.6	Стабільність національної грошової одиниці, валюти	74	3	2.6	Відсутність цілісної регіональної політики розвитку ринку	92	1
				2.7	Високі податки, розширення монетарної бази, не прогнозована митна політика	82	3
	<i>Можливості</i>				<i>Перешкоди</i>		
3.1	Достатній виробничий потенціал для розширення товарної пропозиції на ринку продовольчих товарів	80	1	4.1	Високий рівень самозабезпечення населення	58	6
3.2	Активізація платоспроможного попиту	56	5	4.2	Велика кількість посередницьких структур в забезпеченні торгівлі товарами	70	5
3.3	Залучення інвестицій в технічне переоснащення виробництва	74	3	4.3	Деформована структура виробництва і споживання	86	2
3.4	Податкова та кредитна підтримка місцевого товаровиробника	77	2	4.4	Адміністративне регулювання цін на основні групи продовольчих товарів	78	4
3.5	Розвиток конкурентного середовища, оптимізація комерційних зв'язків	68	4	4.5	Інфляційні очікування громадян	54	7
3.6	Державна підтримка виробництва конкурентноздатних товарів, митне регулювання експорту та імпорту	55	6	4.6	Низький рівень інформаційного забезпечення учасників ринку	80	3
				4.7	Політична нестабільність, енергетична криза, нестабільність міждержавних відносин	92	1

¹ Примітка. Складено на основі узагальнень експертних опитувань.

відсутній моніторинг кон'юнктури ринку, проведення маркетингових досліджень, прогнозування основних тенденцій на ринку.

3) недосконалість розвитку торговельної інфраструктури, і, передусім, гуртової торгівлі, нераціональне розміщення мережі роздрібної торгівлі і ринків.

4) структурна деформація товарної пропозиції на РСТ, розбалансування окремих його сегментів, розширення тіньового сектору. Структура виробництва споживчих товарів не відповідає структурі платоспроможного попиту, товарна пропозиція формується переважно за рахунок зовнішніх джерел.

5) цінова дестабілізація основних сегментів ринку продовольчих товарів, недостатність контролю за якістю і безпекою товарів.

6) низький рівень платоспроможного попиту, значна диференціація населення за рівнем доходів та витрат.

Проведена в §2.1 дисертаційної роботи діагностика стану РСТ дозволила виокремити групи чинників, які впливають на формування ринкових пропорцій на РСТ та обумовлювали певні тенденції. Зважаючи на напрям та характер їхнього впливу, можна структурувати їх за такими ознаками: 1) макроекономічні чинники; 2) чинники, які лежать в площині відтворювального процесу; 3) чинники, які визначають середовище функціонування ринку споживчих товарів. Разом з тим, кожна така група включає більш деталізований перелік чинників, які мають певне спрямування і відіграють домінуючу роль в процесах структуризації ринку, формуванні основних його пропорцій, визначенні закономірностей розвитку (див. додаток Н).

Існування та посилення впливу чинників, які перешкоджають розвитку РСТ, веде до наступних вірогідних небезпек і ризиків:

– відсутність комплексності у реалізації заходів щодо запобігання можливих проявів криз на продовольчому сегменті ринку та відсутність реальних механізмів фінансування державних і регіональних закупівель, здійснення інтервенційних процедур обумовлює прояви дестабілізації на РСТ загалом, виникнення соціальних проблем, зниження рівня продовольчої безпеки;

– відсутність належного планування та контролю за розвитком торговельної мережі, що призводить до формування неефективного територіального розміщення підприємств торгівлі, частого порушення принципів соціальної захищеності громадян, незручної інфраструктури об'єктів торгівлі і як наслідок – низьких показників ефективності їх господарської діяльності. Стихійність розвитку торговельної мережі не сприяє підвищенню рівня інвестиційної привабливості загалом.

– відсутність достатнього державного контролю за розвитком РСТ, яка є причиною зменшення надходжень до бюджету за рахунок значних обсягів неконтрольованої торгівлі у невстановлених місцях; невпорядкованість торгівлі споживчими товарами, що призводить до утворення цінових перекосів;

– недостатній рівень інформованості споживачів про реальні споживчі властивості товарів, продаж контрабандних, контрафактних, фальсифікованих чи неякісних товарів, що веде до погіршення здоров'я споживачів, відсутність належного контролю за рухом товарів та грошей на ринках, через що відбувається послаблення конкурентоспроможності і захищеності вітчизняного товаровиробника та посередника, в тому числі за рахунок можливості неконтрольованої інтервенції іноземних товарів за демпінговими цінами у мережі продовольчих ринків;

– непослідовна цінова політика та відсутність реальних важелів впливу на зниження цін на споживчі товари, які спричиняють подальше зростання витрат домогосподарств, зниження реальних доходів населення, зменшення рівня довіри до органів влади, загострення соціальних проблем.

Розв'язання означених проблем та попередження ризиків функціонування РСТ вимагає прийняття дієвих регулятивних заходів стратегічного і тактичного характеру та розроблення механізмів їхньої реалізації. Така вимога дозволяє окреслити систему основних завдань органів виконавчої влади на національному і регіональному рівнях щодо створення умов розвитку РСТ, його стабілізації, захисту та підвищення конкурентності.

Стабілізаційні заходи лежать в площині цінового регулювання, товарного і структурного збалансування ринку, підвищення ефективності діяльності інфраструктури ринку споживчих товарів. Цінова стабілізація має забезпечуватися ефективним використанням інструментів товарної та фінансової інтервенції на РСТ, впровадженням системи цінової підтримки, організації постійного моніторингу за динамікою цін, регулюванням цін на соціально значущі товари. В основу збалансування попиту і пропозиції слід закласти механізми врівноваження ринку шляхом розроблення балансів основних продовольчих і непродовольчих товарів. Світовою практикою нагромаджено значний позитивний досвід збалансування ринкових механізмів. Найбільш поширеними з них є: обґрунтування і впровадження верхньої і нижньої межі цін (або „коридору” цін), які підтримуються фінансовою і

товарною інтервенційною діяльністю органів влади; створення стабілізаційного фонду для забезпечення РСТ (особливо на продовольчому сегменті ринку) від кризових ситуацій, зниження пропозиції у неврожайні роки та захисту виробників і споживачів від спекулятивних дій посередників; контроль за демпінговими діями трейдерів-монополістів на ринку.

Важливою умовою стабілізації РСТ є підвищення ефективності діяльності торговельної інфраструктури на основі сприяння її технічній переоснащеності, підвищенню фінансових результатів роботи, скороченні неорганізованих каналів реалізації споживчих товарів, впорядкуванню розміщення об'єктів торгівлі. Метою заходів цього напрямку має бути посилення активної участі органів влади у процесах розвитку інфраструктури РСТ та формування такої моделі розміщення мережі торговельних підприємств, яка б підвищила їхню територіальну доступність, і, передусім, для сільського населення.

Важливими завданнями поживлення РСТ та його розвитку повинні стати заходи, спрямовані на розширення товарної пропозиції, стимулювання платоспроможного попиту, розвиток ринкової та торговельної інфраструктури.

Збільшення пропозиції споживчих товарів та розширення їхнього асортименту лежить в площині структурної перебудови реального сектору економіки країни, і, передусім, в регіонах. Ця проблема обумовлює необхідність формування оптимальної структури регіонального виробництва, яка дозволить в структурі пропозиції розширювати та підтримувати сталу частку продукції місцевого товаровиробника, підвищити конкурентоспроможність, урізноманітнити асортимент та якісні характеристики товарів. Так, зокрема, пріоритетними напрямками структурної переорієнтації економіки Тернопільської області слід вважати розвиток переробної промисловості і, передусім, виробництво продовольчих товарів; галузей легкої промисловості; виробництво побутової електротехніки. Це дозволить збільшити сегменти окремих непродовольчих товарів, ресурсні можливості для виробництва яких є достатніми.

Стимулювання споживчого попиту передбачає діяльність органів виконавчої влади щодо зростання реальних грошових доходів населення, підвищення платоспроможного попиту, зменшення рівня оподаткування доходів громадян.

Захист РСТ передбачає реалізацію переважно контрольних заходів, в основі яких має лежати контроль за якістю і безпекою товарів, ціноутворенням на основні споживчі товари, діяльністю ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів, гарантування продовольчої безпеки населення. В контексті цих завдань особливої актуальності набувають питання захисту прав та інтересів споживачів. Пріоритетним напрямом розв'язання означених проблем має стати сприяння у впровадженні систем управління якістю в процесі виробництва, реалізації та зберігання товарів; державна стандартизація, сертифікація та експертиза споживчих товарів, залучення та активізація діяльності громадських організацій до контролю за якістю товарів.

Підвищення конкурентності РСТ можна трактувати як здатність органів виконавчої влади створити зовнішні і внутрішні умови, які дадуть можливість вітчизняним товаровиробникам виготовляти конкурентоспроможні товари не лише на території країни, але й на міжнародних ринках, а для населення – підвищувати доходи та якість життя. Основним завданням зростання конкурентних можливостей товаровиробників, які формують товарну пропозицію на РСТ, є підвищення якості управління виробництвом, впровадження систем управління якістю, активізація інноваційно-інвестиційної діяльності, детермінантом яких має виступати державна політика підтримки внутрішнього конкурентного середовища та прискорення інституційних перетворень в економіці.

Розвиток підприємництва відіграє домінуючу роль в наповненні ринку конкурентними товарами. В цьому контексті в центрі уваги мають бути питання підтримки товаровиробника шляхом надання якісних управлінських послуг; фінансово-кредитної підтримки (на регіональному рівні – впровадити гнучкі системи преференцій щодо місцевих податків, створити дієві системи фінансово-кредитних гарантій та здешевлення кредитів, надавати пільги в оренді приміщень); впровадження державного і регіонального замовлення для виробництва соціально-важливих товарів; вдосконалення інституційних засад розвитку підприємництва (зниження бюрократичних і адміністративних витрат для організації нових виробництв, створення організаційних механізмів прискорення адаптації виробників до внутрішніх і зовнішніх впливів).

Формування сприятливого інвестиційного клімату дозволить розширити джерела інвестування в розвиток торговельної діяльності та формування інфраструктури РСТ, виробництво споживчих товарів та поліпшення їхніх споживчих характеристик. Посилення ролі органів виконавчої влади в активізації інвестиційної діяльності має забезпечуватися шляхом сприяння у розробленні інвестиційних проектів; рекламно-інформаційній підтримці; створенні комісій з питань залучення іноземних інвестицій; сприяння розвитку ринкової інфраструктури (консалтингових груп, аудиторських фірм, маркетингових організацій).

Побудова моделі регулювання РСТ, що закладається в Концепцію, має ґрунтуватися на таких засадах:

- обґрунтованість і об'єктивність заходів регулювання РСТ; гармонізація механізмів регулювання із загальними принципами і нормами міжнародних вимог, і, зокрема, вступу України до СОТ;

- виключення необґрунтованого втручання органів виконавчої влади в механізми функціонування РСТ, прогнозування економічних і соціальних наслідків реалізації регулятивних заходів; використання переважно економічних інструментів регулювання РСТ ;

- поєднання інтересів органів управління, товаровиробників, посередників та споживачів товарів;

- відповідальність органів виконавчої влади за гарантування безпеки споживчих товарів, захист ринку від надходження неякісних та фальсифікованих товарів.

В ситуації, що склалася, регулювання РСТ може здійснюватися за трьома варіантами, які визначатимуть альтернативні траєкторії майбутнього його розвитку.

Перший варіант може реалізуватися на принципах активного реагування на прояви кризових ситуацій на РСТ та їхнього попередження і передбачати оперативне втручання органів влади в цінову політику шляхом погашення цінових коливань та диспропорцій, забезпечення товарного наповнення ринку, його структурного збалансування. В цьому випадку РСТ буде функціонувати в умовах невизначеності, ручного управління ринковими процесами, переважання адміністративних важелів

впливу на проблемні ситуації. Значний вплив на його розвиток матимуть політичні чинники.

Другий варіант передбачає використання переважно економічних механізмів регулювання, пов'язаних з фінансовою і кредитною підтримкою, податковим стимулюванням виробництва споживчих товарів, використанням інструментів регіонального замовлення. Даний варіант дозволяє активізувати товаровиробника, підвищити рівень виробництва споживчих товарів, однак реальність впливу на ринкові процеси буде залежати від можливостей державного і, передусім, місцевого бюджету, ресурси якого є обмеженими. Такий сценарій розвитку може призвести до споживацького характеру відносин влади і бізнесу, де товаровиробник розраховує лише на ресурсну підтримку, не розвиваючи власні конкурентні можливості.

Третій варіант виходить з національних інтересів стійкого економічного зростання і ґрунтується на створенні максимально сприятливих умов для відродження і розвитку конкурентного виробництва, формування конкурентного середовища, підвищення платоспроможного попиту. Такі підходи передбачають вироблення стратегічних рішень щодо структурної перебудови економіки та реструктуризації виробництва, розширення товарної пропозиції за рахунок власних джерел, активізації і покращання структури споживання, гарантування економічної і фізіологічної доступності товарів всім категоріям населення. Сценарій майбутнього розвитку РСТ за третім варіантом, на наш погляд, є оптимальним, оскільки дозволяє розвивати механізми саморегулювання ринку, поєднуючи їх з коригуючими діями органів влади.

Реалізація означених вище завдань має здійснюватися шляхом розроблення Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів, яка має бути, по-суті, організаційною складовою Концепції розвитку і регулювання ринку споживчих товарів. Змістовно вона повинна відповідати Стратегії соціально-економічного розвитку країни і ґрунтуватися на положеннях Концепції Державної програми розвитку внутрішнього ринку України та Концепції розвитку внутрішньої торгівлі України.

Головними завданням Стратегії є всебічне стимулювання процесів формування цивілізованого РСТ з метою задоволення потреб населення в якісних товарах, а також створення умов розширеного відтворення внутрішньої торгівлі і галузей, які

виробляють споживчі товари. Звідси, Стратегія удосконалення регулювання спрямовується на:

- оптимізацію структурних пропорцій РСТ, в т.ч. розширення сегменту товарів вітчизняного виробництва;
- розширення місткості ринку та розширення джерел пропозиції;
- підтримку експансії вітчизняних товаровиробників на нові ринки, що передбачає підвищення конкурентоспроможності виробництва;
- посилення захисту та продовольчої безпеки громадян.

Це в сукупності окреслює стратегічні пріоритети регулювання РСТ. Процес побудови Стратегії передбачає таку етапність дій:

- визначення цільових векторів та стратегічних пріоритетів вдосконалення регулювання РСТ;
- формування відповідно до означеної стратегії регулювання програми дій органів виконавчої влади та вироблення механізмів досягнення стратегічних завдань;
- прогнозування економічних і соціальних наслідків реалізації регулятивних заходів;
- вироблення механізмів забезпечення реалізації Стратегії вдосконалення регулювання РСТ.

Етапи формування та реалізації Стратегії вдосконалення регулювання РСТ ілюструє рис. 3.2.

Пропонована Стратегія удосконалення регулювання РСТ є гнучкою та диверсифікованою, тобто включає декілька рівноцінних і взаємозв'язаних цільових векторів, які, маючи чітко окреслені цілі, взаємодоповнюють і взаємообумовлюють один одного, формуючи певну модель ринку. Цільові орієнтири необхідно періодично уточнювати залежно від змін ринкової ситуації та впливу зовнішніх чинників.

З метою структуризації управлінської діяльності доцільно виокремити наступні цільові вектори Стратегії удосконалення регулювання РСТ:

- 1 – забезпечення стабілізації і збалансування ринку (стратегія стабілізації);
- 2 – розвиток і розширення ринку споживчих товарів (стратегія розвитку);
- 3 – захист та безпека ринку споживчих товарів (стратегія захисту);
- 4 – підвищення конкурентності ринку (конкурентна стратегія).

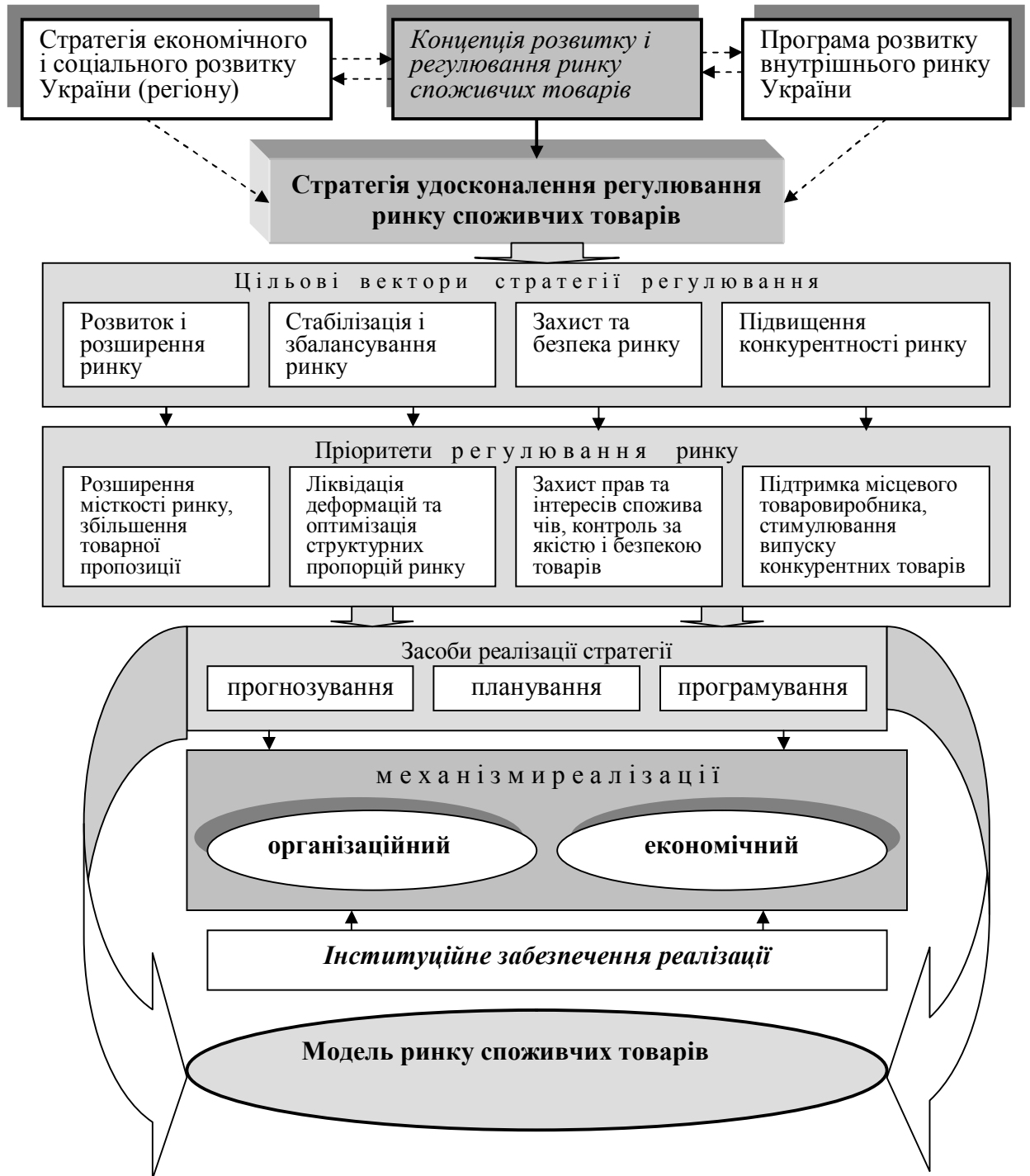


Рис.3.2. Пропоновані основні етапи формування і реалізації Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів

Примітка. Складено автором.

Систему цілей та шляхів їхнього досягнення за означеними варіантами стратегій регулювання ринку проілюструємо на рис. 3.3.

Кожен з означених стратегічних напрямів має ґрунтуватися на визначенні



Рис. 3.3. Структуризація напрямків реалізації цільових орієнтів Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено автором.

можливих шляхів досягнення цілей регулювання та механізмів їхньої реалізації. Це дозволяє конкретизувати підходи та спрямувати зусилля органів виконавчої влади на виконання стратегічних завдань регулювання РСТ. Слід наголосити на тому, що такі заходи мають узгоджуватися з можливостями їхнього ресурсного забезпечення та опиратися на співпрацю з громадськими організаціями і бізнесовими структурами.

Стратегія стабілізації є вихідною в загальній системі здійснення регулятивних дій, оскільки дозволяє забезпечити стійкість ринкових механізмів та ліквідувати структурні деформації і має здійснюватися на першому етапі реалізації Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів. Очікуваними результатами її реалізації є попередження різких коливань цін на споживчі товари, поліпшення цінової кон'юнктури ринку, забезпечення товарної і структурної відповідності попиту і пропозиції, оптимізація структурних пропорцій ринку споживчих товарів, підвищення територіальної доступності придбання товарів (табл. 3.4).

Механізми та очікувані результати реалізації заходів щодо стабілізації і збалансування ринку споживчих товарів¹

Основні напрямки реалізації стратегії	Організаційні та економічні механізми реалізації	Очікувані результати реалізації заходів
1.1. Цінова стабілізація	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Проведення товарних та фінансових інтервенцій на ринку споживчих товарів ▪ цінова підтримка виробників ▪ організація постійного моніторингу цін ▪ встановлення фіксованих цін на споживчих товарів 	<ul style="list-style-type: none"> Попередження різких коливань цін Забезпечення цінової доступності товарів Поліпшення цінової кон'юнктури
1.2. Збалансування попиту і пропозиції	<ul style="list-style-type: none"> ▪ проведення товарних інтервенцій на ринку ▪ розроблення балансів основних продовольчих і непродовольчих товарів ▪ створення стабілізаційних фондів 	Товарна і структурна відповідність попиту і пропозиції споживчих товарів
1.3. Підвищення ефективності діяльності інфраструктури РСТ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ розроблення схем розміщення мережі торговельних підприємств ▪ впровадження системи реєстру торговельних підприємств ▪ стимулювання перетворення товарних ринків в сучасні торговельні комплекси ▪ раціоналізація і інтенсифікація товароруку та розширення каналів реалізації товарів 	<ul style="list-style-type: none"> Формування цивілізованої торговельної інфраструктури Скорочення неорганізованих каналів реалізації товарів Впорядкування розміщення об'єктів торгівлі Підвищення територіальної доступності торговельних підприємств

¹Примітка. Складено автором.

В основу реалізації стратегії розвитку доцільно покласти систему регулятивних заходів, які визначатимуть майбутні тенденції і динаміку розширення місткості ринку споживчих товарів в регіоні, і мають здійснюватися як на початковій, так і завершальній стадії реалізації Стратегії. Це обумовлено тим, що розв'язання проблем підтримки внутрішньої конкуренції, розширення виробництва на власній ресурсній основі, структурної перебудови реального сектору економіки та формування сприятливого інвестиційного клімату є пріоритетними в реалізації економічної політики і виступають об'єктами безпосереднього втручання органів влади. Результатом реалізації означених в табл. 3.5 регулятивних заходів щодо розвитку РСТ буде: активізація підприємницької діяльності у сфері виробництва споживчих товарів; розширення сегменту товарів вітчизняного, в т.ч. місцевого, виробництва; підвищення рівня самозабезпеченості країни та її регіонів за основними видами продовольчих товарів; адаптація структури виробництва споживчих товарів до зовнішніх і внутрішніх умов; активізація інвестиційної діяльності, спрямованої на виробництво наукомістких і конкурентноздатних споживчих товарів.

Таблиця 3.5.

Механізми та очікувані результати реалізації заходів щодо розвитку і розширення ринку споживчих товарів¹

Основні напрямки реалізації стратегії	Організаційні та економічні механізми реалізації	Очікувані результати реалізації заходів
2.1. Підтримка та розвиток підприємництва	<ul style="list-style-type: none"> ▪ впровадження гнучкої системи преференцій щодо податків ▪ створення системи фінансово-кредитних гарантій та здешевлення кредитів ▪ надання пільг в оренді приміщень ▪ впровадження державного і регіонального замовлення за найбільш значущими товарами ▪ зниження бюрократичних і адміністративних витрат для організації нових виробництв ▪ надання якісних управлінських послуг бізнесу 	<p>Доступність управлінських послуг, простота та прозорість дозвільних процедур організації виробництва</p> <p>Активізація підприємницької діяльності у сфері виробництва споживчих товарів</p> <p>Збільшення додаткової кількості робочих місць</p>
2.2. Розширення виробництва на власній ресурсній базі	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Збільшення частки місцевого виробництва споживчих товарів ▪ сприяння технічній та технологічній переоснащеності виробництва споживчих товарів 	<p>Розширення сегменту товарів вітчизняного виробництва</p> <p>Підвищення споживчих характеристик товарів</p>
2.3. Підвищення платоспроможного попиту	<ul style="list-style-type: none"> ▪ підвищення реальних грошових доходів населення ▪ спрощення доступності до споживчого кредиту ▪ розширення системи адресних допомог на придбання товарів малозабезпеченим громадянам 	<p>Зростання обсягів роздрібного товарообороту</p> <p>Підвищення рівня споживання</p> <p>Розширення споживчого попиту</p>
2.4. Структурна перебудова реального сектору економіки	<ul style="list-style-type: none"> ▪ визначення пріоритетів структурної переорієнтації виробництва відповідно до потреб споживачів ▪ формування оптимальної структури виробництва споживчих товарів ▪ фінансування пріоритетних виробництв ▪ сприяння в реструктуризації виробництва та оновленні асортименту споживчих товарів 	<p>Підвищення рівня виробництва продовольчих товарів, сільськогосподарської продукції</p> <p>Адаптація структури виробництва споживчих товарів до зовнішніх і внутрішніх умов</p>
2.5. залучення інвестицій у виробництво споживчих товарів	<ul style="list-style-type: none"> ▪ сприяння підприємствам у розробленні інвестиційних проектів ▪ рекламно-інформаційна підтримка ринку ▪ податкова та кредитна підтримка реалізації інвестиційних проектів 	<p>Розвиток інвестиційного потенціалу підприємств з виробництва споживчих товарів, розширення джерел інвестування</p>

¹Примітка. Складено автором.

Основною метою реалізації стратегії захисту і безпеки РСТ є створення адаптованої до вимог СОТ сучасної системи захисту прав і інтересів споживачів, що сприятиме безпеці життя і здоров'я людини та її діяльності. Реалізація цього завдання вимагає від органів влади здійснення активної політики щодо контролю за безпекою товарів, створення ефективних та доступних кожному громадянину механізмів захисту його прав, гарантування продовольчої безпеки громадян. Досягти позитивних результатів тут можна за умови консолідації зусиль як центральних так і регіональних органів виконавчої влади за активної участі громадських організацій. Пропоновані шляхи підвищення системи захисту і безпеки РСТ дозволять змінити підходи до механізмів його здійснення, які включатимуть заходи попередження надходження на ринок неякісних і фальсифікованих споживчих товарів, підвищення рівня інформованості населення щодо їхніх прав, введення в практику діяльності органів

виконавчої влади проведення виїзних засідань з метою своєчасного реагування на скарги громадян щодо порушення їхніх прав; вироблення скоординованих заходів і планування спільних дій щодо виявлення та вилучення з обігу фальсифікованих товарів (табл.3.6).

Таблиця 3.6.

Механізми та очікувані результати реалізації регулятивних заходів щодо захисту і безпеки ринку споживчих товарів¹

Основні напрямки реалізації стратегії	Організаційні та економічні механізми реалізації	Очікувані результати реалізації заходів
3.1 Контроль за ринком споживчих товарів	<ul style="list-style-type: none"> ▪ контроль за якістю і безпекою товарів ▪ контроль за ціноутворенням на основні споживчі товари, ▪ контроль за діяльністю ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів ▪ державна стандартизація, сертифікація та експертиза споживчих товарів ▪ впровадження систем управління якістю в процесі виробництва, реалізації та зберігання товарів 	Посилення контролю за якістю і безпекою товарів Захист ринку споживчих товарів від поступлень фальсифікованих і контрафактних товарів Забезпечення відповідності вироблених і реалізованих товарів вимогам державної стандартизації
3.2. Захист прав споживачів	<ul style="list-style-type: none"> ▪ встановлення вимог до якості споживчих товарів ▪ правовий захист прав споживачів ▪ інформування населення про якісні характеристики товарів та їхні права ▪ організація спільних заходів щодо виявлення та вилучення з обігу неякісних і фальсифікованих товарів ▪ проведення виїзних засідань з метою реагування на скарги громадян 	Підвищення якості роботи щодо захисту прав споживачів Залучення громадських організацій до контролю за якістю товарів та активізація їхньої діяльності
3.3. Гарантування продовольчої безпеки населення	<ul style="list-style-type: none"> ▪ забезпечення відповідності фактичного рівня харчування населення регіону раціональним нормам ▪ забезпечення фізіологічної і економічної доступності продовольчих товарів всім категоріям населення ▪ розроблення балансів виробництва і споживання продовольчих товарів ▪ формування продовольчих фондів основних споживчих товарів 	Підтримання відповідного рівня продовольчого забезпечення населення Попередження продовольчих криз на ринку споживчих товарів

¹Примітка. Складено автором.

Очікуваними результатами реалізації стратегічних заходів захисту і безпеки ринку споживчих товарів будуть забезпечення відповідності вироблених і реалізованих товарів вимогам державної стандартизації, підвищення якості роботи органів влади щодо захисту прав споживачів, підтримання відповідного рівня продовольчого забезпечення населення.

Підвищення конкурентності РСТ має стати завершальним етапом реалізації стратегії його регулювання. В основі цієї стратегії має лежати формування такої моделі ринку, яка б мала як внутрішнє, так і зовнішнє спрямування, а саме, дозволяла реалізувати конкурентні переваги економіки країни і її регіонів. Особливої значущості в контексті зовнішньої орієнтації набуває продовольчий сегмент РСТ, для розвитку якого є всі ресурсні можливості (сировинні, технологічні, трудові, інформаційні). Для реалізації такої моделі необхідно впровадити систему стимулюючих заходів,

спрямованих на підтримку місцевого товаровиробника, нарощення експортного потенціалу виробництва товарів; мінімізацію негативних наслідків вступу України до СОТ. Зокрема, в основу можливих шляхів мінімізації втрат від вступу України до СОТ слід закласти механізми захисту національного внутрішнього ринку, шляхом використання механізмів митного регулювання, які відповідають вимогам СОТ, технічного регулювання, які реалізуються на загальнодержавному рівні; підтримку впровадження сучасних систем управління якістю виробництва споживчих товарів; підвищення якості і ефективності органів влади на всіх рівнях щодо створення сприятливого регуляторного середовища; підвищення прозорості процедур контролю за товарними потоками; усунення дублювання функцій здійснення контрольних заходів; забезпечення режиму найбільшого сприяння щодо експорту споживчих товарів вітчизняного виробництва (табл. 3.7).

Таблиця 3.7

Механізми та очікувані результати реалізації регулятивних заходів щодо підвищення конкурентності ринку споживчих товарів

Основні напрямки реалізації стратегії	Організаційні та економічні механізми реалізації	Очікувані результати реалізації
4.1. Економічний протекціонізм і підтримка вітчизняного товаровиробника	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Забезпечення добросовісної конкуренції, обмеження монополізму ▪ Податкове стимулювання економічної активності виробництва наукомістких споживчих товарів ▪ ведення прямого бюджетного дотування сільськогосподарського товаровиробника ▪ кредитна підтримка виробництва наукомістких споживчих товарів 	Обмеження монополізму у виробництві споживчих товарів та торгівлі. Зміцнення конкурентності підприємств, які виробляють наукомісткі споживчі товари
4.2. Нарощення експортного потенціалу виробництва товарів	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Залучення іноземних інвестицій в технічне і технологічне оновлення виробництва споживчих товарів ▪ Підвищення фінансової привабливості розміщення в регіоні нових виробництв наукомістких споживчих товарів 	Створення внутрішніх умов для нарощення виробництва конкурентних споживчих товарів
4.3. Мінімізація негативних наслідків вступу України до СОТ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Захист внутрішнього ринку шляхом використання механізмів митних тарифів, антидемпінгових процедур, технічного регулювання ▪ підтримка впровадження сучасних систем управління якістю виробництва споживчих товарів ▪ підвищення якості і ефективності органів влади щодо створення сприятливого регуляторного середовища, підвищення прозорості процедур контролю за товарними потоками, усунення дублювання функцій здійснення контрольних заходів ▪ забезпечення режиму найбільшого сприяння щодо експорту споживчих товарів вітчизняного виробництва 	Формування макро- і мікро економічних умов виробництва конкурентно спроможних споживчих товарів Зменшення нелегального імпорту товарів Визначення конкурентних переваг на зовнішніх ринках

¹Примітка. Складено автором.

Очікуваними результатами реалізації конкурентної стратегії регулювання РСТ будуть: обмеження монополізму у виробництві споживчих товарів та торгівлі; створення внутрішніх умов для нарощування виробництва конкурентних споживчих товарів; зміцнення конкурентоспроможності вітчизняних підприємств, які виробляють наукомісткі споживчі товари; формування макро- і мікроекономічних

умов виробництва конкурентноспроможних споживчих товарів; визначення конкурентних переваг країни і регіонів на внутрішньому і зовнішньому ринках

Механізм забезпечення реалізації стратегічних завдань передбачає: удосконалення інституційного забезпечення; визначення джерел фінансування регулятивних заходів; формування системи інформаційного забезпечення; організацію наукової підтримки; підвищення рівня кадрового забезпечення в сфері регулювання ринку споживчих товарів; забезпечення взаємодії та організація співпраці з громадськими та недержавними структурами.

Загальні підходи до забезпечення реалізації стратегічних цілей регулювання РСТ проілюстровано на рис. 3.4. Загалом, інституційне забезпечення реалізації Стратегії слід розглядати у контексті вступу України до СОТ, що актуалізує проблеми гармонізації та адаптації вітчизняного законодавства з питань митного, валютного та технічного регулювання, імплементації механізмів державної підтримки товаровиробників та трансформації систем регулювання ринку в рамках прийнятих процедур і правил СОТ.



Рис. 3.4. Механізми забезпечення реалізації стратегічних цілей регулювання ринку споживчих товарів

¹Примітка. Складено автором

В плані правого забезпечення необхідно провести експертну оцінку правових актів з питань функціонування РСТ країни та розвитку внутрішньої торгівлі, систематизувати нормативну базу діяльності всіх учасників ринку споживчих товарів. На центральному рівні необхідно прискорити прийняття Законів України „Про внутрішню торгівлю” та „Про торговельну інфраструктуру”, а на регіональному – розробити методичні рекомендації та інструктивні матеріали щодо організації діяльності підприємств на регіональному ринку, виробити регіональні стандарти в галузі торговельного обслуговування, провести реєстр торговельних підприємств, розробити плани розміщення об’єктів торговельної інфраструктури РСТ.

Головною проблемою інституційного забезпечення є несформованість систем інституцій, здатних скоординовано здійснювати ефективну реалізацію завдань розвитку РСТ як на державному так і на регіональному рівнях. Як зазначалося в § 2.2, регулювання РСТ в регіоні є багаторівневим, де регулятивні функції одночасно здійснюють місцеві і центральні органи виконавчої влади, які мають свої регіональні підрозділи, а також органи місцевого самоврядування. У зв’язку з цим, постає проблема координування діяльності цих структур, чіткого розмежування їхніх повноважень та консолідації зусиль в напрямку забезпечення ефективного функціонування ринку споживчих товарів та розв’язання кризових ситуацій. З метою підвищення результативності діяльності в напрямку реалізації стратегічних цілей, вважаємо доцільним зосередити функції регулювання РСТ єдиному органі на національному рівні – в Міністерстві економіки, зокрема у Департаменті розвитку внутрішнього ринку, а на регіональному рівні в Головному управлінні економіки обласної державної адміністрації, який має стати безпосереднім організатором, координатором і виконавцем завдань регулювання ринку, забезпечувати необхідні умови для його розвитку, захисту і підвищення конкурентоспроможності.

Координацію діяльності, зокрема на регіональному рівні, слід забезпечувати шляхом створенням міжвідомчої комісії з питань удосконалення функціонування РСТ, у склад якої повинні увійти представники центральних органів виконавчої влади, місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій. Доцільно в практику діяльності комісії ввести проведення нарад з керівниками підприємств та керівниками ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів, споживчих спілок щодо цінової ситуації на ринку споживчих товарів, за без-

печення його товарного наповнення, унеможливлення реалізації фальсифікованих споживчих товарів, підвищення якості торговельного обслуговування та гарантування безпеки споживання товарів, скорочення їх тіньового обороту.

Слід підвищити роль і значення громадських організацій, недержавних структур, а також, ЗМІ в розв'язанні проблем забезпечення стабільного функціонування РСТ та його захисту. Зокрема, активізація діяльності громадських організацій має здійснюватися шляхом залучення їх до реалізації програмних заходів регулювання РСТ, фінансування їхніх власних проектів, спрямованих на підвищення легалізації каналів товарного наповнення ринку, підвищення якості і безпеки товарів, захист прав споживачів, пропагування культури збуту та придбання товарів, популяризацію продукції торгових марок легальних виробників, а також проектів щодо створення та розвитку незалежних конс'юмерських організацій, що підтверджується досвідом розвинених країн. Організація взаємодії зі ЗМІ дозволить органам виконавчої влади інформувати населення про рівень цін на продовольчих і непродовольчих ринках, недобросовісних товаровиробників і продавців, параметри якості споживчих товарів, права споживачів та умови їхнього захисту. Удосконалення співпраці з організаціями споживчої кооперації забезпечить вироблення спільних заходів щодо підтримки особистих підсобних господарств та покращення організації закупівель виробленої продукції, що дозволить знизити гостроту соціальних проблем на селі та покращити товарне наповнення роздрібною торгівлі в сільській місцевості.

Фінансове забезпечення реалізації Стратегії удосконалення регулювання РСТ слід здійснювати за рахунок коштів державного і місцевого бюджетів, коштів підприємств, населення, міжнародних фінансових організацій. Бюджетне фінансування передбачає обов'язкове виокремлення відповідної статті у видатковій частині бюджетів. Виділення коштів доцільно здійснювати переважно на поворотній основі, і, лише, за найбільш важливими напрямками – на безповоротній. Для успішного виконання програмних заходів вважаємо доцільним залучення коштів зацікавлених бізнесових структур, надавши їм можливість представляти власні проекти, наприклад, у формуванні ринкової інфраструктури, розбудові торговельної мережі, підвищенні технічної оснащеності виробництва та розширенні асортименту споживчих товарів, впровадженні систем управління якістю, проведенні комплексних маркетингових досліджень.

В контексті наукового забезпечення реалізації Стратегії удосконалення регулювання РСТ існує багато проблем, пов'язаних, передусім, з відсутністю реального попиту на наукові дослідження і розробки в галузі функціонування РСТ, як з боку місцевих органів влади і органів місцевого самоврядування, так і товаровиробників і торговельних підприємств; відсутністю наукових центрів, які б займалися проблематикою прогнозування і моделювання розвитку ринку, його моніторингу та оцінки. В цьому напрямку слід активізувати роботу щодо залучення вищих навчальних закладів та наукових установ до проведення наукових досліджень, які б дозволяли розв'язувати найбільш гострі проблеми функціонування ринку споживчих товарів. В перелік основних наукових досліджень, які б мали прикладне значення для регіонального РСТ, можна запропонувати такі:

- розроблення перспективної регіональної моделі ринку споживчих товарів з визначенням оптимальних параметрів основних його пропорцій;
- розроблення прогнозів розвитку РСТ, його кон'юнктури, потенціалу, місткості, динаміки споживчих цін, товарної пропозиції;
- розроблення економічних моделей і механізмів створення конкурентоздатних і фінансово стійких підприємств, які формують сегменти товарів місцевого виробництва; визначення їхніх можливостей виходу на нові сегменти внутрішнього та зовнішнього ринків;
- організація моніторингу та проведення маркетингових досліджень РСТ регіону; дослідження ринків окремих товарів, які мають пріоритетне значення для реалізації конкурентних переваг регіону;
- формування і підтримка баз даних про економічну кон'юнктуру регіонального та національного споживчого ринку України, ринки зарубіжних країн.

Розроблення означених аналітичних досліджень може здійснюватися як за рахунок коштів місцевих бюджетів, так і за рахунок коштів суб'єктів ринку (окремих організацій, підприємств) на договірних умовах. Такі наукові розробки дозволять приймати правильні і ефективні управлінські рішення як тактичного так і стратегічного характеру щодо розвитку РСТ.

Процеси, які спричинили порушення цінової рівноваги ринку споживчих товарів та поглибили його структурні деформації, активізували проблему недостатнього інформаційного забезпечення не тільки учасників ринку, але й органів

виконавчої влади. Часто приймалися поспішні і ситуативні рішення, які ґрунтувалися на неперевірених і викривленій інформації, що мала переважно політичний підтекст. Дієвим інструментом вироблення виваженої політики щодо реального впливу на ринкову ситуацію та реалізацію стратегічних завдань регулювання має стати створення комплексної системи інформаційного забезпечення розвитку і регулювання РСТ як на національному, так і на регіональному рівнях. Формування інформаційних ресурсів має опиратися на офіційну статистику і на комерційну інформацію товаровиробників, підприємств торгівлі, споживачів, тобто вона має об'єднувати інформаційні потоки всіх учасників ринку. Важливим системоутворюючим елементом інформаційного забезпечення реалізації заходів Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів має стати об'єктивність та надійність інформації, її повнота та порівнянність, а критерієм ефективності – доступність до інформаційних ресурсів всіх учасників ринку. Формування ефективної системи інформаційного забезпечення слід здійснювати шляхом збирання і розповсюдження ринкової інформації, моніторингу ринку, формування служби електронних комунікацій, прогнозно-аналітичних та маркетингових центрів.

Очікуваними результатами реалізації Стратегії удосконалення регулювання РСТ стане соціальна, економічна та політична стабілізація. Соціальна ефективність може бути досягнута в результаті розв'язання соціальних проблем щодо:

- задоволення потреб населення в якісних і безпечних споживчих товарах за структурою попиту і асортиментом товарів;
- контролю за ціноутворенням та обмеження зростання цін на споживчі товари;
- раціоналізації розміщення та забезпечення територіальної доступності торговельної мережі для всіх жителів певного регіону;
- гарантування продовольчої безпеки громадян;
- забезпечення захисту прав та інтересів споживачів;
- досягнення науково-обґрунтованих норм споживання основних споживчих товарів та раціоналізації структури споживання.

Реалізація Стратегії має супроводжуватися розширенням пропозиції конкурентоспроможних споживчих товарів вітчизняного (а для регіонів – місцевого) виробництва та урізноманітненням їхнього асортименту, збільшенням обсягів товарообороту, зростанням кількості робочих місць, а, отже, підвищенням доходів

населення та платоспроможного попиту, що створить економічні передумови для збільшення надходжень до державного і місцевого бюджетів, зростання валового продукту, реалізації конкурентних переваг країни і регіонів.

Політичними наслідками регулювання РСТ стане взаємоузгодження інтересів та забезпечення системної реалізації державної і регіональної політики розвитку РСТ, підвищення довіри до органів влади та місцевого самоврядування, активізація діяльності громадських інститутів, які забезпечать неупереджений контроль за впровадженням стратегії та суспільну експертизу досягнутих результатів.

Отже, очікувані результати реалізації Стратегії удосконалення регулювання РСТ свідчать про те, що виконання її завдань стане важливою і необхідною умовою стабільного розвитку ринку споживчих товарів, підвищення рівня життя населення, забезпечення продовольчої безпеки громадян.

3.2. Використання елементів маркетингу в регулюванні ринку споживчих товарів

В системі регулювання РСТ маркетинг має відігравати провідну роль в організації ринку, вивченні та виявленні реальних потреб споживачів у товарах, цілеспрямованому формуванню попиту в інтересах виробника, прогнозуванню ринкової кон'юнктури. Опираючись на сучасні концепції маркетингу, які пропонуються в науковій літературі [16; 78; 99; 101; 112], використання маркетингу у системі регулювання РСТ слід розглядати як практичну діяльність органів управління щодо досягнення стратегічних цілей розвитку, збалансування внутрішніх пропорцій ринку, раціоналізації структури виробництва споживчих товарів та її адаптації до змін кон'юнктури ринку з урахуванням впливу внутрішніх і зовнішніх чинників, узгодження інтересів товаровиробників з цілями економічного і соціального розвитку. В основу такої діяльності на національному рівні слід покласти базові принципи макромаркетингу, і, передусім, концепцію глобального маркетингу, що впливає з необхідності інтеграції маркетингової діяльності національних товаровиробників на зарубіжні ринки, а на регіональному рівні - принципи регіонального маркетингу, який ґрунтується на концепції соціально-етичного маркетингу/ Він, на наш погляд, є найбільш наближений до споживача і

передбачає, з одного боку, задоволення вимог споживачів („громадського регулювання”), а іншої – виявлення потреб і реалізацію інтересів товаровиробників („цільових ринків”), що в підсумку забезпечує загальну збалансованість ринку. Досягнення такої цілі забезпечується узгодженням інтересів виробника, споживача та суспільства, механізми якого можуть бути вироблені лише через здійснення регулятивних функцій держави, оскільки реалізація такого завдання є непосильною для багатьох суб’єктів ринку.

До особливостей використання маркетингу в системі регулювання РСТ на національному і регіональному рівні можна віднести:

- забезпечення та підтримку конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників на глобальних ринках; допомогу в знаходженні власних ніш на них;
- створення сприятливого середовища та реалізацію умов для зростання виробництва вітчизняних споживчих товарів;
- вироблення комплексу регулятивних заходів, спрямованих на оптимізацію обмінних процесів між суб’єктами ринку;
- позиціонування вітчизняного товаровиробника на внутрішньому і зовнішніх ринках;
- управління платоспроможним попитом; виявлення та стимулювання нових потреб в товарах, в тому числі за окремими соціальними верствами населення;
- вироблення гнучких механізмів взаємозв’язку та налагодження відносин між товаровиробниками, посередниками та споживачами товарів.

В цьому контексті, завданням макромаркетингу РСТ є створення інформаційно-аналітичної бази для вироблення державної політики в сфері забезпечення конкурентоспроможності національного господарства, підвищення якості і безпеки товарів, гарантування економічної безпеки держави. Макромаркетинг РСТ має ґрунтуватися на аналізі і усвідомленні потреб в товарах на рівні суспільства, визначенні впливу цих потреб на вироблення рішень щодо механізмів їхнього задоволення, розв’язання соціальних потреб, підвищення міжнародного престижу країни. За допомогою маркетингових інструментів уряд може перерозподіляти ресурси, які забезпечать збалансування ринку, а також, здійснювати стратегічну координацію суб’єктів ринку щодо досягнення цілей розвитку РСТ. Крім того, використання маркетингових підходів в регулюванні РСТ дасть можливість на

основі кількісних оцінок розв'язати проблеми наповнення ринку якісними товарами, забезпечити паритетність цін, сформувати нові ринки.

Отже, макромаркетинг включає систему дій та управлінських рішень щодо забезпечення конкурентоспроможності національної економіки, реалізації економічних інтересів та найбільш повного задоволення потреб населення в товарах на основі дослідження маркетингового середовища та використання маркетингових технологій [126;112;101]. В рамках нашого дослідження, макромаркетинг необхідно розглядати як координаційний механізм регулювання національного РСТ, де носіями маркетингових функцій повинні стати органи виконавчої влади.

Процеси глобалізації здійснюють коригуючий вплив на механізми регулювання РСТ, обумовлюють необхідність формування нових підходів до захисту національного ринку, державного протекціонізму, гарантування економічної безпеки країни. Тому в цих умовах впровадження принципів глобального маркетингу є актуальним завданням. В основі його реалізації повинні лежати рішення про ступінь інтеграції і адаптації маркетингових програм вітчизняних підприємств до умов ринку в інших країнах з метою отримання переваг в конкуренції. В сучасних умовах, глобальний маркетинг можна представити скоріше як інформаційну систему, завданням якої є, по-перше, вивчення світового ринку та надання знань щодо міжнародної торгівлі, умов конкуренції, методів проникнення на зарубіжні ринки товарів; по-друге, отримання ринкової інформації щодо кон'юнктури на світових ринках споживчих товарів, рівня світових цін, можливих бар'єрів виходу на такі ринки.

Глобальний маркетинг стосовно проблематики РСТ, на нашу думку, може бути реалізований за двома напрямками. Перший напрямок пов'язаний з наданням допомоги та здійсненням політики протекціонізму щодо тих товаровиробників, які здійснюють свою діяльність за межами держави і, по-суті, реалізують конкурентні переваги у виробництві споживчих товарів. Завданням маркетингу за цим напрямком є надання інформації щодо основних тенденцій на зовнішніх ринках; консультування з правових аспектів діяльності та адаптації до міжнародних вимог; створення умов для завоювання ринків за межами країни на основі підвищення якості та підвищення споживчих характеристик товарів; виробництва нових товарів, забезпечення їхньої конкурентоспроможності; розроблення механізмів просування товару та подолання бар'єрів виходу на нові ринки.

Другий напрям доцільно пов'язувати із забезпеченням рівних прав і умов всім учасникам РСТ (вітчизняним виробникам і підприємствам інших держав) в організації діяльності на території країни і реалізації бізнесових інтересів. Така політика спрямовується на активізацію діяльності суб'єктів ринку щодо розширення джерел товарного наповнення, розвиток господарських зв'язків і форм міждержавного і міжрегіонального співробітництва. Завданням маркетингу за цим напрямком є забезпечення прибутковості діяльності учасників ринку в межах ресурсів, які є в країні, та їхнє ефективне використання; надання допомоги в реалізації товарної і цінової політики товаровиробникам шляхом прогнозування ринкової ситуації, виробничого і споживчого потенціалу ринку, динаміки платоспроможного попиту та споживчих цін.

Особливої актуальності в цих умовах набуває регіональний маркетинг, який має узгодити державні інтереси та інтереси безпосередніх товаровиробників, які знаходяться на території регіону. Регіональний маркетинг, як цілісна система дослідження РСТ, повинен ґрунтуватися на об'єднанні зусиль щодо досягнення стратегічних цілей та розв'язувати проблеми розширення каналів і джерел товарного наповнення, інформаційного забезпечення учасників ринку, оптимізації пропорцій ринку, максимального наближення виробництва споживчих товарів до вимог ринку, а отже, потреб споживачів. В сферу проблем регіонального маркетингу РСТ входять також питання управління попитом, відносини з конкурентами, посередниками та споживачами, аналіз технологічних, фінансових, ресурсних та інших чинників виробництва, врахування проблем конкуренції. В основу маркетингової діяльності органів влади слід, також, покласти виконання інтегруючої функції маркетингу, а саме, забезпечення тісної співпраці та формування партнерських відносин між органами державної влади, органами місцевого самоврядування, товаровиробниками, посередниками, об'єднаннями громадян; залучення до вироблення маркетингових рішень зацікавлених суб'єктів; використання маркетингових інструментів для коригування небажаних тенденцій на ринку споживчих товарів.

В процедурі маркетингу національного і регіональних РСТ доцільно виділити, також, два взаємопов'язані напрямки: перший – дослідження зовнішніх впливів, що не підлягають регулюванню з боку органів виконавчої влади, а тому вимагають пристосування або ж адаптації до зовнішнього середовища (виклики глобалізації,

зміни світової кон'юнктури, державна податкова, кредитна, митна, цінова політика, політичні процеси, євроінтеграційні процеси); другий – оцінка внутрішніх складових РСТ, які перебувають під контролем і можуть корегуватися в залежності від розвитку тієї чи іншої ринкової ситуації. Тобто, маркетинг об'єднує в собі дві складові: вивчення і оцінку потенціалу РСТ і можливості реального впливу на його динаміку шляхом розроблення конкретних маркетингових програм, прогнозів, стратегій.

Слід відзначити, що незважаючи на актуальність проблеми комплексного дослідження ринкової ситуації та прийняття ефективних управлінських рішень, на сьогодні ще не вироблені чіткі підходи до організації регіонального маркетингу, не уточнені механізми впровадження результатів маркетингових досліджень, не визначені критерії оцінювання їхньої ефективності. Така ситуація вимагає формування на державному рівні загальних підходів до організації маркетингових досліджень, які б чітко визначали напрямки, принципи та функції регіонального маркетингу, детальні технології дослідження, завдання місцевих органів щодо здійснення маркетингової діяльності на всіх стадіях управління та використання їхніх результатів. Розв'язанням цієї проблеми може стати запропонована нижче організаційно-функціональна модель маркетингу регіонального РСТ, як своєрідного маркетингового проекту, основним завданням якого є:

- реалізація стратегічних цілей органів влади щодо формування конкурентного ринкового середовища, а практичним результатом впровадження – створення маркетингового продукту;

- формування інституцій, які будуть здійснювати маркетингові дослідження та виробляти маркетингові рішення;

- визначення функціонального змісту маркетингової діяльності органів влади з означенням практичних завдань і принципів проведення маркетингових досліджень, визначення базових концепцій маркетингу, які будуть закладатися в основу діяльності та інструментів управління маркетингом;

- розроблення методології та конкретизація інструментів проведення маркетингових досліджень, які дозволять створити високоякісний маркетинговий продукт;

- алгоритмізація технології маркетингу ринку споживчих товарів;

- визначення критеріїв оцінювання результатів маркетингових досліджень та механізмів корегування маркетингових рішень (рис. 3.5).



Рис. 3.5. Пропонована організаційно-функціональна модель маркетингу ринку споживчих товарів ¹

¹Примітка. Складено автором.

Формування моделі маркетингу РСТ має здійснюватися на основі аналізу зовнішнього і внутрішнього маркетингового середовища, моніторингу ринкових процесів.

Організаційна складова пропонованої моделі передбачає формування інституцій та їхніх підрозділів щодо здійснення маркетингової діяльності, які інтегруються у системи ринкової інфраструктури. Передусім, це створення центру маркетингових досліджень (ЦМД), інформаційної системи моніторингу і прогнозування ринку споживчих товарів (ІСМП); розвиток маркетингових комунікацій та маркетингової інфраструктури; забезпечення взаємодії маркетингових служб, відділів, проектів суб'єктів ринку, допомога у створенні і забезпеченні функціонування нових організаційних структур з надання маркетингових послуг

(консалтингових фірм, бізнес – інкубаторів, регіональних торгових домів, торгово – промислових палат, торгово–сервісних центрів).

Змістове наповнення діяльності маркетингових структур та ефективна реалізація завдань маркетингу РСТ має забезпечуватися виробленням функціональних механізмів реалізації маркетингових рішень. Функціональна складова моделі маркетингу РСТ передбачає окреслення системи основних функціональних завдань і принципів маркетингу, вибір виду маркетингової концепції, прийнятої до впровадження, вироблення системи управлінських заходів стимулювання платоспроможного попиту, вибір методології маркетингового дослідження та системи маркетингового інструментарію, який буде задіяний для створення регіонального маркетингового продукту.

Стосовно організації маркетингу і підвищення результативності маркетингових рішень, то вони мають ґрунтуватися на використанні таких принципів:

- врахування та збалансування інтересів органів влади, товаровиробників, населення в забезпеченні стабільного та динамічного розвитку ринку споживчих товарів;
- створення умов для максимального пристосування або ж адаптації структури виробництва споживчих товарів до внутрішнього і зовнішнього середовища;
- активне відстоювання регіональних інтересів в реалізації державної політики розширення внутрішнього споживчого ринку;
- формування сприятливого клімату та привабливих умов для діяльності товаровиробників і товарного наповнення ринку якісними товарами;
- забезпечення високого наукового рівня та аргументованості пропонованих рекомендацій щодо збалансування ринку.

Узагальнюючи функції маркетингу [99;126] та адаптуючи їх до специфіки маркетингових досліджень на рівні регіону, можемо виокремити такі їхні групи: аналітичні, виробничі, розподільчі та управлінські (рис. 3.6).

Пріоритет має надаватися впровадженню управлінських функцій, як систематизованому спрямуванню всіх дій на максимальне задоволення потреб споживачів, розширення споживчого ринку, його міжрегіональній інтеграції.

Інтенсивність здійснення маркетингових функцій має залежати від ступеню розвитку того чи іншого сегменту ринку, його місткості, конкуренції, обсягів і потенціалу виробництва, стратегічної, економічної та соціальної важливості для

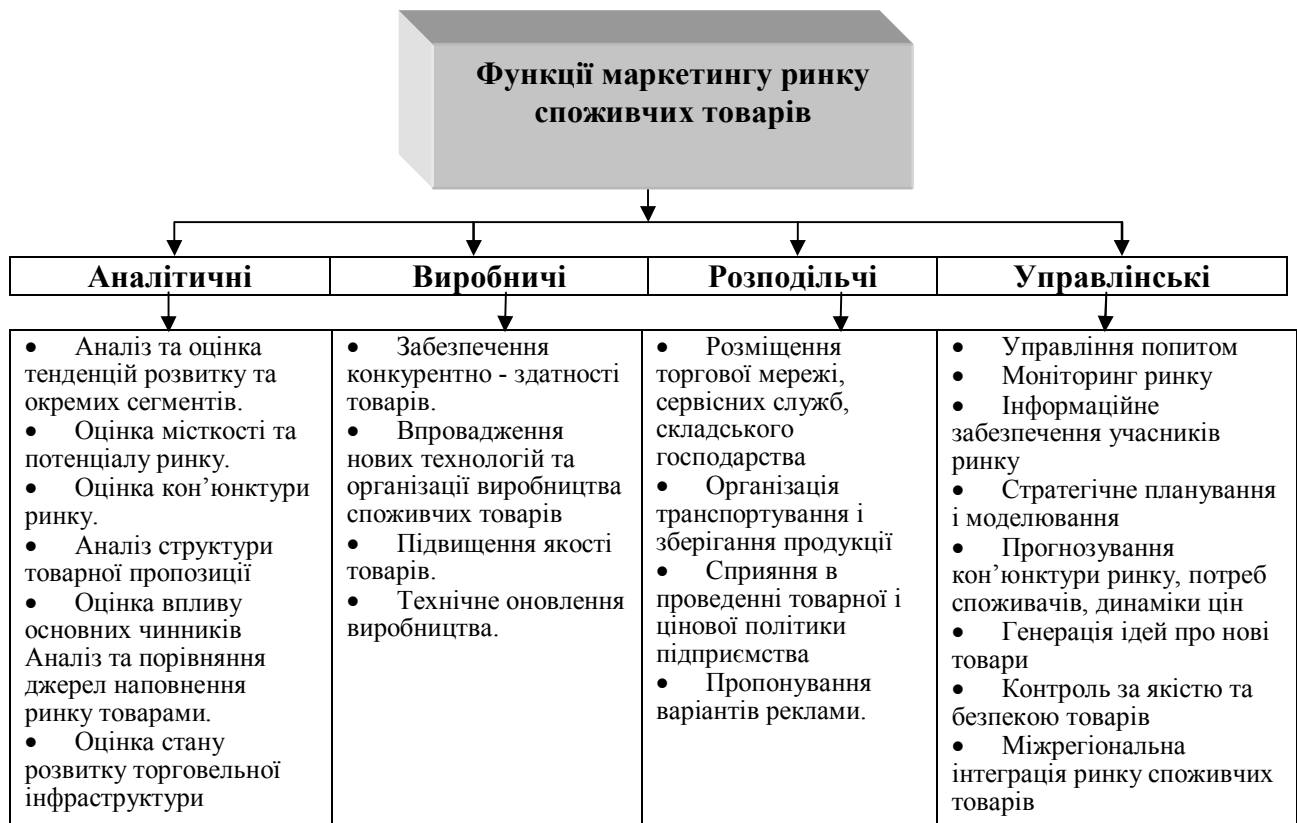


Рис. 3.6. Систематизація основних функцій маркетингу ринку споживчих товарів на регіональному рівні¹

¹Примітка. Складено автором.

регіональної економіки. Слід зазначити також, що реалізація всіх функцій повинна здійснюватися комплексно, тому їх доцільно зосередити в єдиному структурному підрозділі, яким міг би стати центр маркетингових досліджень (ЦМД). Доцільність його створення обумовлюється наступними причинами:

- необхідністю об'єктивного і повного інформування суб'єктів ринку про стан і тенденції на ринку споживчих товарів та його основних сегментів на основі використання сучасних технологій і методик проведення маркетингових досліджень, їхнє наукове обґрунтування;
- необхідністю акумулювання і узгодження маркетингової інформації, яку надають учасникам ринку різноманітні консультативні фірми, фонди, наукові установи;
- необхідністю забезпечення узгодженості в реалізації маркетингових заходів і зусиль суб'єктів ринку;
- потребою координування маркетингової комунікації, підвищення її дієвості.

Діяльність центру має базуватися на директивах проведення маркетингових досліджень, закладених в Міжнародному кодексі проведення маркетингових і соціальних досліджень, розробленому ICC/ESOMAR (Міжнародною торгово-промисловою палатою спільно з Європейським товариством з міжнародних досліджень і опитуваннях суспільної думки), а також враховувати принципи, закладені в Етичному кодексі Української асоціації маркетингу [50; 129].

До основних напрямків роботи ЦМД слід віднести наступне:

- створення системи інформаційної підтримки розвитку ринку споживчих товарів та надання необхідної аналітичної інформації учасникам ринку;
- налагодження взаємовідносин між товаровиробниками шляхом погодження їхніх маркетингових програм, спрямованих на реалізацію стратегічних і тактичних цілей розвитку ринку;
- організацію просування споживчих товарів, які виробляються, зокрема, в регіоні, на регіональний, національний та зовнішні ринки;
- формування та управління платоспроможним попитом, його прогнозування за основними сегментами ринку;
- організацію, проведення і координацію маркетингових досліджень;
- прогнозування місткості та кон'юнктури РСТ;
- випуск інформаційно-рекламних матеріалів, надання консультацій, організація в регіоні конференцій, семінарів, виставок товарів.

Можна запропонувати організаційну модель діяльності ЦМД щодо створення і використання маркетингового продукту, схему якої ілюструє рис.3.7.

Зосередження функцій організації маркетингових досліджень в єдиному центрі дозволить товаровиробникам комплексно підходити до розроблення власної маркетингової стратегії, дасть можливість стратегічно і оперативно орієнтувати виробництво на потреби споживачів та економити кошти на проведенні маркетингових заходів, знизити трансакційні витрати підприємств.

Діяльність ЦМД може фінансуватися як за рахунок коштів бюджету (місцевого або державного в межах функцій, які покладаються на органи влади щодо моніторингу ринку, формування банку аналітичної інформації, розроблення прогнозів і моделей регіонального розвитку), так і на приватній ініціативі

окремих товаровиробників чи їхніх груп, зацікавлених організацій, а також коштів, отриманих від надання платних послуг, виконання замовлень на договірних умовах.

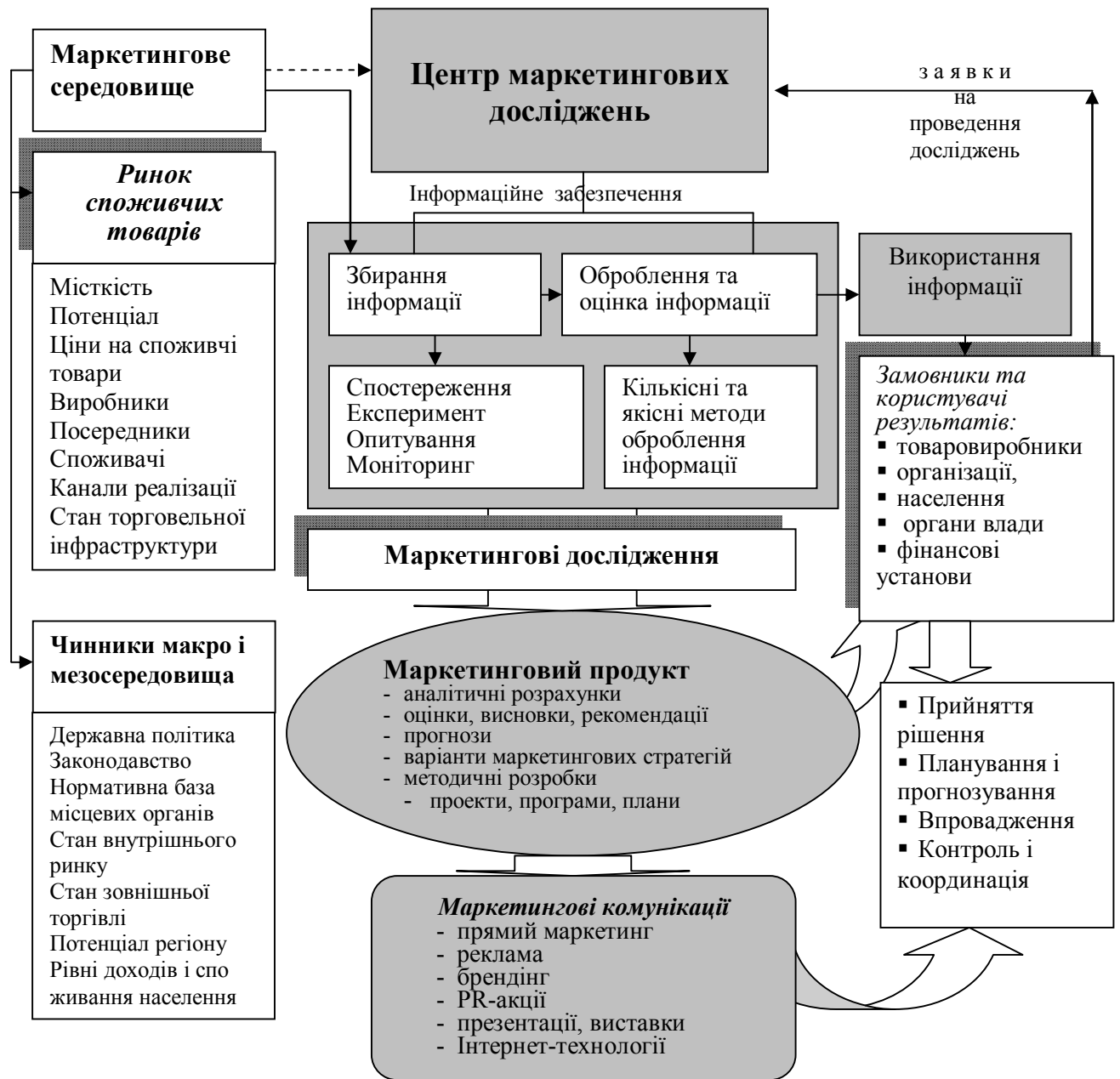


Рис. 3.7. Організація діяльності центру маркетингових досліджень ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Складено автором.

Ефективність прийняття маркетингових рішень безпосередньо залежить від рівня інформаційного забезпечення маркетингової діяльності, що передбачає наявність достовірної, належним чином систематизованої та своєчасної інформації про стан ринку та зміни, які виникають на ньому під впливом зовнішніх і внутрішніх чинників. На сьогодні товаровиробники практично не мають організованих каналів

одержання стратегічної та оперативної ринкової інформації, необхідної для вироблення конкурентної стратегії, забезпечення стійкості на ринку, збуту товарів. Відсутність такої інформації звужує можливості для органів управління обирати адекватний ринковій ситуації інструментарій регулювання ринкових проблем та приймати стратегічні управлінські рішення, а для товаровиробників – виробляти моделі поведінки, оперативно реагувати на кон'юнктурні коливання ринку, зміни цін і попиту на споживчі товари. Тому в основу діяльності ЦМД закладається основний принцип – об'єднання інформаційного ресурсу та забезпечення максимально прозорої процедури рівного доступу до нього всіх суб'єктів ринку, громадських організацій, населення, органів влади. Звідси, виникає наступна проблема – створення на базі ЦМД інформаційної системи моніторингу і прогнозування (ІСМП) РСТ, яка б об'єднувала всі інформаційні мережі в єдину структуру. Така система дасть змогу інтегрувати інформацію з різних джерел, передаючи її користувачам у формі, пристосованій для прийняття рішень. Сьогодні лише великі підприємства мають можливість створювати власні маркетингові служби та організовувати маркетингові дослідження на цільових ринках.

Забезпечення доступності до інформаційних ресурсів та ефективність діяльності ІСМП передбачає створення служби електронних комунікацій, яка б об'єднувала всі інформаційні мережі в єдину інформаційну систему на регіональному і національному рівнях. Формою отримання достовірної інформації для ЦМД має слугувати маркетинговий моніторинг, що передбачає безперервне спостереження за станом ринку шляхом збирання, аналізу, класифікації, оцінки і розповсюдження маркетингової інформації з метою її використання для прийняття управлінських маркетингових рішень. Нині маркетинговий моніторинг РСТ практично відсутній як на рівні держави, так і в регіонах. Спостереження за попитом і пропозицією відбувається епізодично, безсистемно і здійснюється тільки після того, як виникають кризові ситуації, пов'язані з товарним перенасиченням ринку, посиленням інфляційних процесів, наповненням ринку неякісними, контрафактними товарами.

З огляду на важливість отримання достовірної і вчасної інформації для прийняття виважених рішень і обґрунтування варіантів Стратегії вдосконалення регулювання РСТ, запровадження маркетингового моніторингу має стати пріоритетним напрямком діяльності органів виконавчої влади щодо посилення їхньої

ролі в підтриманні позитивних тенденцій та виявленні і усуненні ринкових деформацій, структурного корегування ринкової ситуації.

Для успішної реалізації системи маркетингових рішень важливо розробити чіткий алгоритм технології маркетингу РСТ, який би визначав етапність та послідовність проведення комплексного маркетингового аналізу, окреслював варіанти стратегічного маркетингу, визначав процедуру та форми здійснення маркетингового контролю.

Використання маркетингових підходів в реалізації Стратегії удосконалення регулювання РСТ передбачає наступну етапність проведення досліджень. На першому етапі здійснюється комплексний маркетинговий аналіз стану, тенденцій та кон'юнктури ринку споживчих товарів, оцінюється вплив групи домінуючих чинників на динаміку ринкових процесів. Маркетинговий аналіз РСТ доцільно проводити диференційовано за сегментами (за окремими товарними групами, товарами, споживачами), районами, каналами надходження товару (вітчизняне виробництво та імпорт,), формами організації реалізації споживчих товарів (організованої та неорганізованої торгівлі), формами власності виробника товару.

В процесі проведення маркетингових досліджень вважаємо доцільним сегментувати ринок, чітко окресливши: сегменти, на яких домінують вітчизняні в т.ч. місцеві товаровиробники; сегменти соціально важливих продовольчих товарів, які є проблемними з точки зору цінових коливань; сегменти, які дозволяють реалізувати конкурентні переваги регіону; сегменти, які є перспективними для майбутнього розширення присутності місцевих товарів. Це важливо як з точки зору вироблення регулятивних заходів щодо підвищення привабливості регіонального ринку, так і селективної підтримки товаровиробника.

Для обґрунтованої оцінки загальних тенденцій на РСТ доцільно використовувати систему показників та індикаторів, які характеризують його потенціал та місткість, динаміку виробництва споживчих товарів, обсяги та джерела пропозиції, платоспроможний попит, рівні споживання, динаміку споживчих цін, стан і розвиток торговельної інфраструктури. Такі показники були нами систематизовані в табл. 1.3 і використовувалися для комплексної оцінки і діагностики стану РСТ (§2.1).

Узагальнення результатів таких досліджень дозволить на другому етапі маркетингових досліджень сформулювати основні концептуальні підходи до вироблення політики розвитку РСТ та розробити конкретні заходи комплексного характеру щодо

його розширення. Третій етап маркетингових досліджень передбачає розроблення організаційних механізмів реалізації таких заходів та використання результатів маркетингових досліджень в діяльності суб'єктів ринку, зокрема, у формуванні загальної стратегії розвитку, проведенні цінової та товарної політики, організації збуту, інформаційному забезпеченні. На четвертому етапі доцільно здійснювати прогнозування та моделювання розвитку споживчого ринку через оцінку та визначення перспективних змін місткості ринку, його структурних параметрів і внутрішніх зв'язків, динаміку попиту, пропозиції, рівня цін. Основні підходи в організації прогнозування та моделювання РСТ будуть запропоновані нижче.

Результатом впровадження моделі маркетингових досліджень РСТ має бути створення маркетингового продукту, під яким слід розуміти ті вигоди, які цілеспрямовано створюються для використання їх суб'єктами ринку. Оскільки наукова думка не сформувала складових такого продукту в системі регіонального маркетингу, то на нашу думку, він має включати управлінські та консультативні послуги органів влади, аналітичні та прогнозні розрахунки, оцінки та рекомендації, спрямовані на розв'язання конкретних проблем, які виникають на різних етапах діяльності підприємницьких структур, і, передусім, в умовах порушення рівноваги ринку, розгортання кризових явищ, недобросовісної конкуренції. Вважаємо за доцільне в перелік конкретних продуктів в рамках маркетингових досліджень РСТ включити: надання інформаційних послуг суб'єктам господарювання в галузі маркетингової діяльності; надання консультацій щодо організації і проведення рекламних PR-компаній; оцінку ефективності системи маркетингу і її основних складових; проведення маркетингових досліджень за заявками товаровиробників, органів влади; вивчення ринків товарів, споживачів, конкурентів; розроблення методик та надання рекомендацій в формуванні і реалізації маркетингових стратегій для нових споживчих товарів, їхнього просування; розрахунки бюджету маркетингу; проведення аналітичних розрахунків місткості та потенціалу ринку споживчих товарів; вивчення фактичного і потенційного попиту населення, прогнозування платоспроможного попиту, проведення аудиту роздрібної і гуртової торгівлі, розроблення прогнозів кон'юнктури ринку на перспективу.

Принципово важливим є те, що використання маркетингового продукту дозволить учасникам ринку приймати ефективні управлінські рішення щодо

поведінки на ринку, знижувати рівень трансакційних витрат, розробляти власні науково-обґрунтовані маркетингові стратегії. Для органів виконавчої влади результати маркетингових досліджень будуть тим інформаційним ресурсом, який забезпечить вироблення ефективних механізмів регулювання ринкової ситуації та реалізацію стратегічних цілей розширення РСТ.

Важливе місце в системі маркетингових досліджень належить прогнозуванню стану та тенденцій розвитку РСТ. Прогнози РСТ повинні слугувати основою для обґрунтування доцільності, напрямків і форм втручання органів влади в розвиток ринкових механізмів, бути інформаційною базою для прийняття та реалізації тактичних управлінських рішень щодо формування конкурентного середовища, підтримки місцевого товаровиробника, стимулювання платоспроможного попиту населення, розвитку торгівельної інфраструктури, структурних зрушень у виробництві споживчих товарів.

Опираючись на наукові розробки провідних вітчизняних та зарубіжних науковців [112; 125; 206; 221; 225], які досліджували проблеми теорії і практики прогнозування соціально-економічного розвитку, під прогнозом ринку РСТ слід розуміти науково обґрунтоване судження про можливі якісні і кількісні зміни параметрів ринкових механізмів, а також альтернативні шляхи досягнення прогнозованого стану ринку в перспективі. Основне завдання прогнозування РСТ полягає в тому, щоб на основі дослідження наявних тенденцій розвитку його механізмів окреслити найбільш ймовірні напрямки їхньої динаміки в майбутньому та побудувати прогнозну модель перспективних змін в ринковій системі. Розроблення таких прогнозів дозволить органам влади та суб'єктам ринку уникати помилок в майбутньому та унеможливить прийняття випереджаючих або запізнених рішень вже сьогодні.

Прогнозування розвитку РСТ має здійснюватися у визначеній послідовності. Загалом, алгоритм розроблення прогнозу розвитку ринку за вказаними стадіями можемо відобразити, як послідовність семи основних етапів, які взаємодоповнюють і взаємообумовлюють одне одного (див. додаток П).

До основних прогнозів РСТ, які, на наш погляд, дають системну оцінку розвитку ринковим процесам мають практичне значення для товаровиробників, належать: прогнози товарної пропозиції та джерел її надходження; прогнози

платоспроможного попиту та чинників, які впливають на рівень і структуру споживання основних продовольчих і непродовольчих товарів; прогнози місткості ринку; прогнози кон'юнктури ринку; прогнози споживчих цін; прогнози структури ринку та його пропорційності; прогнози роздрібного товарообороту.

Зважаючи на неповноту та обмеженість кількісної інформації про обсяги і структуру попиту на споживчі товари (за товарними групами, номенклатурою товарів), обсяги товарообороту (де лише фіксується продаж товарів через стаціонарну мережу торговельних підприємств, а інформація про товарооборот на організованих і неформальних ринках отримується експертним шляхом), витрати населення на придбання продовольчих і непродовольчих товарів (які визначаються шляхом обстеження вибіркової групи споживачів або домогосподарств), слід зосередити увагу на загальних підходах до прогнозування лише тих складових РСТ, які можуть мати практичне значення для вироблення регулятивних заходів щодо його розвитку, а, також, можуть бути використані суб'єктами ринку при розробленні власних маркетингових стратегій.

Суттєвою складовою системи прогнозування ринку споживчих товарів є вибір методів прогнозування, які лежать в основі побудови його моделі. Традиційна методологія прогнозування дозволяє використати велику кількість моделей, які різняться як інструментарієм, так і підходами до їхньої побудови. Для прогнозних розрахунків місткості ринку споживчих товарів доцільно застосовувати такі: нормативні, економіко-математичні, інтуїтивні. В практиці прогнозування РСТ найбільш прийнятними, на наш погляд, є нормативні та економіко-математичні. Система таких моделей проілюстрована в додатку Р.

Використання нормативного методу лежить в площині визначення потенційної місткості ринку як максимально можливого обсягу попиту на споживчі товари упродовж певного періоду. Як найбільш доцільні у розрахунках місткості ринку необхідно використати науково обґрунтовані (раціональні) норми споживання товарів, оскільки вони стануть орієнтиром майбутньої структури споживання, визначатимуть структуру виробництва товарів, впливатимуть на темпи і динаміку зміни місткості ринку в перспективі. Звідси потенційну місткість окремого сегменту (M_n^i) можна визначити за виразом

$$M_n^i = N_{ni} \cdot \mathcal{C}_n \cdot \mathcal{C}_i, \quad (3.1)$$

де N_n - науково-обґрунтовані норми споживання (запасу) i -ого товару в середньому на одну особу в рік;

C_i - середня ціна реалізації i -ого товару;

$Ч_n$ - чисельність населення

Такі розрахунки були проведені для визначення реальної та потенційної місткості продовольчого сегменту ринку Тернопільської області (див.табл. 2.5, §2.1.). Використання нормативного методу прогнозування дозволяє товаровиробникам розробляти сценарні варіанти поведінки на ринку та визначати напрямки товарної, цінової і збутової політики.

Важливе місце в системі прогнозування ринку належить економіко-математичним методам і моделям, які дозволяють на основі математичного апарату окреслити стійкі тенденції в розвитку ринкових механізмів та виявити причинно-наслідкові зв'язки між ними і перенести виявлені залежності на майбутні часові інтервали. Для оцінки і прогнозування місткості ринку на короткостроковий період слід використати систему трендових моделей функціональна залежність якої для розрахунку місткості ринку (M) має вигляд $M = f(t)$, де, t – часовий період.

Рекомендована схема вибору трендових моделей прогнозування місткості ринку споживчих товарів на короткостроковий період представлена в додатку С. Очевидним є те, що використання означених підходів на практиці в середньо-і довгостроковій перспективі має доповнюватися експертними оцінками, оскільки динамічність ринку, специфіка окремих його сегментів, а, також, збільшення кількості непередбачуваних чинників значно погіршує точність і результативність прогнозування.

Прогнозування перспектив розвитку РСТ, зокрема, Тернопільської області проводилося нами на основі досліджень динаміки окремих сегментів товарів, які забезпечують потреби населення регіону в продуктах харчування, одязі, товарах тривалого користування. Вибір таких сегментів обумовлений проблематикою їхнього функціонування, а саме, нестабільністю ринкових механізмів та проявами кризових ситуацій, суттєвим впливом на економічну і соціальну стабільність регіону, високою залежністю розвитку від зовнішніх чинників, а отже, необхідністю вироблення стратегічних заходів розв'язання означених проблем. Для підприємств, які функціонують на регіональному ринку, такі прогнози дозволять виробляти власні моделі поведінки та обирати маркетингові стратегії.

Розрахункові трендові моделі місткості регіонального РСТ, побудовані на основі аналізу динамічних рядів виробництва і продажу споживчих товарів за 1999-2006 рр., представлені в табл.3.8. Опис функціональної залежності динаміки виробництва і продажу товарів в ретроспекції, дозволяє визначити тенденції їхнього розвитку в майбутньому та спрогнозувати кількісні параметри виробництва і споживання товарів на наступні два роки.

Таблиця 3.8

Трендові моделі прогнозування окремих сегментів ринку споживчих товарів в Тернопільській області

Сегмент ринку	Трендова модель динаміки продажу (<i>Упр</i>) та виробництва (<i>Ув</i>) товарів та прогнозні параметри реальної місткості ринків на 2006-2007 рр.	Практичне застосування розрахунків
картоплі		<p>Дозволяє оцінити розмір і динаміку ринку картоплі на основі кількісних співвідношень виробництва і фактичного обсягу споживання. Характеризує відмінності у динаміці виробництва і споживання картоплі.</p>
м'яса і м'ясопродуктів		<p>Характеризує динаміку виробництва і споживання м'ясопродуктів в регіоні та дає можливість зробити оцінки щодо суттєвої залежності їхньої динаміки від впливу незалежних чинників.</p>
цукру		<p>Описує тенденції місцевого виробництва та продажу цукру, дозволяє виявити відхилення в динаміці розвитку показників та окреслити проблеми, які їх обумовлювали.</p>

Продовж. табл. 3.8.

молока і молочоктв	<p>Ув. = $475 \times 1,03^t$</p> <p>Прогноз</p>	Характеризує ступінь задоволення попиту на молокопродукти, окреслює потенційні можливості місцевого виробництва щодо наповнення ринку молокопродуктами власної переробки..
ч а ю	<p>Ув. = $75 \times 1,092^t$</p> <p>Прогноз</p>	Характеризує кількісні параметри динаміки продажу (попиту) чаю. Дозволяє зробити висновки про стійкі тенденції до зростання споживання чаю.
т е л е в і з о р і в	<p>Uпр. = $3364,2 + 1100t + 89,56t^2$</p> <p>Прогноз</p>	Дозволяє зробити прогнозні оцінки щодо зростання попиту на телевізори при стабільних цінах і збереженні тенденцій зростання доходів населення.
х о л о д и л ь н и к і в	<p>Uпр. = $1276,2 - 68,7t + 46,05t^2$</p> <p>Прогноз</p>	Характеризує параболічну залежність продажу холодильників. Дозволяє зробити висновки про залежність динаміки продажу холодильників від впливу домінуючих чинників.
а л к о г о л ь н и х н а п о ї в	<p>Uпр. = $1610 \times 1,065^t$</p> <p>Прогноз</p>	Показує стійке і динамічне зростання обсягів продажу алкогольних напоїв незалежно від впливу основних чинників. Є підґрунтям для вироблення політики культури споживання алкогольної продукції

¹Примітка. Розраховано автором.

Можливість прогнозування місткості ринку визначається характером причинно-наслідкових зв'язків в ринкових механізмах і забезпечується шляхом побудови факторних моделей прогнозування. Сутність цих підходів полягає в тому, що місткість ринку відображається у вигляді функції одного або декількох чинників і

має вигляд $M = f(X)$, де, X – чинники, які безпосередньо впливають на обсяг і структуру попиту.

Одним із найважливіших напрямків прогнозування місткості ринку споживчих товарів можна вважати побудову моделі платоспроможного попиту, принципова особливість якої полягає у виявленні функціональної залежності між його обсягом і домінуючими чинниками. Залежно від того, яка форма зв'язку існує між попитом на окремі види споживчих товарів і прийнятими для розрахунку чинниками, як математичну модель використаємо наступні рівняння множинної регресії

$$\text{лінійні } \hat{y} = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2 + \dots + a_nx_n \quad (3.2)$$

$$\text{параболічні } \hat{y} = a_0 + a_1x_1 + a_2x_2^2 + a^i x_i^i + \dots + a_nx_n^n, \quad (3.3)$$

де \hat{y} – попит на певний товар або групу товарів;

$x_1, x_2, x_3 \dots x_n$ – чинники, які вносяться у модель;

$a_1, a_2, a_3, \dots a_n$ – розрахункові параметри моделі.

Важливою складовою моделювання попиту є визначення його еластичності, яка характеризує ступінь реакції споживачів на зміну факторної ознаки, в нашому випадку, ціни на товар або сукупних грошових доходів. Кількісно її слід оцінювати шляхом розрахунку коефіцієнта еластичності (E_x), значення якого показує відсоткову зміну обсягу споживання товару (або групи товарів) на ринку (Π) при зміні на 1% незалежного чинника (X). Обчислюється за формулою

$$E_x = \frac{\Delta \Pi}{\Delta X} : \frac{X}{\Pi}, \quad (3.4)$$

де $\Delta \Pi$ – зміна величини споживання, зумовленої зміною впливу чинника, %;

ΔX – зміна величини впливу чинника, %.

Звідси, задаючись вектором зміни параметру впливу чинника в будь-який проміжок часу t , прогнозна оцінка попиту (Π_t), а, отже, місткості ринку, може бути отримана наступним чином

$$\Pi_t = \Pi \cdot \left[1 + E_x \left(\frac{X_t}{X} - 1 \right) \right], \quad (3.5)$$

де X_t – нове значення впливу чинника.

В основу використання коефіцієнтів еластичності для прогнозування місткості ринку слід покласти аналітичні моделі Енгеля-Торквіста, які характеризують функціональну залежність зміни попиту на товари від зміни доходів споживачів, а

саме, зі зростанням доходів частка витрат на продукти харчування скорочується, на одяг і предмети повсякденного вжитку не змінюються, а на предмети розкошу – зростає. Звідси, якщо еластичність попиту за доходами $E_d > 0$, то товари входять в групу споживчих переваг і зі зростанням доходів попит на ці товари зростає. Якщо $E_d < 0$, то товари є низької якості і зі зростанням доходів попит на ці товари буде різко знижуватися. Якщо $0 < E_d < 1$, то товари є нееластичними за доходами. Це переважно товари першої необхідності, попит на які зростає значно повільніше, ніж доходи, і мають межу насичення. Якщо $E_d > 1$, то це товари розкошу, попит на які випереджує зростання доходів. В їхню групу входять престижні товари довготривалого користування [101, с.138].

В контексті викладеного, важливим напрямком прогнозування платоспроможного попиту є відбір чинників, які впливають на його динаміку і визначають тенденції розвитку. За критерій виділення домінуючих чинників використаємо розрахунковий коефіцієнт кореляції між обсягами продажу споживчих товарів і кількісними вимірами впливу кожного чинника на місткість РСТ. Результати розрахунків, проведених на базі даних по Тернопільській області і представлених в табл.3.9., показують, що домінуючими чинниками, які впливають на обсяги попиту на споживчі товари в регіоні, є рівень доходів населення (тіснота впливу на місткість продовольчого сегменту ринку складає 0,949, а непродовольчого – 0,964), витрати домогосподарств на придбання продовольчих товарів (тіснота впливу складає відповідно 0,997 і 0,947), виробництво валового регіонального продукту (відповідно 0,917 і 0,931), індекс споживчих цін (характер впливу є зворотній і незначний на місткість продовольчого ринку – 0,129 і суттєвіший на непродовольчому ринку – 0,27). Отже, для подальших розрахунків означені чинники будуть прийматися як базові.

Виявлена функціональна залежність динаміки попиту і впливу групи основних чинників (динаміки споживчих цін X_1 , рівня доходів населення X_2 , динаміки обсягів імпорту споживчих товарів X_3) за 2000-2006рр. дозволяють нам описати загальну модель місткості (M) ринку наступним рівнянням

$$M = 676,880 - 36,651x_1 + 32,1042x_2 + 1,8807x_3$$

Тіснота зв'язку між факторною ознакою і змінними в моделі складуть:

$$r_{yx1} = -0,13568; r_{yx2} = 0,959058; r_{yx3} = 0,502698$$

Відбір домінуючих чинників впливу на місткість ринку споживчих товарів за коефіцієнтом кореляції

Позначення	Чинники впливу на місткість ринку продовольчих товарів	Коеф. кореляції, r_{yx}	Позначення	Чинники впливу на місткість ринку непродовольчих товарів	Коеф. кореляції, r_{yx}
X_1	Індекс цін на продовольчі товари	-0,42889	X_1	Індекс цін на непродовольчі товари	-0,62949
X_2	Рівень доходів населення	0,949374	X_2	Рівень доходів населення	0,964061
X_3	Імпорт продовольчих товарів	0,364794	X_3	Імпорт непродовольчих товарів	0,703456
X_4	Витрати домогосподарства на продовольчі товари	0,997164	X_4	Витрати домогосподарства на непродовольчі товари	0,946854
X_5	Курс валют	-0,63826	X_5	Курс валют	-0,97302
X_6	Чисельність населення	-0,86251	X_6	Чисельність населення	-0,89118
X_7	Валовий регіональний продукт	0,917443	X_7	Валовий регіональний продукт	0,93159

Дана модель дозволяє нам зробити наступні висновки: при зростанні рівня інфляції на 1%, обсяги продажу товарів скоротяться на 10,1 млн. грн., а при зростанні доходів населення на 1% – зростуть на 34,8 млн. грн., збільшення обсягів імпорту споживчих товарів на 1% забезпечить зростання продажу товарів на 1,9 млн. грн. Передбачаючи прогнозні параметри зростання цін та доходів населення можна реально оцінювати місткість ринку споживчих товарів в перспективі.

Ці висновки підтверджуються розрахунковими коефіцієнтами еластичності за X_1, X_2 і X_3 , які складають

$$E_{yx1} = -36,651 \cdot \frac{107,67}{673,97} = -5,855$$

$$E_{yx2} = 34,104 \cdot \frac{116,08}{673,97} = 5,53$$

$$E_{yx3} = 1,88 \cdot \frac{115,1}{673,97} = 0,321$$

Коефіцієнти еластичності показують, що при збільшенні рівня інфляції на 1%, продаж споживчих товарів в регіоні скоротиться на 5,9%, при збільшенні доходів населення і зростанні імпорту на 1% – продаж товарів зросте відповідно на 5,5% і на 0,3%.

Розрахована багатофакторна модель місткості продовольчого сегменту ринку (M_{np}) споживчих товарів має вигляд

$$M_{np} = -1492,5 + 1,6315x_1 + 14,2662x_2 + 0,4701x_3$$

Модель місткості непродовольчого сегменту ринку ($M_{непр.}$) характеризується наступним рівнянням

$$M_{непр.} = -1267,07 - 7,07049x_1 + 20,28498x_2 + 1,56x_3$$

Отримані результати досліджень за іншими сегментами ринку споживчих товарів, на яких є присутніми місцеві виробники, дозволяють нам сформулювати певні залежності між обсягами продажу товарів на одну особу (фактичного попиту) (V_i), динамікою цін (X_{1i}), рівнем середньомісячної зарплати (X_{2i}), обсягами виробництва на одну особу (X_{3i}). Результати цих розрахунків та зроблені прогнози майбутніх тенденцій представлені в додатку Т. Такі моделі дозволяють оцінювати реальні тенденції на РСТ, виявляти кількісні характеристики впливу зміни чинників на місткість ринку, передбачати зміни споживчого і виробничого потенціалу ринку, передбачати кон'юнктурні коливання попиту залежно від зміни цін на споживчі товари та грошових доходів населення.

Отже, маркетингова та прогностична діяльність органів влади має спрямовуватися на забезпечення стабільного розвитку ринкових механізмів, поліпшення конкурентних позицій підприємств, які виробляють споживчі товари, забезпечення широкої інформованості потенційних споживачів продукції, що виробляється, дозволяють окреслити майбутні контури найбільш важливих сегментів РСТ і закладають потужні підвалини вирішення багатьох складних соціальних та економічних проблем, які дестабілізують ринкову ситуацію.

Таким чином, практичними результатами використання прогнозів та маркетингових підходів в регулюванні РСТ на національному і регіональному рівнях стануть:

- сприяння вітчизняним товаровиробникам у підвищенні їхньої конкурентоспроможності та виходу на зовнішні ринки, отриманні інформації про умови і правила здійснення зовнішньої торгівлі, методи проникнення на зарубіжні ринки і подолання торговельних бар'єрів;
- маркетингова підтримка малого і середнього бізнесу, які забезпечують наповнення ринків споживчих товарів;
- створення і розвиток банку інформації, надання інформаційних та консультативних маркетингових послуг суб'єктам РСТ;

- формування центрів маркетингових досліджень та сприяння організації маркетингових служб на підприємствах;
- прогнозування перспектив розвитку ринку споживчих товарів;
- допомога у створенні і функціонуванні нових організаційних структур з надання маркетингових послуг (консалтингових фірм, бізнес – інкубаторів, регіональних торгових домів, торгово – промислових палат, торгово – сервісних центрів).

Звідси, за допомогою маркетингових заходів можна поєднати інтереси учасників ринку та спрямувати їхні ініціативи на розв'язання основного завдання – оптимізацію розвитку національного та регіональних ринків споживчих товарів.

3.3. Регуляторна політика щодо розвитку ринку споживчих товарів в умовах входження України до СОТ

Процес приєднання України до СОТ обумовлює чимало наукових дискусій, під час яких висловлюється необхідність прогнозування можливих наслідків від такого кроку. При цьому, прогнозні оцінки таких наслідків залишаються несистематизованими та розрізненими, а інколи навіть діаметрально протилежними. Однак комплексних підходів до вироблення регуляторної політики щодо внутрішнього РСТ досі не існує. Тому є потреба узагальненої оцінки впливу вимог і правил СОТ на стан і тенденції РСТ з метою прогнозування перспектив його розвитку та вироблення ефективних заходів нейтралізації негативних наслідків входження до СОТ.

Прогнозування перспектив розвитку РСТ в умовах входження України до СОТ можна вибудовувати на оцінках, по-перше, можливих наслідків лібералізації ринків для розвитку окремих галузей виробництва, які формують пропозицію споживчих товарів на ринку, стан їхньої конкурентоспроможності; по-друге, існуючих механізмів захисту національного і регіонального ринків та прав споживачів; по-третє, форм і методів державної підтримки товаровиробників; по-четверте, можливості гарантування продовольчої безпеки країни та регіонів. На основі прогнозних оцінок органами виконавчої влади мають бути розроблені заходи щодо нейтралізації або ж мінімізації негативних наслідків та максимізації потенційних переваг внутрішнього РСТ.

Слід відзначити, що на думку багатьох експертів [20; 24;100; 114; 156; 161; 214], вибір на користь приєднання до СОТ є виправданим з тієї точки зору, що у перспективі він має забезпечити відповідні зміни внутрішнього ринкового та інституційного середовища, сприяти розвитку конкуренції, розширити місткість внутрішнього РСТ, підвищити експортні можливості для вітчизняних товаровиробників і стати вихідним етапом процесу їхньої інтеграції у міжнародне економічне співтовариство.

Можливі наслідки для РСТ в умовах приєднання до СОТ доцільно класифікувати як такі, що матимуть прямі і непрямі впливи, якісні і кількісні параметри, проявлятимуться в довгостроковій чи короткостроковій перспективі, матимуть переваги (позитиви) чи ризики (негативи). Важливим аспектом у прогнозуванні перспектив розвитку РСТ є дослідження економічних, соціальних, політичних та психологічних наслідків лібералізації ринків, обумовленої вступом в СОТ, а також її впливу на динаміку і тенденції розвитку окремих галузей, які формують товарну пропозицію на РСТ, стан продовольчої безпеки, розвиток регіональних ринків товарів, зміни в системі державного регулювання РСТ, механізми захисту внутрішнього ринку та прав споживачів, рівень конкурентоспроможності вітчизняних товарів (рис. 3.8).

Передусім, необхідно відмітити ті переваги, які окреслюються для внутрішнього РСТ у зв'язку зі входження України в СОТ. Зокрема, вступ України до СОТ матиме позитивні наслідки для поглиблення процесу розвитку сфери пропозиції товарів на РСТ, підвищення товарообігу та якісного рівня обслуговування споживачів. Так лібералізація доступу до ринку роздрібної торгівлі створить умови для зниження адміністративних бар'єрів щодо вступу на цей ринок усіх його учасників, зокрема вітчизняних товаровиробників, що забезпечить створення додаткових робочих місць, розширення форм торгівлі, розвиток конкуренції. Збільшення прямих іноземних інвестицій розширить можливості виробництва споживчих товарів, роздрібну мережу і дозволить отримати передові технології, ефективні методи організації управління, продажу товарів, обслуговування споживачів.

Досвід європейських країн свідчить, що важливі переваги від системи СОТ отримують споживачі, оскільки урізноманітниться асортимент товарів за рахунок імпорتنих джерел, збільшиться їхня кількість, а внаслідок загострення конкуренції на

ринках, можливе пониження цін. Уже сьогодні на РСТ в Україні ці висновки підтверджуються розширенням імпортного сегменту товарів та їхньою ціною доступністю.

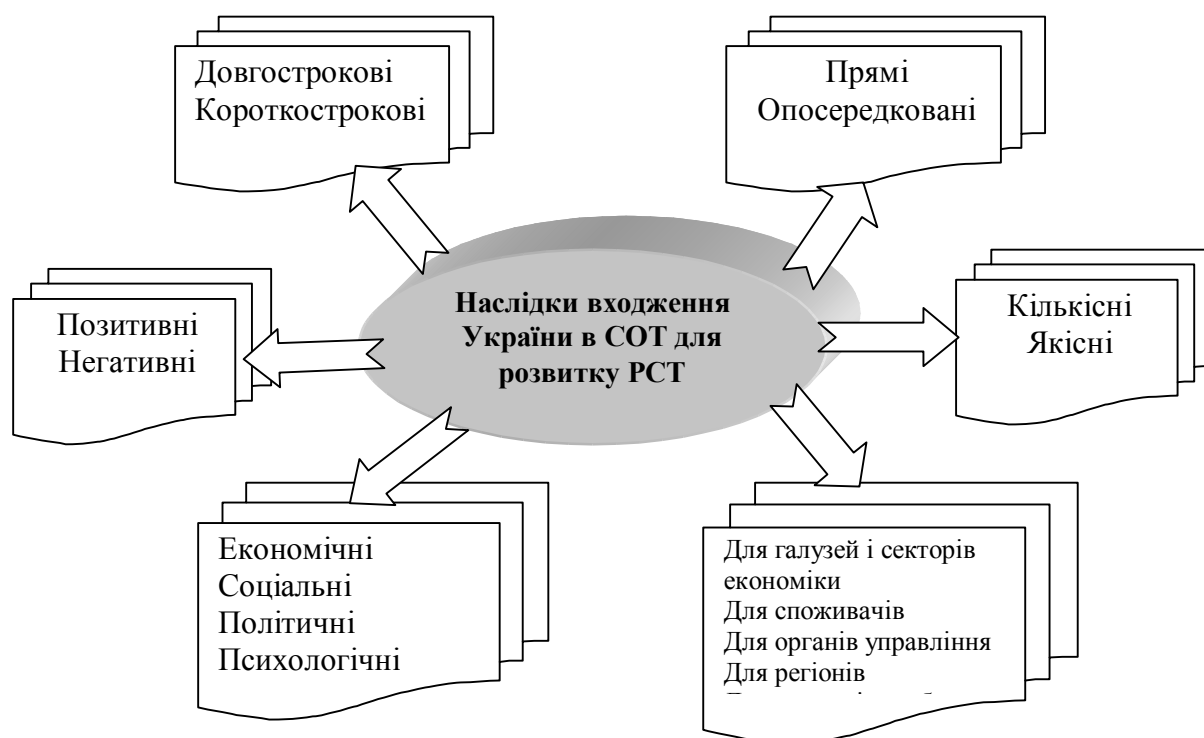


Рис. 3.8 Структуризація наслідків входження України до СОТ для розвитку ринку споживчих товарів¹

¹Примітка. Класифіковано автором.

Тенденції, які будуть мати негативні наслідки, лежать в площині зниження якості товарів, збільшення в короткостроковій перспективі надходжень на РСТ контрафактних товарів, погіршення споживчих властивостей окремих продуктів. Однак в довгостроковій перспективі ці проблеми можуть бути подолані внаслідок підвищення рівня конкуренції та виробництва конкурентоспроможних вітчизняних товарів. Зростання виробництва, яке відобразиться у зростанні реальних доходів домогосподарств, збільшення та розширення пропозиції товарів за нижчими цінами дозволить підвищити рівень життя за експертними оцінками на 5% [167;169].

Правила СОТ стимулюють підвищення рівня управління в країні, що є важливим з огляду здійснення регулятивних функцій щодо розвитку національного РСТ та забезпечення його конкурентоспроможності. За висновками фахівців, лібералізувавши умови торгівлі в тому чи іншому секторі економіки дуже важко зробити крок у зворотному напрямі. Для суб'єктів підприємницької діяльності це створює необхідну для ефективної торгівлі атмосферу впевненості, стабільності та

прозорості. Для уряду це означає можливість підтримання справедливих умов конкуренції для всіх учасників ринку, оскільки будь-які протекціоністські заходи у всьому світі, як правило, пов'язані з корупцією. Необхідність дотримуватись правил СОТ практично виводить уряд із під можливого тиску протекціоністів, оскільки вимоги останніх, як правило, не кореспондуються з угодами СОТ і не можуть бути виконані. Тому, членство в СОТ дозволить зменшити можливості протекціонізму, рівень корупції в країні та дотримуватись державницьких підходів в управлінні. Цьому сприятимуть започатковані в рамках технічної допомоги ЄС в Україні інструменти твіннінгу, своєрідного механізму трансформації і адаптації до європейських вимог системи державного управління. На сьогодні спільна робота європейських експертів і українських фахівців в органах виконавчої влади започаткована в проектах твіннінгу у сфері конкурентної політики і технічного регулювання, що для ринку споживчих товарів має стратегічне значення.

Разом з тим, вступ в СОТ загострить ряд економічних і соціальних проблем функціонування РСТ на загальнодержавному і регіональному рівнях. За експертними оцінками, такими наслідками для ринку будуть: втрата частини внутрішнього ринку вітчизняними виробниками внаслідок низької конкурентноздатності; скорочення робочих місць в сільському господарстві та галузях переробної промисловості, зниження можливостей реалізації продукції дрібними селянськими (підсобними) господарствами через високу вартість упровадження міжнародних санітарних стандартів на продукцію тваринництва і рослинництва; зниження рівня державної підтримки, що є найбільш гострою проблемою для вітчизняного товаровиробника і, передусім сільськогосподарського.

Впродовж останніх років державна підтримка виробника сільськогосподарської продукції здійснювалася шляхом: введення часткової компенсації з бюджету ставок за користування кредитами (кредитних дотацій); надання державних дотацій виробникам тваринництва та рослинництва; списання боргів; використання податку на додану вартість для забезпечення внутрішньої діяльності; часткової компенсації вартості придбаної складної сільськогосподарської техніки вітчизняного виробництва; підтримки цін виробництва сільськогосподарських товарів. Всі перераховані заходи належать до “жовтої скриньки” і згідно вимог СОТ мають бути скороченими. Разом з тим заходи “зеленої скриньки”, до яких відносять фінансування досліджень в аграрній

сфері; підвищення рівня інформаційно-консультативного обслуговування; надання маркетингових послуг; контроль за безпекою продуктів харчування; вдосконалення інфраструктури ринків продовольчих товарів; утримання стратегічних продовольчих запасів; структурну перебудову сільського господарства та розвиток ринків продовольчих товарів, не обмежуються у фінансуванні. Отже, вимоги СОТ обумовлюють необхідність зміни акцентів з бюджетної підтримки товаровиробника на підтримку розвитку інфраструктури ринків та сільської місцевості, розвиток людського фактору, підтримки депресивних територій. Основними завданнями органів управління, які впливають із ризиків вступу в СОТ, і які необхідно розв'язати в сфері розвитку продовольчого ринку, слід виокремити такі:

- стимулювання внутрішнього попиту на продовольчу продукцію і продовольчі товари;
- підвищення конкурентоспроможності товарів за рахунок поліпшення якості і безпеки сільськогосподарської продукції шляхом упровадження міжнародних стандартів якості;
- формування збутової інфраструктури для виробників сільськогосподарської продукції;
- надання державних субсидій та пільгових кредитів лише для впровадження інновацій у виробництві товарів, удосконалення технологій, розширення асортименту товарів;
- розвиток принципу прямого отримання кредитів через ринкові фінансові інституції та надання державних гарантій в кредитуванні сільськогосподарських та переробних підприємств.

Таким чином, членство у СОТ ставить перед урядом проблему розробки таких механізмів державної підтримки, які припускали б ефективну допомогу товаровиробникам й водночас відповідали вимогам СОТ. Цікавим є приклади зарубіжних країн, де узгоджуються механізми державного протекціонізму і вимоги СОТ. Зокрема, для стабілізації аграрного виробництва та підвищення ефективності функціонування продовольчого ринку в зарубіжних країнах використовується система прямих і непрямих важелів державного впливу: регулювання цін і фермерських доходів, бюджетне фінансування, кредитування, стабілізація ринку сільськогосподарської продукції. При цьому практично всі західні країни у відносинах

сільського господарства з іншими галузями, у питаннях експорту й імпорту сільськогосподарської сировини дотримуються принципу аграрного протекціонізму. Більше того, успіхи сільського господарства країн Західної Європи, США, Канади, Японії, Китаю зобов'язані не стільки розвитку ринкових відносин у цих країнах, скільки обмеженню дій ринкових механізмів саморегулювання з використанням зовнішніх важелів впливу. Це державна підтримка сільськогосподарських товаровиробників через дотації, ціни, квоти, кредитну й податкову політику [257, с. 64].

Загалом, системою СОТ визначено два основних критерії, за якими має надаватися державна підтримка товаровиробникам: перший – тільки через урядові бюджетні програми, а не за кошти споживачів; другий – наслідком підтримки не повинно бути надання цінової підтримки виробникам.

На захист національних ринків і товаровиробників у західних країнах спрямовано механізм зовнішньоторговельних відносин, головною складовою якого є цінове регулювання. Розроблені механізми цінового регулювання США, Японії, країн ЄС захищають від дешевого імпорту окремих видів сільськогосподарської продукції і одночасно регулюють надходження продукції, що не виробляється, або виробляється не в достатній кількості всередині країни. Зокрема, комісія ЄС періодично регулює ціни за трьома головними критеріями:

- рекомендовані ціни (індикативні - для молока, цукру, соняшника; орієнтовні - для м'яса, вина; цільові - для тютюну);
- мінімальні ціни імпорту (граничні - для зернових, цукру, молочних продуктів; довідкові - для фруктів, овочів, вина, рибопродуктів; шлюзові - для свинини, яєць, птиці). Захист від імпорту відбувається шляхом обкладання додатковим митним збором, що дорівнює різниці між національною торговельною ціною й ціною імпорту. Крім захисту від імпорту, стимулюється експорт за межі ЄС - експортні субсидії;
- мінімальні ціни, мета яких гарантувати виробникові нормальний рівень доходу й диференціювати заготівельні ціни по районах за видами продукції [256, с. 69].

Таким, чином, загальносвітовими особливостями державного регулювання ринку продовольства є: посилення регуляторної ролі держави та протекціонізму щодо власного товаровиробника, незважаючи на вимоги СОТ, які передбачають зниження підтримки аграрного виробництва; дотаційності аграрного виробництва; державного

сприяння розширенню місткості національного ринку продовольства і стимулювання експорту аграрної продукції на світовий ринок.

Підсумовуючи вищенаведене, слід зазначити, що, діючі економічні механізми державної підтримки аграрного товаровиробника в європейських країнах є адекватними вимогам СОТ, однак особливості їх реалізації обумовлюються особливостями розвитку аграрного виробництва в кожній країні. Що стосується державної політики підтримки в Україні, то вона повинна в сучасних умовах передбачати, по-перше, стимулювання вітчизняного виробника до виробництва якісної конкурентоспроможної сільськогосподарської продукції, що слугуватиме поштовхом для розширення внутрішнього ринку продовольчих товарів, а по-друге, реалізації експортноорієнтованої стратегії та виходу на ринки інших країн, що гарантується правилами і умовами СОТ.

Іншими можливими загрозами для національного і регіонального РСТ, які актуалізуються входженням України в СОТ, є: а) втрата конкурентоспроможності, а саме, через некоректне ціноутворення на окремі товари, високий рівень монополізації окремих ринків, консервацію нераціональної структури виробництва споживчих товарів; б) загрози продовольчої безпеки, висока частка витрат населення на продовольчі товари у структурі сукупних витрат, прояви дестабілізації і кризи на окремих продовольчих сегментах РСТ, зростання рівня цін на споживчі товари, передусім продовольчі; в) загрози захисту внутрішнього РСТ, особливо, щодо невідповідності стандартів якості споживчих товарів вимогам ЄС та СОТ, розширення імпортного сегменту на РСТ, втрати вітчизняними товаровиробниками частини внутрішнього РСТ. Прогнозні оцінки наслідків упровадження заходів щодо зниження ризиків та нейтралізації негативного впливу лібералізації торгівлі на РСТ подані додатку Ф.

За переважаючими оцінками експертів [169; 161, с. 5-11; 114, с.5; 109], процес приєднання України до СОТ обумовить, з одного боку, підвищення темпів розвитку орієнтованих на експорт галузей, диверсифікації й зростання експортної продукції внаслідок лібералізації торговельного режиму країн-партнерів, з іншого – посилить конкуренцію на внутрішньому РСТ. Проте відкриття внутрішнього ринку товарів для зарубіжних виробників може загострити проблему низької конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробництва через відсутність можливості використання ними

пільг, які суперечать угодам СОТ чи викривляють умови конкуренції. Внаслідок цього окремі виробники споживчих товарів можуть стати збитковими та втратити внутрішні ринки реалізації товарів.

Очікувані зміни у зовнішньому конкурентному середовищі, його глобалізація зумовлюють необхідність пошуку ефективних шляхів досягнення, підтримання і розвитку конкурентності національних ринків, в т.ч. РСТ. Реалізація стратегії підвищення конкурентності РСТ є важливою на сучасному етапі економічної інтеграції України, зважаючи на сучасну та перспективну відкритість української економіки, а в умовах вступу України до СОТ є безальтернативним напрямом економічної стратегії держави. Головною умовою забезпечення конкурентності РСТ стає формування економічного середовища для підвищення конкурентоспроможності вітчизняних товаровиробників

Для мінімізації втрат від вступу України до СОТ через відкриття внутрішнього ринку необхідно, з одного боку, посилити акценти стратегії структурних змін щодо розширення частки виробництв конкурентоспроможних споживчих товарів та галузей, які випускатимуть імпортозаміщені товари за рахунок використання внутрішніх ресурсів та чинників розвитку, з іншого – забезпечити узгодженість стратегічного курсу структурних змін із загальноприйнятим міжнародним механізмом захисту внутрішнього ринку і регулюванням зовнішньоекономічної діяльності.

В зв'язку зі вступом України до СОТ, розвитком інтеграційних та глобалізаційних процесів посилюються проблеми захисту національного РСТ від негативного впливу іноземної конкуренції, вирішення питання підтримки вітчизняних товаровиробників, а також створення рівних умов для вітчизняних і зарубіжних компаній. Щодо політики державного протекціонізму, то тут виникає ряд дискусійних моментів. По-перше, вона суперечить основним правилам міжнародної конкуренції: на відміну від політики вільної торгівлі вона створює бар'єри для вільного переміщення товарів, модифікує (іноді спотворює) конкурентне середовище. По-друге, цей вид політики має як позитивні, так і негативні наслідки для механізмів функціонування РСТ: з однієї сторони, підтримуючи вітчизняного товаровиробника, держава забезпечує зміцнення його позицій на зарубіжних ринках і таким чином сприяє підвищенню конкурентоспроможності національних товарів на світовому ринку. Проте, створення сприятливих умов для національних товаровиробників

обумовлює і негативні процеси: зміцнення ринкової влади окремих підприємств, можливість зловживання монополієм (домінуючим) становищем; відсутність мотивації до вдосконалення, антидемпінгові заходи зарубіжних країн (торговельних партнерів). Тому, беручи на себе певні зобов'язання, держава має проводити зважену протекціоністську конкурентну політику. Захищаючи національні економічні інтереси, необхідно забезпечити рівні умови для розвитку конкуренції на внутрішньому РСТ, оскільки у перспективі вигоди від економічної конкуренції будуть більшими, ніж вигоди державного протекціонізму [20,109].

Слід наголосити, що угоди СОТ передбачають комплекс заходів захисту внутрішніх ринків країн. Серед захисних та обмежувальних заходів, можливість застосування яких передбачена в рамках угод СОТ, можна виділити такі:

- 1) введення тимчасових обмежень імпорту з метою вирівнювання платіжного балансу;
- 2) підвищення імпортного мита та застосування кількісних обмежень імпорту;
- 3) можливість вводити обмеження імпорту сільськогосподарської продукції згідно Угоди про сільське господарство та Угоди про застосування санітарних і фітосанітарних заходів [244];
- 4) впровадження антидемпінгових та компенсаційних заходів, які є ефективним інструментом боротьби із заниженням цін на імпортовані товари та експортними субсидіями [243];
- 5) введення режимів найбільшого сприяння та національних режимів щодо внутрішнього оподаткування та регулювання.

Отже, існує можливість задіяти комплекс заходів щодо захисту внутрішнього РСТ, але всі вони мають відповідати нормам і принципам СОТ.

Вимоги СОТ обумовлюють формування відповідної системи захисту прав споживачів та гарантування безпеки і якості товарів. Діюча система захисту прав споживачів в Україні побудована на адміністративному контролі за якістю товарів, шляхом проведення контрольних перевірок щодо дотримання вимог безпеки товарів, правил торговельного обслуговування, зберігання товарів, правильності розрахунків зі споживачами, а також накладанні адміністративних стягнень та заборони продажу товарів, на які відсутні сертифікати відповідності. Загалом, така практика передбачає здійснення інспекційної діяльності органів влади переважно в сфері торгівлі, тобто на

інтересів, задоволення основних потреб, компенсацію втрат, споживчу освіту. В контексті цих положень подальша розбудова національної системи захисту споживачів повинна здійснюватися шляхом вдосконалення координації і взаємодії органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування і громадських організацій споживачів.

Як показують дослідження, ефективність реалізації заходів захисту споживачів в Україні може бути забезпечена інтеграцією підходів та використання європейського досвіду захисту прав споживачів, в тому числі: практики незалежних споживчих тестувань для отримання інформації про продукцію не від зацікавлених джерел – виробників та продавців, а від незалежних споживацьких організацій; вивчення та адаптації поширеної в західних країнах методики впровадження індексу задоволення споживачів, яка використовується для порівняння конкурентоспроможності економік; в створенні ефективної системи інформування громадян про якість та безпеку товарів на РСТ України.

Таким чином, політика СОТ обумовлює нові підходи до формування споживчої політики країни, а саме, створення ринкових механізмів захисту прав споживачів, адекватних європейським вимогам; переорієнтування основних завдань стандартизації і сертифікації на потреби звичайного громадянина; поширення практики співробітництва служб захисту прав споживачів з виробниками продукції задля виявлення на ринку фальсифікованих товарів; підвищення ефективності функціонування національної системи технічного регулювання в інтересах споживачів на засадах гармонізації законодавства з вимогами СОТ та ЄС; врахування балансу інтересів споживачів, виробників, підприємців, органів влади при забезпеченні пріоритетів державної політики у сфері захисту прав споживачів. Розвиток конструктивної взаємодії усіх гілок державної системи захисту прав споживачів можливий через запровадження міжнародних норм конс'юмерської політики, а також створення законодавства про захист прав споживачів, яке буде гармонізоване до європейського.

До ризиків, які можуть створити додаткові загрози продовольчій безпеці країни слід віднести:

– зниження в короткостроковій перспективі виробництва окремих споживчих товарів в обсягах, еквівалентних збільшенню імпорту.

– наповнення продовольчого ринку України товарами за низькими цінами іноземного походження (цукром, маргарином, маслом, сирами, іншими молочними продуктами, картоплею і овочами, фруктовими соками) та вимивання важливої для вітчизняної харчової промисловості сировини внаслідок відкриття внутрішнього ринку продовольства;

– скорочення виробництва споживчих товарів, відповідно, скорочення надходжень до бюджету, втрата робочих місць, зростання соціальної напруженості внаслідок низької конкурентоспроможності вітчизняної продукції;

– зниження якості споживчих товарів, які надходять на внутрішній РСТ;

– збереження нераціональної структури споживання (див. додаток У).

В основу унеможливлення поглиблення ризиків продовольчої безпеки слід покласти стратегію захисту РСТ, запропоновану в §3.1 дисертаційної роботи.

Наслідки вступу України до СОТ будуть різними і для регіонів, і залежатимуть, передусім, від балансу конкурентоспроможних та неконкурентоспроможних виробництв, структурної збалансованості (чи незбалансованості) регіональних РСТ, рівня платоспроможного попиту та диференціації населення за доходами і витратами, рівня натуралізації споживання. На регіональному рівні ефект відкриття внутрішніх ринків буде залежати також від обсягів зростання імпорту за окремими товарними групами та можливостей місцевих виробників забезпечити належну конкуренцію шляхом виробництва конкурентоспроможних товарів.

Для оцінки потенційних загроз від зменшення імпортних бар'єрів для іноземних товарів можна скористатися двома критеріями, запропонованими Українським центром міжнародної інтеграції. Перший – критерій споживання. Він показує яку частку займає імпортована продукція в загальних обсягах споживання населення області. Чим більше вітчизняний споживач орієнтований на іноземну продукцію, тим більш вагомим буде зростання імпортного сегменту регіонального ринку. Розраховані співвідношення імпорт/внутрішнє споживання дали можливість охарактеризувати регіони як такі, що є чутливими, нейтральними або млоуразливими до лібералізаційних процесів (табл.3.10).

Отже, для групи регіонів, де частка загальних витрат населення на придбання імпортних товарів перевищує коефіцієнт 0,5 і зростає до 1,0, наслідки лібералізації торгівлі (усунення бар'єрів в торгівлі для іноземних товаровиробників при вступі до

**Умовне групування регіонів за ступенем чутливості до лібералізації торгівлі
за критерієм споживання¹**

Регіон	Група	Імпорт / витрати
Чернівецька	I (малоуразлива)	0,16
Хмельницька		0,16
Херсонська		0,17
Кіровоградська		0,17
Тернопільська		0,18
Автономна Республіка Крим		0,21
м. Севастополь		0,32
Черкаська		0,32
Вінницька	II (нейтральна)	0,33
Полтавська		0,34
Луганська		0,35
Волинська		0,37
Житомирська		0,37
Рівненська		0,39
Харківська		0,43
Чернігівська		0,45
Сумська	0,49	
Донецька	0,49	
Івано-Франківська	III (вразлива)	0,54
Одеська		0,60
Миколаївська		0,61
Запорізька		0,62
Дніпропетровська		0,64
Львівська		0,67
Закарпатська		0,71
Київська		0,74
м. Київ	0,89	

¹Примітка. Розраховано автором з використанням [25; 49; 231]

СОТ) будуть гострішими. На ринках цих регіонів прогнозується розширення імпортного сегменту товарів, що призведе до зниження внутрішнього виробництва та загострення конкуренції. Разом з тим, у використанні цього критерію в ранжуванні регіонів, на нашу думку, слід враховувати чинник рівня доходів населення і структури споживання, оскільки саме вони будуть визначати місткість і динаміку розширення ринків основних споживчих товарів.

Критерій виробництва, який характеризує співвідношення між обсягами імпорту та власного виробництва, показує рівень конкуренції між імпортними і місцевими товарами. Через відносно низьку конкурентоспроможність вітчизняних товарів, зміна митної політики та впровадження режимів найбільшого сприяння, ймовірно, найбільш відчутно вплинуть на ті виробництва, де вже існує суттєва

конкуренція з боку імпорту. Загострення конкуренції слід очікувати, перш за все, в галузях, що спеціалізуються на виробництві продуктів харчування. Використання цього критерію дозволило практично всі регіони віднести до групи вразливих і менш вразливих, оскільки в них джерелами товарного наповнення продовольчого ринку є переважно вітчизняні і місцеві товаровиробники, а на непродовольчому ринку товарна пропозиція формується переважно імпортними товарами.

Підсумовуючи результати дослідження наслідків входження України в СОТ, її євроінтеграційних намірів та вибору регуляторної політики, можна спрогнозувати декілька можливих варіантів вироблення регулятивних заходів щодо розвитку РСТ. Такі прогнозні оцінки вибудуємо на основі моделей макроекономічного регулювання та стратегій розвитку відкритої економіки, запропонованих Р.Купером [267], а саме:

- пасивна реакція, або поведження “як усі”, коли уряд реагує на загальні інтеграційні тенденції розвитку і погоджується, з тих або інших причин, на участь в процесах лібералізації. “Непогодження” означає ізолюваність від провідних регіональних інтеграційних об'єднань. В даному випадку загальні тенденції на РСТ, які склалися в минулому, будуть зберігатися. Їхня динаміка залежатиме від впливу держави на розв'язання основних проблем ринку, а саме, ліквідацію диспропорцій, попередження прояву кризових ситуацій, збалансування ринку, передусім, інструментами лібералізації торгівлі, гарантування якості товарів та продовольчої безпеки країни;

- “експлуатаційний” підхід, змістом якого є намагання випередити інші держави в справі лібералізації торговельно-економічної взаємодії – це створення спеціальних економічних зон всередині країни, надання пільг та привілеїв, які сприяють перерозподілу ресурсів і капіталів. Даний варіант щодо РСТ є неприйнятним з точки зору непрозорості механізмів формування таких зон;

- “захисна відповідь”, яка за своєю сутністю є обмеженням лібералізації і спрямована на усунення тих супутніх лібералізації явищ, які є небажаними для країни. “Захисною відповіддю” можна вважати і прийняття відносно більш жорстких, ніж раніше, обмежувальних заходів тарифного і нетарифного регулювання. Практика використання таких підходів не призводить до активізації процесів на ринку, а навпаки, викликає зниження ділової активності, супроводжується очікуваннями товаровиробників, а, отже, створює кризові ситуації;

- економічна агресія, що ґрунтується на силових діях тиску на торгово-економічного партнера. Найбільш поширеним прикладом застосування інструментарію з арсеналу економічної агресії є антидемпінгові процедури, які негативно позначалися на ринках таких товарів;

- спільне врегулювання проблем торгівлі та інших форм взаємодії передбачає вжиття заходів з метою створення інститутів сприяння співробітництву, укладання домовленостей з приводу узгодження політики захисту ринків, формування режимів найбільшого сприяння, уникнення подвійного оподаткування, гарантування безпеки товарів, спрощених процедур доступу товарів на ринки тощо. Вважаємо, що в даній ситуації, перспективи розвитку РСТ є найбільш оптимістичними з точки зору врегулювання проблем, які можуть виникати в процесі забезпечення товарної та цінової стабілізації ринків.

Отже, напрямки майбутнього розвитку РСТ в умовах вступу України до СОТ будуть залежати від вибору форм та інструментарію регулювання РСТ, здійснення політики вільної торгівлі, а також чутливості окремих галузей споживчого сектору і регіонів до зміни тарифної системи.

Висновки до розділу 3

1. Зміни в економічному середовищі та економічній кон'юнктурі унаслідок вступу України до СОТ, необхідність прискорення децентралізації системи управління, посилення регулюючих функцій ринкових механізмів та громадського регулювання. обумовлюють необхідність вироблення нових концептуальних підходів до регулювання РСТ на національному і регіональному рівнях. Звідси, основним завданням регулювання РСТ є вироблення системи конкретних заходів, які дозволять забезпечити збалансований, стійкий та безпечний його розвиток і розширення, створити повноцінне соціально-орієнтоване ринкове середовище, спрямоване на повне задоволення попиту населення на споживчі товари за доступними цінами в територіальних межах та гарантованому рівні якості та безпеки товарів. Для розв'язання цих завдань доцільно розробити Концепцію розвитку та регулювання ринку споживчих товарів, а на її основі, Стратегію удосконалення регулювання ринку споживчих товарів. Цільовими векторами реалізації Стратегії мають бути: забезпечення стабілізації і збалансування ринку (стратегія стабілізації); розвиток і

розширення ринку споживчих товарів (стратегія розвитку); захист та безпека регіонального ринку споживчих товарів (стратегія захисту); підвищення конкурентноздатності ринку (конкурентна стратегія). Визначено, що очікуваними результатами реалізації Стратегії удосконалення регулювання РСТ на національному і регіональному рівнях буде соціальна, економічна та політична стабілізація, що дозволить підвищити рівень і якість життя населення, забезпечити доступність товарів; гарантуватиме продовольчу безпеку громадян.

2. Ефективність і результативність реалізації регулятивних заходів буде залежати від розроблення та впровадження організаційно-функціональної моделі маркетингу РСТ як своєрідного маркетингового проекту (або концепції). Його завданням має стати реалізація стратегічних цілей органів влади щодо формування конкурентного ринкового середовища, а практичним результатом впровадження – створення маркетингового продукту. Результатами використання маркетингових підходів в регулюванні РСТ стануть: визначення перспективної моделі РСТ і оцінка можливостей задоволення попиту населення в споживчих товарах за рахунок власного виробництва; маркетингова підтримка малого і середнього бізнесу; створення і розвиток банку власної інформації; формування центрів маркетингових досліджень та сприяння організації маркетингових служб на підприємствах; налагодження гнучких зв'язків з виробниками споживчих товарів в інших регіонах та за кордоном; допомога у створенні і функціонуванні нових організаційних структур з надання маркетингових послуг.

3. Для забезпечення комплексності в реалізації маркетингових функцій органів влади доцільно створити в регіонах країни центри маркетингових досліджень (ЦМД). Основними напрямками їхньої діяльності стане: створення системи інформаційної підтримки розвитку РСТ та надання необхідної аналітичної інформації учасникам ринку; налагодження взаємовідносин між товаровиробниками шляхом погодження їхніх маркетингових програм, спрямованих на реалізацію стратегічних і тактичних цілей розвитку ринку; організація просування споживчих товарів; формування та управління платоспроможним попитом, його прогнозування за основними сегментами ринку; прогнозування місткості та кон'юнктури РСТ; випуск інформаційно-рекламних матеріалів, надання консультацій, організація в регіоні конференцій, семінарів, виставок товарів. Пропонується в перелік конкретних продуктів в рамках маркетингових досліджень РСТ включити: надання

інформаційних послуг суб'єктам господарювання в галузі маркетингової діяльності; надання консультацій щодо організації і проведення рекламних PR-компаній; проведення маркетингових досліджень за заявками товаровиробників, органів влади; вивчення ринків товарів, споживачів, конкурентів; розроблення методик та надання рекомендацій в формуванні і реалізації маркетингових стратегій для нових споживчих товарів, їхнього просування; розрахунки бюджету маркетингу; проведення аналітичних та прогнозних розрахунків місткості і потенціалу ринку споживчих товарів; вивчення фактичного і потенційного попиту населення, прогнозування платоспроможного попиту, проведення аудиту роздрібної і гуртової торгівлі, розроблення прогнозів кон'юнктури ринку на перспективу.

4. Прогнози кон'юнктури РСТ, його місткості та визначення впливу основних чинників повинні слугувати основою для обґрунтування доцільності, напрямків і форм втручання органів влади в розвиток ринкових механізмів. Вони мають бути інформаційною базою для прийняття та реалізації тактичних управлінських рішень щодо формування конкурентного середовища, підтримки товаровиробника, стимулювання платоспроможного попиту населення, розвитку торгівельної інфраструктури, структурних зрушень у виробництві споживчих товарів та формування перспективної моделі РСТ Основними прогнозними розрахунками, які є базовими для вироблення стратегічних заходів регулювання розвитку ринку споживчих товарів з боку органів влади та використання суб'єктами ринку для формування їхніх маркетингових стратегій, є побудова трендових та багатофакторних моделей місткості основних сегментів ринку споживчих товарів.

5. Доведено, що глобалізаційні виклики та приєднання України до СОТ обумовлюють підвищені вимоги до вироблення державної політики захисту національного ринку, формування конкурентного середовища та гарантування національної безпеки. В її основі мають лежати оцінки наслідків лібералізації торгівлі для внутрішнього РСТ та прогнозування перспектив його майбутнього розвитку на національному і регіональному рівнях. Такі прогнози вибудовані на основі оцінок, можливих наслідків для розвитку окремих галузей виробництва, які формують пропозицію споживчих товарів на ринку, стану їхньої конкурентоспроможності; існуючих механізмів захисту національного і регіонального ринків та прав споживачів; форм і методів державної підтримки товаровиробників; можливості гарантування продовольчої безпеки країни та регіонів. Перевагами, які окреслюються

для внутрішнього РСТ стануть: зростання та розширення пропозиції споживчих товарів, підвищення товарообігу, стабілізація цін, зниження адміністративних та торговельних бар'єрів для виходу на зовнішні ринки, підвищення рівня управління в країні. Негативними наслідками для ринку буде: втрата частини внутрішнього ринку вітчизняними виробниками внаслідок низької конкурентноздатності; скорочення робочих місць в сільському господарстві та галузях переробної промисловості, зниження рівня державної підтримки, загрози продовольчої безпеки; загрози захисту внутрішнього РСТ; розширення імпортного сегменту на РСТ.

6. Лібералізація зовнішньої торгівлі, як вимога системи СОТ, посилить регіональну диференціацію РСТ. Розраховані критерії споживання та виробництва для визначення рівня вразливості регіонів до політики лібералізації торговельних відносин є індикаторами потенційних викликів, що можуть постати перед економіками регіонів після приєднання України до СОТ. Чутливість регіональних РСТ означає, що регіони не можуть ігнорувати потенційні загрози і свідчить про необхідність проведення структурних та інституційних змін.

Результати досліджень опубліковані в [179; 181; 183; 185; 187].

ВИСНОВКИ

Основним науковим результатом дисертаційної роботи є теоретичні узагальнення, наукове обґрунтування та нове вирішення важливої прикладної проблеми – формування дієвого організаційно-економічного механізму регулювання ринку споживчих товарів. В процесі дослідження були отримані такі результати та зроблені висновки:

1. Соціально-економічна сутність РСТ визначається тим, що ринок дозволяє вирішувати гострі економічні і соціальні проблеми суспільства, а саме, оптимізує пропорції в національній економіці і структурі виробництва споживчих товарів; стимулює інвестиційну діяльність виробників товарів; узгоджує економічні інтереси всіх учасників ринку та забезпечує економічні взаємозв'язки між окремими галузями та регіонами, є індикатором соціальної стабільності в суспільстві та критерієм оцінювання рівня життя населення. Особливістю формування РСТ слід вважати спонтанний характер його розвитку, що є наслідком відсутності чіткої моделі ринкового розвитку економіки країни загалом. Особливостями функціонування РСТ є: непрогнозованість ринкової кон'юнктури; цінова дестабілізація та порушення рівноваги ринку на його найбільш соціально значущих сегментах; незавершеність формування єдиного національного ринкового середовища.

2. Проблему регулювання РСТ в Україні слід розглядати не з позицій його необхідності чи доцільності, а чіткого окреслення цілей, форм та меж втручання, і, відповідно, його наслідків. На сьогодні в Україні зміст, зокрема, державного регулювання РСТ, окреслюється в існуванні двох концепцій: структурної та протекціоністської. Узагальнення практики регулювання РСТ в Україні дозволило виділити такі основні етапи його становлення та трансформації, а саме: 1 етап – формування політики лібералізації торгівлі, цін, виробництва; 2 етап – реалізації політики стабілізації, подолання кризових явищ та збалансування ринку; 3 етап – проведення політики стимулювання внутрішнього ринку; 4 етап – формування політики зростання та підвищення конкурентності національного РСТ.

3. Діагностика стану РСТ дозволила виявити певні закономірності розвитку РСТ та окреслити проблеми трансформаційних процесів на національному і регіональному рівнях, а саме: загальну незбалансованість між попитом і пропозицією споживчих

товарів, їхню структурну невідповідність; низький платоспроможний попит; розширення тіньового сегменту фальсифікованих та контрафактних товарів; посилення регресивних змін в структурі споживання; деформованість кінцевих каналів реалізації; цінову дестабілізацію; наявність диспропорцій в територіальній організації внутрішньої торгівлі, нерозвиненість інфраструктури споживчого ринку.

4. В процесі дослідження організаційного механізму регулювання РСТ виявлено, що він ґрунтується на взаємодії всіх його учасників та організаційних структур управління, які здійснюють регулятивні функції на національному та регіональному рівнях. Доведено, що періодичність проявів кризових явищ на РСТ обумовлює необхідність прийняття оперативних рішень щодо ліквідації наслідків дестабілізаційних процесів. Саме це актуалізує проблему підвищення відповідальності місцевих органів виконавчої влади за гарантування безпеки товарів, захист прав споживачів, товарне наповнення ринку. Сформована модель організаційних відносин між центральними і місцевими органами виконавчої влади має ґрунтуватися на: взаємодії з органами місцевого самоврядування; розмежуванні повноважень і функцій; формуванні системи методичного та наукового забезпечення реалізації функцій; розробленні моделей розвитку РСТ, механізмів його регулювання; здійсненні моніторингу дотримання законодавства в сфері цінового регулювання, захисту прав споживачів, правил торговельного обслуговування; координації діяльності щодо попередження кризових явищ на ринках.

5. Дослідження економічних механізмів державного регулювання РСТ засвідчило, що вони за своєю суттю є дуалістичними: з одного боку, протидіють розгортанню інфляційних процесів і обмежують монополістичну діяльність, гарантуючи доступність соціально важливих споживчих товарів для всіх категорій населення та забезпечуючи їхню якість і безпеку, а з другого – стимулюють діяльність товаровиробників, створюючи сприятливе економічне середовище для реалізації економічних інтересів через державну політику підтримки та сприяння розвитку.

6. Зміни в економічному середовищі та економічній кон'юнктурі, викликані вступом України до СОТ та посиленням регулюючих функцій ринкових механізмів і громадського регулювання, обумовлюють необхідність впровадження розробленої автором Концепції розвитку та регулювання РСТ, а на її основі – Стратегії удосконалення регулювання РСТ, в межах якої виокремлено: стратегію стабілізації; стратегію

розвитку; стратегію захисту; конкурентну стратегію. За кожною з них розроблено систему регулятивних заходів щодо досягнення цільових орієнтирів та визначені очікувані результати їх реалізації.

7. Запропоновані підходи до побудови організаційно-функціональної моделі маркетингу РСТ, головним завданням формування якої є реалізація стратегічних цілей органів влади щодо формування конкурентного ринкового середовища, а практичним результатом впровадження – створення маркетингового продукту, який надаватиметься учасникам РСТ. До останнього доцільно включити: управлінські та консультативні послуги; проведення маркетингових досліджень РСТ; розроблення методик та надання рекомендацій у формуванні і реалізації маркетингових стратегій для нових споживчих товарів, їхнього просування; проведення аналітичних та прогнозних розрахунків місткості та потенціалу РСТ; вивчення фактичного і потенційного попиту населення, прогнозування платоспроможного попиту.

8. В контексті вступу України до СОТ виникає необхідність зміни напрямків та змісту регуляторної політики щодо РСТ, внаслідок чого у дисертації запропоновано механізми удосконалення захисту прав споживачів, підвищення конкурентності внутрішнього ринку, нейтралізації ризиків для регіональних ринків споживчих товарів.

Етапи процесу становлення та розвитку системи регулювання ринку споживчих товарів¹

Етапи функціонування ринку СТ	Загальні тенденції на ринку споживчих товарів	Напрямок реалізації державної політики та система основних регуляторних заходів	Інституціональне забезпечення системи регулювання ринку	Наслідки (результати) впровадження регуляторних заходів
1990- 1994 рр. етап становлення ринку споживчих товарів	<p>Негативні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - скорочення місткості РСТ - зниження обсягів РТО; - різке падіння виробництва товарів народного споживання; - розгортання інфляційних процесів та динамічне зростання цін на споживчі товари; - структурно-асортиментна незбалансованість товарної пропозиції на РСТ (звуження асортименту товарів, зниження їхньої якості, невідповідність структури попиту, вимивання дешевих видів товарів з торгівлі) - високий рівень незадоволеного попиту; - скорочення рівнів та деформація структури особистого споживання; - прояви товарного дефіциту та ажіотажного попиту на більшість товарів, - розширення бартерних товарообмінних операцій; - розширення масштабів тіньового РСТ. 	<p>Реалізація державної політики лібералізації торгівлі, цін, виробництва:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вироблення механізмів лібералізації торгівлі, цін та виробництва; - здійснення системи заходів щодо комерціалізації державних торговельних підприємств; - упровадження системи державного протекціонізму та підтримки підприємств, які виробляють товари народного споживання; - нормативно-правове забезпечення формування ринкової інфраструктури; - здійснення контролю за станом роздрібних цін на продовольчі та непродовольчі товари в торговій мережі; - визначення переліку товарів, за якими здійснюється державне регулювання цін та встановлення граничних розмірів підвищення цін; - формування системи державного захисту прав споживачів та забезпечення гарантованого рівня споживання основних видів товарів. 	<p>Ліквідація Міністерства торгівлі України та відповідних галузевих і територіальних органів управління торгівлі. Передача функцій організаційного та економічного регулювання РСТ Міністерству зовнішніх економічних зв'язків і торгівлі, а функцій з проведення комерціалізації торгових організацій – Фонду державного майна та створеним регіональним Фондам комунального майна;</p> <p>Прийняття правових та нормативних актів з питань інституціонального реформування, стабілізації виробництва товарів народного споживання, формування ринкової інфраструктури (в т.ч. торговельної), розвитку підприємницької діяльності :</p> <p>Законів України: “Про захист прав споживачів”(1991р. та з доповненнями в 1993р. за N 3682-ХІІ); “Про захист споживчого ринку в УРСР”(1991р.); “Про споживчу кооперацію” (1992р.); “Про приватизацію невеликих державних підприємств (малу приватизацію” (1992р.); Указу Президента України “Про комерціалізацію державної торгівлі і громадського харчування” (1992р.);</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Децентралізація системи управління торгівлею; заміна адміністративної управлінської вертикалі на горизонтальні зв'язки в сфері торгівлі; - зняття обмежень на закупівлю торговими організаціями товарів, які вироблялися на державних підприємствах; - введення узгодженої системи взаємовідносин між органами управління і торговельними підприємствами; - розширення корпоративного та приватного секторів в торгівлі; - посилення монопольного стану торгівлі; - введення спрощеного порядку реєстрації торговельних підприємств та ліцензування їхньої діяльності; - сприяння розвитку мережі торгових організацій та організацій споживчої кооперації; - посилення захисту прав споживачів; - створення організаційних та економічних умов становлення елементів ринкової інфраструктури та інфраструктури підтримки малого підприємництва.
1995-1999 рр. етап	<p>Позитивні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - відносна стабілізація ринкової 	<p>Реалізація політики стабілізації, подолання кризових явищ та</p>	<p>Формування інститутів державного</p>	<ul style="list-style-type: none"> - забезпечення стабілізації РСТ;

<p>стабілізації ринку споживчих товарів</p>	<p>ситуації, що проявилася у відносному розширенні місткості РСТ та відносному надвиробництві товарів;</p> <ul style="list-style-type: none"> - уповільнення темпів падіння; фізичних обсягів РТО; - зростання товарного наповнення ринку за всіма товарними групами. <p>Негативні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - скорочення насичення ринку товарами вітчизняного виробництва та збільшення сегменту імпортних товарів ; - послаблення зв'язків між торгівлею і виробниками споживчих товарів через зниження ролі та скорочення мережі гуртової ланки торгівлі, зростання кількості посередників в забезпеченні реалізації товару; - посилення дисбалансу між попитом і пропозицією у кількісному вимірі ; - деформація структурних пропорцій на РСТ; - скорочення мережі офіційно зареєстрованих торговельних підприємств (особливо у сільській місцевості) та розширення мережі поза магазинної торгівлі (ринків, палаток, кіосків, лотків тощо); - розширення масштабів неформальної та стихійної торгівлі. 	<p>збалансування ринку:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стимулювання структурних зрушень в напрямку збільшення виробництва конкурентоздатних споживчих товарів; державна фінансова, інвестиційна та ін новаційна підтримка таких виробництв; - реалізація заходів щодо забезпечення та підтримання збалансованого стану РСТ з бажаними структурними пропорціями; - упорядкування процесів приватизації в торгівлі та реалізація державної політики підтримки і стимулювання розвитку малого бізнесу; - формування державної стратегії розвитку внутрішнього ринку; - розроблення програм стабілізації РСТ та його розвитку; насичення ринку товарами вітчизняного виробництва; розвитку торгівлі та формування торгової інфраструктури; - впровадження державного замовлення в системі споживчої кооперації; - створення умов для залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій в розвиток галузей споживчого сектору; - здійснення заходів щодо поживлення платоспроможного попиту населення; - моніторинг та прогнозування кон'юнктури РСТ. 	<p>регулювання РСТ, упровадження системи наукового забезпечення його розвитку та становлення елементів громадського контролю за якістю і безпекою реалізації споживчих товарів, рівнем торговельного обслуговування.</p> <p>Прийняття правових та нормативних актів з питань регулювання розвитку внутрішньої торгівлі; захисту внутрішнього споживчого ринку; розвитку ринкової торгівлі; підвищення платоспроможного попиту населення; формування торгової інфраструктури:</p> <p>Законів України: “ Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції”(10.1997р); “Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини “(№ 771/97. ВР); “Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту”(№330-ХІУ, 22.12.98р.); “Про захист національного товаровиробника від демпінгового імпорту” (№331-ХІУ, 22.12.98р.);</p> <p>Указу Президента України “Про державне регулювання відносин у сфері торгівлі” (№603 від 11,0795р.);</p> <p>Постанов КМУ: “Про порядок заняття торговельною діяльністю і правила торговельного обслуговування населення (№ 108 від 8.02.95р.);</p> <p>Концепцій: Концепція розвитку внутрішньої торгівлі України (Схвалено Постановою КМУ від 20.12.1997р. № 1449);</p> <p>Державних стандартів України в галузі торгової діяльності та громадського харчування.</p>	<p>призупинення розгортання кризових явищ та розвитку структурних деформацій ;</p> <ul style="list-style-type: none"> - формування конкурентного середовища та розвиток конкуренції як в торгівлі, так і у виробництві споживчих товарів; - забезпечення стабілізації цін на споживчі товари; дотування цін на соціально значимі товари і послуги; - удосконалення та подальший розвиток інфраструктури РСТ; - посилення захисту національного товаровиробника від демпінгового та субсидованого імпорту; - підвищення рівня захисту споживчого ринку від насичення його неякісними імпортними товарами; - забезпечення безпеки та посилення контролю за якістю вітчизняних продуктів харчування; - підвищення реальних доходів населення та зростання обсягів і рівнів особистого споживання; - розвитку торгівлі в сільській місцевості; - встановлення єдиного стандарту торговельного обслуговування населення за всіма каналами реалізації товарів; - забезпечення чіткого контролю за дотриманням правил торгівлі; - упровадження спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності учасників ринку;
<p>2000-2005рр етап</p>	<p>Позитивні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розширення місткості РСТ; 	<p>Реалізація політики стимулювання внутрішнього</p>	<p>Становлення системи інститутів державного та громадського регулювання РСТ;</p>	<p>- стимулювання розвитку та</p>

<p>розширення</p> <ul style="list-style-type: none"> - зростання обсягів РТО; - розширення споживчого попиту населення; - скорочення частки натуралізації споживання населення; - оптимізація структурних пропорцій на РСТ в сторону зростання частки непродовольчих товарів, товарів вітчизняного виробництва, реалізації в недержавних торговельних структурах; - відносне збільшення місткості РСТ. <p>Негативні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - збереження деформованості кінцевих каналів реалізації споживчих товарів та зростання продажу товарів на організованих та неформальних ринках; - повільні темпи зростання товарообороту гуртової торгівлі та його структурна деформованість; --розширення мережі та активізація розвитку ринків з продажу продовольчих та непродовольчих товарів (внаслідок зростання пропозиції дрібнотоварного виробництва); - напруженість взаємовідносин учасників ринку із місцевими органами виконавчої влади, і, зокрема, в частині матеріально-технічної бази, правил торговельного обслуговування, розміщення ринків, стихійної торгівлі; --розширення обсягів реалізації 	<p>РСТ:</p> <ul style="list-style-type: none"> - стимулювання розвитку малого підприємництва в торгівлі (податкова, фінансова, кредитна, організаційна, матеріально-технічна підтримка); - реалізація державної політики підвищення рівня доходів та збільшення платоспроможного попиту населення; - вироблення системи заходів щодо забезпечення захисту РСТ від неякісних і сфальсифікованих товарів; - вироблення комплексу заходів підтримки прискореного розвитку споживчої кооперації; - розроблення нормативно-правових актів щодо вступу України до СОТ ; - упровадження системи контролю якості та сертифікації продукції на РСТ; - упровадження механізмів захисту прав та інтересів споживачів; створення належних умов для насичення споживчого ринку якісними та безпечними товарами; - розроблення регіональних програм удосконалення функціонування ринків з продажу продовольчих та непродовольчих товарів; - упровадження системи моніторингу РСТ та прогнозування його розвитку. 	<p>розширення їхніх повноважень щодо впливу на формування товарної пропозиції, стимулювання платоспроможного попиту, впровадження підтримуваних механізмів формування цін на основні товари, здійснення контрольних функцій; забезпечення координації діяльності та взаємодії з суб'єктами РСТ.</p> <p>Розроблення та прийняття пакету нових правових та нормативних актів з питань регулювання розвитку та захисту внутрішнього споживчого ринку; корегування діючої нормативної бази:</p> <p>Законів України: “Про захист прав споживачів” (№1252-ІУ від 27.11.2003р.); Проектів Законів України: “Про внутрішню торгівлю”; “Про захист внутрішнього ринку”; “Про гуртову торгівлю”;</p> <p>Програм та концепцій: Програми діяльності КМУ (2001р., 2002р.,2003р.); Програма захисту прав споживачів на 2003-2005рр. (Затверджена указом Президента України від 11.12.2002р., №1148/2002); Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні (2002р.); Концепція Комплексної програми розвитку внутрішнього ринку (Затверджена розпорядженням КМУ від 2.02.2001р.,№31-р); Концепція вдосконалення функціонування ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів (Затверджена Постановою КМУ від 13.12.2001р., №1662); Концепція поліпшення продовольчого забезпечення та якості харчування населення. Затверджено Постановою КМУ від 26.05.2004р., №332-р.; Концепція перебудови системи державних субсидій, що надаються галузям національної економіки”. Затверджена розпорядженням Кабінету Міністрів України</p>	<p>розширення внутрішнього споживчого ринку; посилення продовольчої безпеки держави;</p> <ul style="list-style-type: none"> - посилення позицій вітчизняних товаровиробників на ринку; - розвиток цивілізованих каналів реалізації товарів шляхом формування потужних торговельних систем, у т.ч. гуртової торгівлі; - посилення державного контролю за функціонуванням РСТ, підвищення ролі та відповідальності місцевих органів влади за реалізацію державної політики розвитку регіональних споживчих ринків; - підвищення рівня та удосконалення захисту внутрішнього РСТ від насичення його неякісними товарами відповідно до міжнародних норм та правил; - забезпечення захисту вітчизняних виробників споживчих товарів на внутрішньому та зовнішньому ринку; забезпечення їхньої конкурентоспроможності ; - удосконалення системи захисту прав та інтересів споживачів; - упорядкування функціонування мережі продовольчих та непродовольчих ринків; - розширення функцій ринків з наступною їхньою трансформацією в торговельно-сервісні комплекси; - посилення вимог до облаштування та утримання територій ринків у належному санітарному та технічному стані, забезпеченні реалізації якісних та безпечних товарів; - розвиток інфраструктури ринків
--	--	--	--

	контрафактних, фальсифікованих та контрабандних товарів.		від 31.03.2003 р. № 182-р; Правила роздрібної торгівлі продовольчими товарами (Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції від 11.07.2003р., № 185); Правила торгівлі на ринках. (Наказ Міністерства економіки та з питань європейської інтеграції N 185 від 11.07.2003р.).	шляхом залучення всіх джерел фінансування, в т.ч. іноземних. - розширення інформаційного забезпечення ринку та споживачів
з 2006р етап розвитку та інтеграції	<p>Позитивні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - розширення місткості РСТ та покращення кон'юнктури ринку; - зростання обсягів РТО; - зростання платоспроможного попиту населення; - вищі, ніж загалом, темпи розвитку галузей, які обслуговують масовий сектор РСТ; - стабільна цінова динаміка за основними товарними групами; - зростання витрат населення на придбання товарів ; <p>Негативні:</p> <ul style="list-style-type: none"> - значний рівень монополізації локальних ринків; - збільшення частки споживчих товарів іноземного виробництва; - зростання податкового тиску на товаровиробників споживчих товарів; - зростання частки тіньового сектору у виробництві та реалізації споживчих товарів; - суттєве зростання цін на окремі продукти харчування; - збереження деформованості кінцевих каналів реалізації споживчих товарів та зростання продажу товарів на організо- 	<p>Формування політики зростання та підвищення конкурентоспроможності внутрішнього РСТ</p> <ul style="list-style-type: none"> - розвиток конкурентного середовища; - державна підтримка виробництва конкурентоспроможних споживчих товарів; - гармонізація законодавства України у сфері ринкового нагляду до вимог законодавства ЄС; - зменшення адміністративних та регуляторних бар'єрів для розвитку підприємництва; - поліпшення структурних характеристик внутрішнього, в т.ч. регіонального РСТ; - спрямування митно-тарифної політики на легалізацію тіньових потоків імпорту та захист національного товаровиробника; - попередження ризиків та викликів глобалізаційних процесів; - впровадження сучасних інструментів управління якістю та систем управління на вітчизняних підприємствах; - прогнозування наслідків входження України в СОТ для національного товаровиробника - запровадження договірних засад між КМУ і органами місцевого самоврядування щодо 	<p>Розроблення та прийняття пакету правових та нормативних актів з питань регулювання розвитку та захисту внутрішнього споживчого ринку; підвищення його конкурентоспроможності, ліквідації торговельних бар'єрів, впровадження міжнародних стандартів якості, входження України в СОТ:</p> <p>Заходи щодо виконання в 2006р. Плану дій „Україна - ЄС. (Розпорядження КМУ від 27.04.2006р., №243-р.); План заходів щодо нейтралізації можливих негативних наслідків у зв'язку із вступом України до СОТ та забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки. (Розпорядження КМУ від 12.01.2006 № 10-р); Стратегічний план трансформації системи технічного регулювання та споживчої політики відповідно до вимог СОТ та ЄС на 2007–2010 роки. (Рішення Колегії Держспожив стандарту України 26.06.2007р)</p> <p>Концепція Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року. (Розпорядження КМУ від 27 грудня 2006 р. N 673-р); Положення про Раду розвитку регіонів. (Затверджено Постановою КМУ від 20 грудня 2006 р. № 1759)</p> <p>Основні напрямки урядової політики в економічній і соціальній сфері на 2006р. (Постанова КМУ від 20.01.2006р., №42).;</p> <p>Про затвердження плану заходів щодо підвищення якості м'ясо-молочної продукції. (Розпорядження КМУ від 27 грудня 2006 р.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - формування системи державної підтримки товаровиробника згідно вимог СОТ; - трансформація та адаптація до вимог ЄС систем державного управління країн-кандидатів, що стосуються регулювання окремих товарних ринків; - підвищення рівня гарантування продовольчої безпеки; - захист внутрішнього ринку від імпортних поставок за демпінговими цінами; - захист вітчизняного товаровиробника на зовнішніх ринках; - покращення структурних характеристик РСТ; - забезпечення безпеки та посилення контролю за якістю вітчизняних продуктів харчування - зростання динаміки кредитування малого підприємництва; - регулювання цін на основні споживчі товари шляхом укладання меморандумів з товаровиробниками; - розширення механізмів фінансової підтримки та кредитування підприємництва, зокрема шляхом часткового відшкодування відсоткових ставок

	<p>ваних та неформальних ринках;</p> <p>Зовнішні умови, які визначали розвиток РСТ на національному і регіональному ринках:</p> <ul style="list-style-type: none"> - вплив глобалізаційних процесів на стан і кон'юнктуру ринку внутрішнього ринку країни; - формування нових ринків товарів та регіональних ринків з більш високими вимогами до споживчих характеристик товарів; - переважання пропозиції над попитом; - підвищення вимог до екологічної безпеки та якості товарів. 	<p>регіонального розвитку, що дозволить підвищити рівень координації дій органів виконавчої влади на всіх ієрархічних рівнях щодо реалізації державних і регіональних програм;</p> <ul style="list-style-type: none"> - укладання контрактів твіннінгу в сфері конкурентної політики та технічного регулювання; - підвищення рівня безпеки продуктів харчування для споживачів; - зменшення рівня детінізації економічної діяльності суб'єктів на РСТ; - запровадження прозорого механізму ціноутворення, нагляду за ціноутворенням на основні групи споживчих товарів. 	<p>N 655-р).; Про ліквідацію Ради підприємців України при Кабінеті Міністрів України.</p> <p>(Постанова КМУ від 13.12.2006 № 174)5;</p> <p>Про створення Ради національних асоціацій товаровиробників при КМУ. (Постанова КМУ від 08.12.2006р., №1685-01).; Про утворення Державного департаменту харчової промисловості та продовольчого ринку. (Постанова КМУ від 04.10.2006р. № 1380).; Про утворення Координаційної ради з питань захисту прав споживачів. (Розпорядження КМУ від 27 грудня 2006р. №661-р); Меморандум “Про узгодження дій між Кабінетом Міністрів України та професійними галузевими об'єднаннями агропромислового комплексу на ринку продовольчих товарів” від 9 листопада 2006 року;</p> <p>Положення про порядок проведення аналізу цін товарів, що імпортуються в Україну. (Наказ Міністерства економіки України, Державної митної служби України від 1 лютого 2007 р. № 20/85)+-</p>	<p>за кредитами,;</p> <ul style="list-style-type: none"> - формування конкурентного середовища на РСТ; - створення Ради розвитку регіонів, Ради підприємців, Ради національних асоціацій товаровиробників при КМУ; - формування Координаційної Ради з питань захисту прав споживачів; - підвищення ефективності державної політики в частині запобігання виникнення непередбачуваних кризових ситуацій на продовольчих сегментах РСТ.
--	---	---	--	---

¹. Примітка: Узагальнено та складено автором .

Додаток Б

Динаміка продажу товарів вітчизняного виробництва в роздрібній торговельній мережі Тернопільської області

Товарні групи	1999р.	2000р.	2001р.	2002р.	2003р.	2004р.	2005р.	2006р.
Продаж товарів вітчизняного виробництва у роздрібній торговельній мережі, загалом, %	88,8	88,2	90,5	87,6	86,3	87,2	86,7	85,6
в т.ч. продовольчі товари	97,6	97,5	97,8	96,3	96,6	96,2	94,6	95,4
з них: - м'ясо та птиця	91,9	93,3	90,1	90,5	99,5	99,8	92,5	94,1
- ковбасні вироби	99,8	99,7	98,9	93,5	99,5	98,9	99,1	98,2
- риба і морепродукти	89,2	95,6	82,6	93,6	91,5	92,4	86,9	90,0
- масло тваринне	99,9	100	99,8	99,7	99,9	99,3	98,8	95,7
- олія	99,3	99,8	99,5	98,6	94,6	99,2	98,5	91,1
- консерви рибні	78,4	77,5	84,3	85,5	88,4	88,9	84,9	83,2
- яйця і яцепродукти	99,6	100	100	100	100,0	100	99,2	97,7
- цукор	99,8	99,9	100	100	99,7	99,9	99,9	98,7
- кондитерські вироби	99,1	99,4	99,1	95,4	95,7	98,1	96,4	97,1
- чай	78,4	81,7	78,5	86,6	76,6	77,6	79,1	78,9
- кава	88,8	86,4	82,8	82,4	78,4	76,2	80,4	80,0
- хліб і хлібобулочні вироби	100	100	99,5	99,5	99,9	100	99,9	99,1
- картопля	100	100	100	100	100,0	99,2	96,8	88,1
- плоди, ягоди, виноград	57,2	53,4	88,5	89,1	83,6	66,7	95,0	68,2
- непродовольчі товари	78,0	77,1	82,2	78,9	71,1	80,8	80,3	79,3
з них - одяг та білизна	79,7	91,5	97,6	97,4	95,9	94,5	76,0	71,3
- текстильні вироби домашнього вжитку та інтер'єру	44,5	59,3	61,9	52,3	68,1	97,9	76,0	75,6
- трикотажні вироби	87,4	86,4	81,3	91,1	92,0	96,	76,9	76,2
- мило туалетне	75,8	91,2	82,0	79,0	89,7	89,7	85,5	85,0
- парфюмерно-косметичні	37,5	53,2	59,5	54,0	59,7	40,9	39,0	38,1
- галантерея та нитки	76,0	82,6	81,4	57,9	64,6	72,7	68,3	69,2
- меблі	95,7	89,2	86,2	80,7	86,2	91,5	98,0	98,1
- килими та килимові вироби	70,7	68,5	83,3	78,6	78,5	55,4	83,2	80,2
- годинники	11,0	12,2	11,1	6,0	2,7	4,6	13,5	12,2
- електротовари	33,0	34,1	41,9	18,4	13,2	7,9	5,9	5,8
- обчислювальна техніка	36,4	19,3	16,3	28,1	5,3	51,2	47,5	42,0
- телерадіотовари	7,8	9,5	13,0	3,5	1,6	0,7	3,9	3,0
- канцелярські та шкільно-письмові товари	58,8	55,4	68,6	71,4	71,0	77,0	69,3	70,4

Примітка: Складено на основі [232, с.217-218]

Додаток В

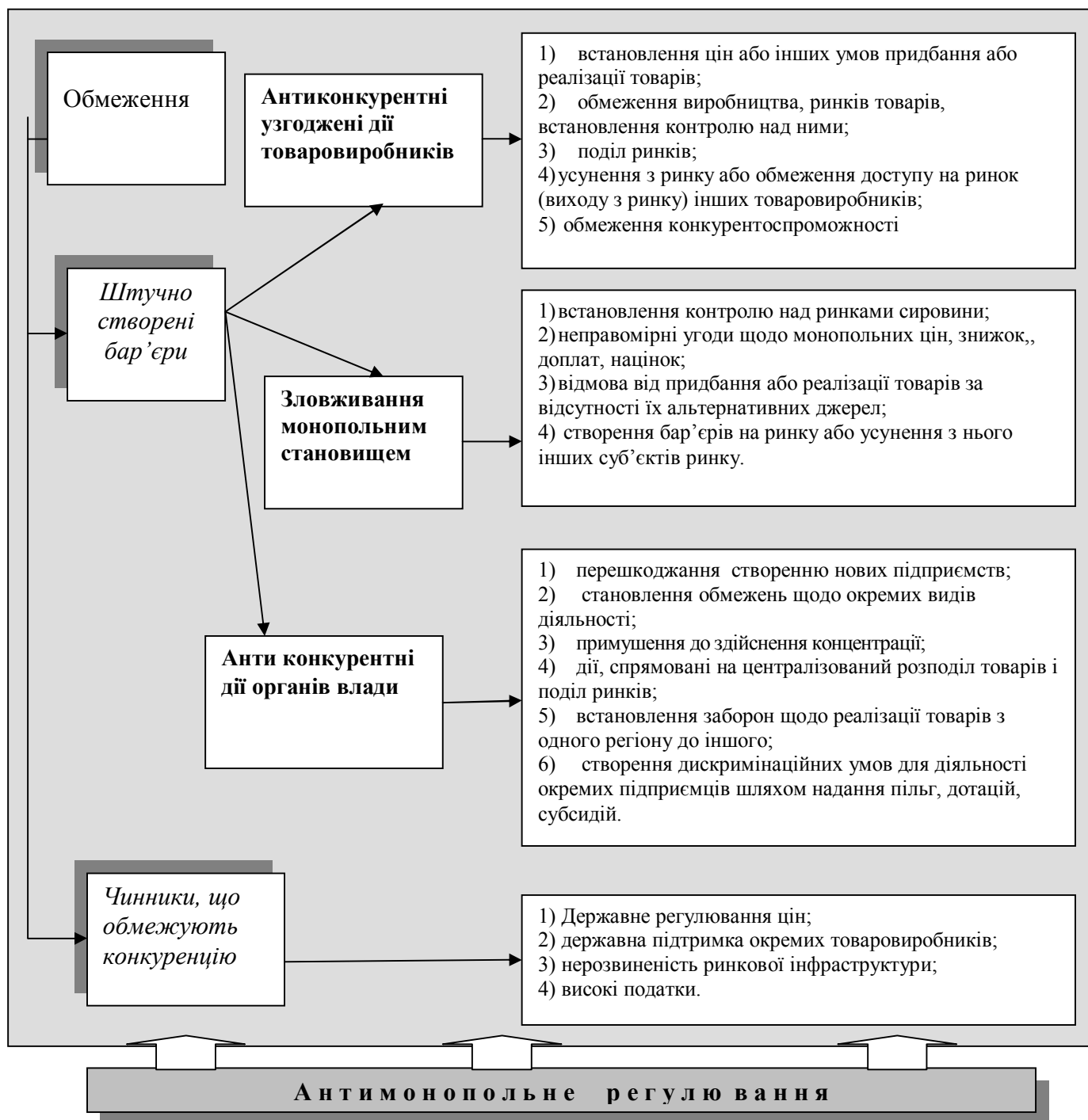
Розподіл домогосподарств за наявністю у них окремих товарів тривалого користування в Україні

(%)

Показники	2005р.			2006р.		
	всі домогосподарства	у т.ч проживають		всі домогосподарства	у т.ч проживають	
		у міських поселеннях	у сільській місцевості		у міських поселеннях	у сільській місцевості
Частка домогосподарств, які мають						
холодильники	93,5	96,5	87,1	94,3	96,6	89,3
пральні машини	75,9	80,0	67,2	77,2	80,9	68,9
пилососи	61,6	71,7	39,8	63,9	73,0	43,8
електропраски	94,6	96,4	90,8	94,8	95,6	93,0
програвачі CD-дисків	6,6	8,5	2,4	11,9	14,5	6,0
телевізори кольорові	85,8	90,9	74,8	88,7	92,0	81,4
телевізори чорно-білі	15,3	9,9	26,9	11,9	8,1	20,2
відеомагнітофони	21,2	25,9	11,0	21,1	24,1	14,4
відеокамери	2,0	2,7	0,6	2,6	3,3	1,1
магнітофони	33,7	35,2	30,3	27,0	27,1	26,6
музичні центри	10,9	13,5	5,3	13,4	15,7	8,3
фотоапарати	34,8	39,8	24,0	33,7	37,3	25,7
комп'ютери	8,9	12,0	2,0	11,5	15,1	3,5
мікрохвильові печі	8,9	11,2	3,8	14,3	17,6	6,8
кухонні комбайни	4,6	5,9	1,7	5,2	6,6	2,3
швейні машини	34,3	36,0	30,6	32,0	33,3	29,0
велосипеди	35,7	25,9	57,1	34,6	24,8	56,3
мотоцикли	4,2	2,1	8,8	3,3	1,6	7,0
автомобілі	16,0	15,9	16,1	16,5	16,1	17,6
супутникові антени	1,2	1,1	1,4	2,8	2,0	4,6
кондиціонери	1,0	1,3	0,1	0,9	1,2	0,2
мобільні телефони	30,2	35,6	18,7	48,8	54,1	36,9

Джерело: Дані Держкомстату за результатами вибіркового обстеження домогосподарств [49]

Додаток Д

Система обмежень конкуренції на ринку споживчих товарів¹

¹Примітка: Складено на основі Закону України “Про захист економічної конкуренції”

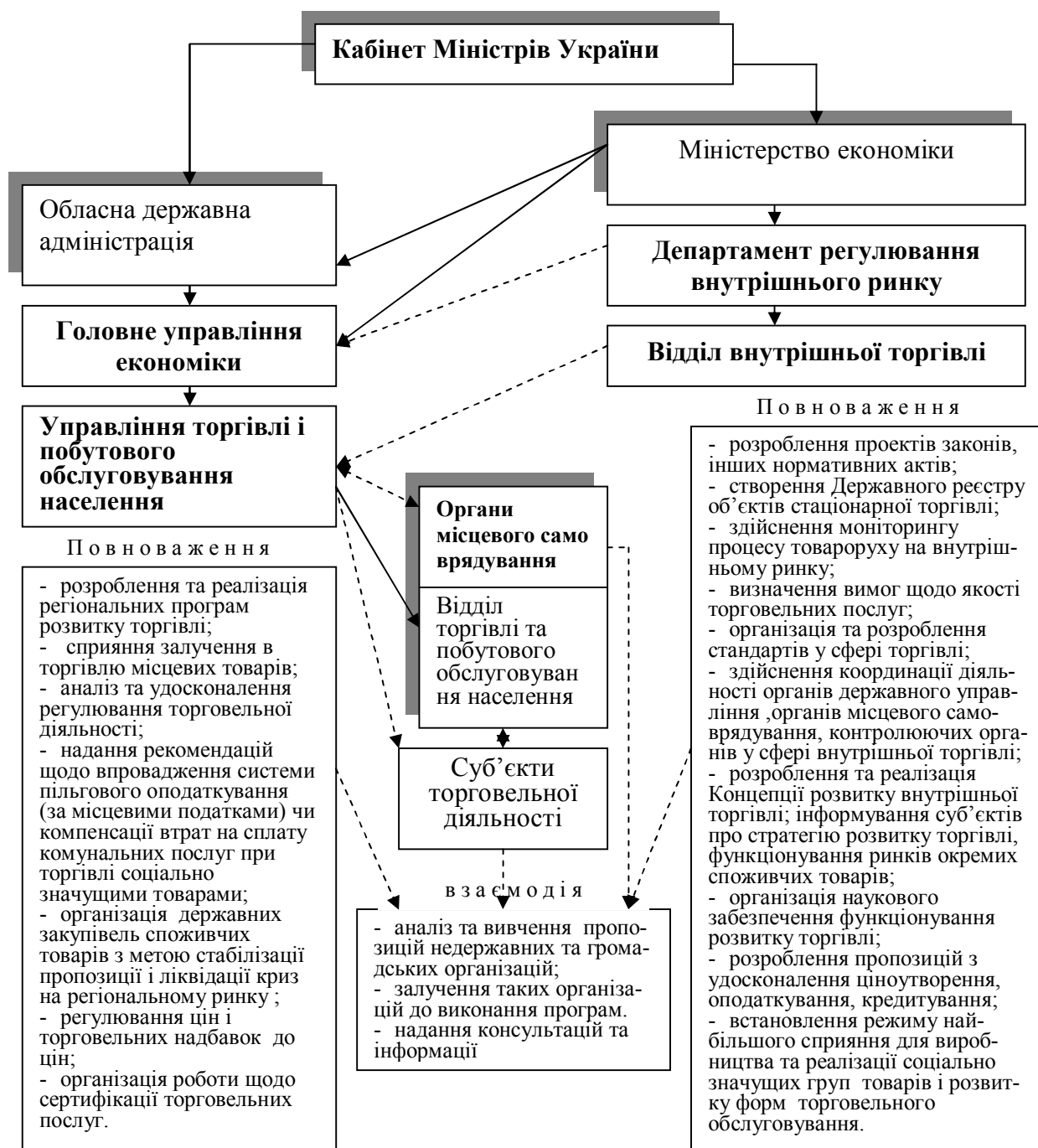
Додаток Е

Розвиток торговельної мережі в Тернопільській області ¹

	1990р.	1995р.	2000р.	2002р.	2004р.	2005р.	2006р.
1. Кількість об'єктів роздрібної торгівлі, одиниць з них магазини	3951	4349	2326	2004	1912	1617	1495
в т.ч. у- міських поселеннях	3468	3913	1909	1609	1515	1231	1128
- у сільських поселеннях	1446	1903	1264	1144	778	660	613
2. Торгова площа магазинів, тис.кв.м	2505	2446	1062	860	737	571	515
- у т.ч. – у міських поселеннях	263,9	289,2	137,2	115,6	113,7	96,5	91,1
- у сільських поселеннях	133,2	152,9	81,6	71,0	72,5	66	64,5
3. Торгова площа в розрахунку на 1 магазин, кв.м	130,7	136,3	55,6	44,6	41,2	30,5	26,6
- у т.ч. – у міських поселеннях	76	74	72	72	75	78	81
- у сільських поселеннях	110	97	89	88	93	100	105
4. Забезпеченість населення торговою площею на 10 тис.осіб., кв.м	58	58	56	56	56	53	52
- у т.ч. – у міських поселеннях	2245	2461	1192	1019	1009	862	820
- у сільських поселеннях	2696	2987	1597	1468	1505	1379	1354
5. Кількість ринків з продажу споживчих товарів, од.	1919	2054	864	686	639	476	418
Торгові місця, од.		46	50	65	62	69	63
Павільони		12643	12585	15872	15192	14977	15383
Палатки, кіоски		44	44	35	35	36	35
6. Кількість підприємств гуртової торгівлі, од.			7103	7041	3347	8207	
7. Товарооборот споживчих товарів на одне підприємство, тис. грн	1240	633	625	620	600	646
- гуртової торгівлі					
- роздрібною торгівлі	247,1	571,0	929,2	1103,	2394,2
- річний оборот одного ринку	201,9	250,0	477,8	781,5	886,1
	3668	3877	5387	6284	9542

Примітка: Складено та розраховано на основі [232, с.232-237]

Додаток Ж

Розмежування повноважень між центральними і регіональними органами управління внутрішньою торгівлею¹¹Примітка: Складено автором

Систематизація основних функцій органів управління щодо регулювання ринку споживчих товарів в Тернопільській області¹

	Суб'єкт регулювання	Спеціальні функції
Цільові	Головне управління економіки	<ul style="list-style-type: none"> - Реалізація державної політики у сфері розвитку внутрішнього ринку. - Визначення пріоритетів розвитку регіонального ринку споживчих товарів.
	Головне управління сільського господарства та продовольства	<ul style="list-style-type: none"> - Збалансування продовольчого сегменту регіонального ринку. - Підтримка і захист товаровиробника сільськогосподарської продукції.
	Управління з питань захисту прав споживачів	<ul style="list-style-type: none"> - Державний захист прав споживачів. - Управління якістю товарів.
	Державна інспекція з контролю за цінами в Тернопільській обл.	<ul style="list-style-type: none"> - Контроль та нагляд щодо формування, встановлення та застосування цін і тарифів.
	Територіальне відділення АМКУ	<ul style="list-style-type: none"> - Сприяння розвитку добросовісної економічної конкуренції
Аналітично-інформаційні	Головне управління економіки	<ul style="list-style-type: none"> - Аналіз та вивчення тенденцій на регіональному ринку. - Аналіз діяльності торговельних підприємств, систематизація показників їхньої роботи. - Аналіз і вивчення порядку формування цін на товари. - Аналіз стану правового регулювання торгівлі на ринках. - Надання методичної, консультативної та організаційної допомоги з питань застосування правил торгівлі. - Аналіз та оцінка розвитку підприємництва в регіоні. - Моніторинг соціально-економічних наслідків реалізації державної політики розвитку економічної конкуренції і обмеження монополізму.
	Головне управління сільського господарства та продовольства	<ul style="list-style-type: none"> - Аналіз стану цінової політики на аграрному ринку. - Аналіз розвитку інфраструктури аграрного ринку. - Аналіз тенденцій розвитку галузей АПК.
	Управління з питань захисту прав споживачів	<ul style="list-style-type: none"> - Аналіз та вивчення споживчого ринку регіону. - Аналіз причин порушення прав споживачів. - Аналіз дотримання законодавства про захист прав споживачів, норм закону про рекламу, якість продуктів харчування, стандартизацію - Висвітлення у ЗМІ результатів роботи з контролю за дотриманням прав споживачів та якістю товарів на ринках і в торговельній мережі. - Розгляд скарг і пропозицій громадян.
	Державна інспекція з контролю за цінами	<ul style="list-style-type: none"> - Моніторинг цін і тарифів на товари споживчого ринку. - Надання інформації зацікавленим структурам про динаміку цін, причини їхнього коливання.
	Територіальне відділення АМКУ	<ul style="list-style-type: none"> - Аналіз цінової ситуації на ринках, де присутні виробники-монополісти. - Аналіз рівнів концентрації і монополізації ринків.
Організаційно-координаційні	Головне управління економіки	<ul style="list-style-type: none"> - Сприяння насиченню ринку товарами вітчизняного і місцевого виробництва, розширення асортименту, підвищення якості. - Координація діяльності РДА, Міської ради, торгівлі щодо розвитку торговельної інфраструктури, регулювання ринку товарів, вдосконалення торговельного обслуговування. - Координація роботи промислових підприємств, підприємств гуртової і роздрібно торгівлі щодо розширення виробництва і постачання споживчих товарів. - Організація розміщення об'єктів торгівлі. - Організація проведення обласних нарад, семінарів, громадських оглядів, конкурсів підприємств у сфері виробництва товарів і їх реалізації на місцевих ринках. - Координація закупівель товарів і послуг; здійснення процедур закупівель за рахунок державних коштів.
	Головне управління сільського господарства та продовольства	<ul style="list-style-type: none"> - Сприяння в організації виробництва сировини та продуктів дитячого, дієтичного та профілактичного харчування. - Сприяння формуванню інфраструктури аграрного ринку - Організація безпечного ведення сільськогосподарського виробництва. - Сприяння демонополізації і розвитку конкуренції в АПК. - Надання консультаційної підтримки в організації виробництва сільськогосподарської продукції та маркетингу.

Продовження додатку 3

	Управління з питань захисту прав споживачів	<ul style="list-style-type: none"> - Участь в координаційних радах щодо визначення якості товарів народного споживання, послуг та діяльності у галузі реклами. - Організація розроблення заходів спільно з МОВВ щодо захисту прав споживачів. - Надання консультацій споживачам про захист їхніх прав, розгляд скарг. - Інформування через засоби масової інформації про результати контролю, рекламу, недобросовісних виробників. - Залучення провідних спеціалістів, наукових організацій до перевірок.
	Державна інспекція з контролю за цінами	<ul style="list-style-type: none"> - Надання МОВВ методичної допомоги і рекомендацій з питань дотримання порядку формування, встановлення і застосування цін. - Координація роботи щодо організації контролю за цінами.
	Територіальне відділення АМКУ	<ul style="list-style-type: none"> - Організація запобігання та попередження порушенню антимонопольного законодавства. - Співпраця з неурядовими організаціями щодо питань антимонопольного регулювання.
Планування	Головне управління економіки	<ul style="list-style-type: none"> - Розроблення коротко-довгострокових програм розвитку регіонального ринку. - Визначення потреб у товарах широкого вжитку для задоволення попиту населення. - Розроблення прогнозів кон'юнктури регіонального ринку. - Визначення можливих обсягів державних закупівель та потреб для формування регіонального замовлення в товарах
	Головне управління сільського господарства та продовольства	<ul style="list-style-type: none"> - Складання місцевих балансів забезпечення сировинними і продовольчими ресурсами. - Розвиток галузей з експортним потенціалом.
	Державна інспекція з контролю за цінами	<ul style="list-style-type: none"> - Участь у розробленні проектів нормативно-правових актів з питань контролю за цінами.
	Територіальне відділення АМКУ	<ul style="list-style-type: none"> - Участь в розробці і реалізації державних програм.
Контрольні	Головне управління економіки	<ul style="list-style-type: none"> - Забезпечення контролю (спільно з іншими державними органами) за дотриманням правил торгівлі. - Контроль за організацією та якістю торговельного обслуговування населення.
	Головне управління сільського господарства та продовольства	<ul style="list-style-type: none"> - Контроль за фінансово-господарською діяльністю підприємств державної форми виробництва, цільовим та ефективним використанням бюджетних коштів. - Запобігання та недопущення корупційних проявів в галузях АПК.
	Управління з питань захисту прав споживачів	<ul style="list-style-type: none"> - Контроль за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, регулювання виробництва і торгівлі алкогольними і тютюновими виробами. - Контроль за порушенням правил торгівлі і прав споживачів. - Проведення перевірок якості товарів, додержання вимог їх безпеки. - Контроль за відповідністю вимогам нормативним документам продуктів харчування.
	Державна інспекція з контролю за цінами	<ul style="list-style-type: none"> - Перевірка додержання порядку формування, встановлення і застосування цін. - Вжиття заходів за порушення порядку формування і встановлення цін, а також невиконання вимог органів контролю за цінами.
	Територіальне відділення АМКУ	<ul style="list-style-type: none"> - Запобігання, виявлення і припинення порушень антимонопольного регулювання - Контроль за дотриманням антимонопольного законодавства. - Контроль за дотриманням антимонопольних вимог у процесі перетворення державної власності. - Контроль за регулюванням цін монопольних утворень. - Контроль за недопущенням прийняття антиконкурентних рішень. - Накладання штрафів, звернення до суду.
Стимулювання і мотивації	Головне управління економіки	<ul style="list-style-type: none"> - Підтримка місцевого товаровиробника в реалізації продукції. - Сприяння розвитку підприємництва і конкуренції на споживчому ринку.
	Головне управління сільського господарства та продовольства	<ul style="list-style-type: none"> - Забезпечення підтримки підприємництва на селі, зокрема селянських (фермерських) підприємств та підсобних господарств
	Управління з питань захисту прав споживачів	<ul style="list-style-type: none"> - Сприяння створенню необхідних умов для навчання та набуття правових знань населенням у сфері захисту прав споживачів
	Територіальне відділення АМКУ	<ul style="list-style-type: none"> - Підтримка та сприяння розвитку економічної конкуренції.

Примітка. Складено на основі опрацювання Типових положень про управління та відділи управлінь.

Додаток К

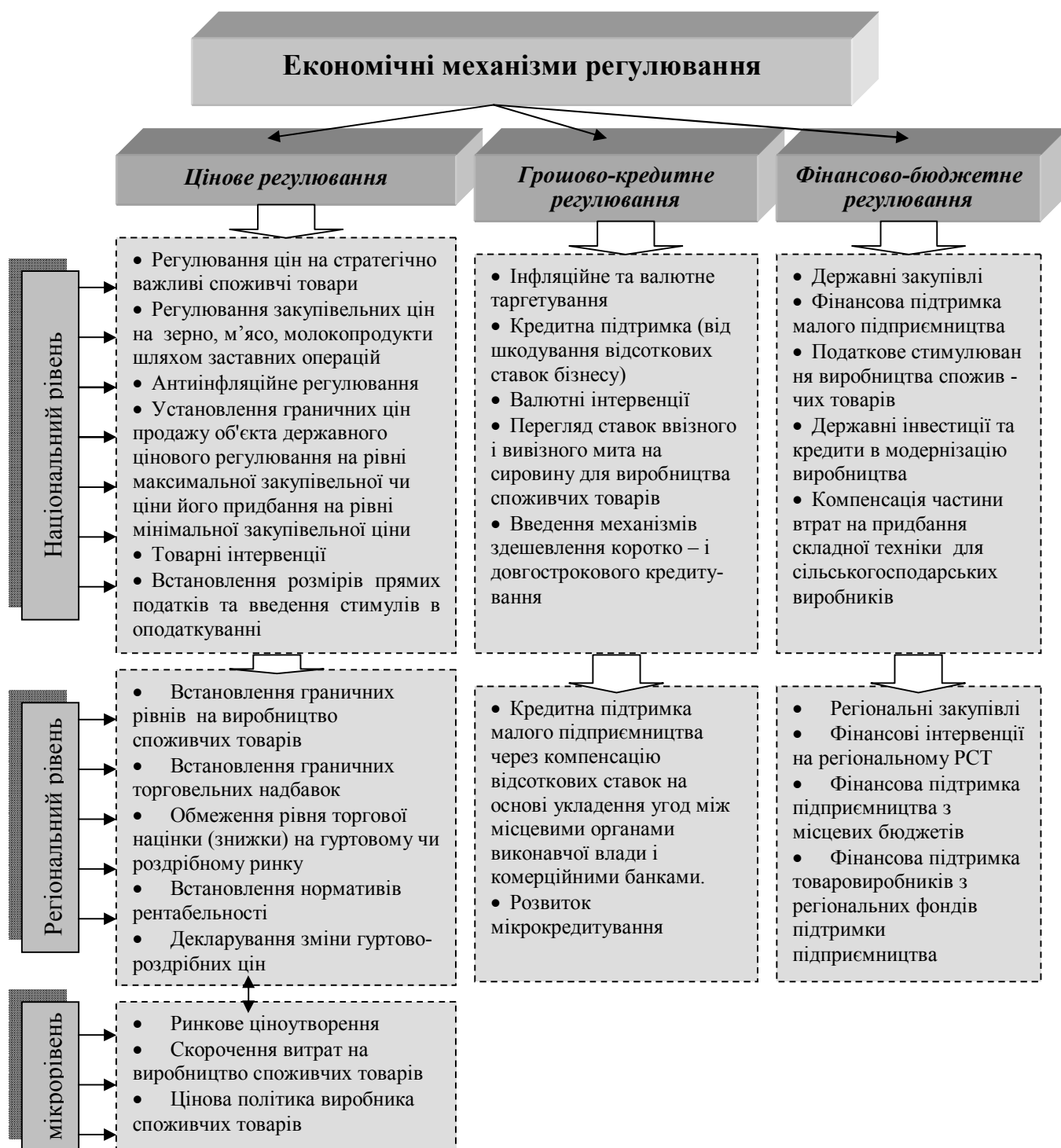
Моніторинг нормативно-правового забезпечення механізмів регулювання ринку споживчих товарів, прийнятих в 2000-2007р.¹

Назва документу	Вид документу	Сфера застосування та механізми регулювання
Комплексна програма розвитку внутрішнього ринку України	Постанова КМУ від 2.02.2001р., №31-р	Забезпечення розвитку внутрішнього ринку шляхом випереджаючого зростання внутрішнього споживання та підвищення його частки в структурі ВВП; і забезпечення підвищення платоспроможного попиту суб'єктів ринку; активізації підприємницької діяльності; гарантування продовольчої безпеки.
“Про державну підтримку сільського господарства в Україні”	Закон України №1877-15. від 07.07.2005р.	Стимулювання сільськогосподарського виробника шляхом надання бюджетних дотацій, кредитних субсидій, державних закупівель за заставними (закупівельними) цінами. Визначаються умови адміністративного регулювання цін на с/г продукцію. Визначаються критерії продовольчої безпеки населення.
„Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015р.”	Закон України №2983-15 від 18.10.2005р.	Удосконалення правових та організаційно-економічних засад забезпечення діяльності учасників таких ринків з урахуванням інтеграції України до ЄС; створення державної системи цінового моніторингу, аналізу кон'юнктури та прогнозу ринків; посилення захисту прав споживачів; ефективне поєднання загальнодержавної і регіональної політики в аграрному секторі через реформування системи органів виконавчої влади, щодо регулювання аграрного сектору, перегляду та чіткого розмежування їх повноважень і запровадження прямої підпорядкованості, наближення її до стандартів Європейського Союзу; спрямування діяльності органів виконавчої влади на посилення стратегічного аналізу, прогнозування та моніторингу, інспекційних і контрольних функцій.
Програма захисту прав споживачів на 2003-2005рр.	Указ Президента від 11.12.2002р №1148/2002	Проведення постійного державного контролю за якістю товарів, підвищення вимог до їхньої безпеки, захист здоров'я споживачів, забезпечення правового та судового захисту прав споживачів.
Концепція вдосконалення функціонування ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів	Постанова КМУ від 13.12.2001р., №1662	Визначення пріоритетних напрямків розвитку ринків та етапи перетворення їх в сучасні торговельно-сервісні комплекси. Вироблення системи регулювання ринків через нормативно-правове забезпечення; фінансово-економічне регулювання; контрольно-наглядові заходи; ресурсне забезпечення
Рекомендації щодо формування і використання регіональних ресурсів зерна.	Наказ Міністерства аграрної політики від 8.06.05р., №254	Визначення потреби регіону в ресурсах зерна для гарантування продовольчої безпеки регіону. Формування регіональних ресурсів зерна здійснюється за рахунок коштів місцевих бюджетів.
Правила роздрібної торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами	Наказ Мінекономіки від 29.03.2004р., №379/8978	Регламентування порядку приймання, зберігання, підготовки до продажу та продаж непродовольчих товарів через роздрібну торговельну мережу, визначення вимоги щодо дотримання прав споживачів стосовно належної якості та безпеки товарів і рівня торговельного обслуговування
Правила торгівлі на ринках	Наказ Мінекономіки від 11.07.2003р.	Регламентування порядку здійснення торговельної діяльності на ринках з продажу продовольчих і непродовольчих товарів.
Порядок формування державного продовольчого резерву”	Постанова КМУ від 24.10.2005р.	Забезпечення продовольчої безпеки населення. Встановлені розміри ресурсів продовольчого резерву у відсотках до внутрішнього споживання за роками.
Заходи щодо проведення моніторингу цін і тарифів на споживчому ринку”	Постанова КМУ (зі змінами) від 13.04.05р., №803	Встановлення переліку соціально значущих товарів, за якими проводиться постійний моніторинг цін на споживчих ринках регіонів та здійснюється контроль за порядком формування, встановлення та застосування цін
Концепція поліпшення продовольчого забезпечення та якості харчування населення.	Постанова КМУ від 26.05.2004р., №332-р	Поліпшення продовольчого забезпечення населення здійснюватиметься шляхом забезпечення доступності харчових продуктів у достатній кількості для всіх верств населення; забезпечення функціонування ефективної державної системи контролю за якістю та безпекою харчових продуктів і

		продовольчої сировини; здійснення систематичне вивчення стану харчування дитячого і дорослого населення; збільшення обсягів . використання у вітчизняному виробництві харчової продукції високоякісної сировини і мінімізації використання з цією метою генетично модифікованої сировини
Методика встановлення мінімальних закупівельних цін на окремі об'єкти державного цінового регулювання.	Постанова КМУ від 26.05.2005р.	Розроблення методики визначення мінімального розміру закупівельних цін на об'єкти цінового регулювання та порядку їхнього застосування при формуванні державного продовольчого резерву.
Методика визначення мінімально допустимого рівня цін на продукцію тваринництва	Наказ Мінагрополітики №302/67 від 05.07.2005р.	Вироблення алгоритму розрахунку мінімальних цін на основні види продукції тваринництва. Такі ціни використовуються як база для розрахунку дотацій та ціни при закупівлі продукції у товаровиробників.
Про затвердження плану заходів щодо підвищення якості м'ясо-молочної продукції	Розпорядження КМУ від 27 грудня 2006 р. № 655-р	Гармонізація законодавства з національних стандартів якості; проведення моніторингу якості м'ясо-молочної продукції; посилення державного нагляду та контролю за ввезенням таких товарів в Україну; стимулювання виробництва високоякісних продуктів харчування.
Концепція Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 року.	Розпорядження КМУ від 27 грудня 2006 р. № 673-р	Розроблення довгострокової стратегії розвитку підприємств легкої промисловості усіх форм власності з урахуванням вимог та стандартів СОТ; удосконалення форм і методів державного управління легкою промисловістю; створення умов для сталого розвитку внутрішнього ринку і експорту вітчизняних товарів. Визначення державних і регіональних пріоритетів розвитку підгалузей легкої промисловості та їх науково-технічного забезпечення. Захист внутрішнього ринку від увезення товарів легкої промисловості, які оподатковуються як товари дитячого асортименту та забезпечення стабільної роботи національного товаровиробника буде здійснюватися шляхом формування і реалізація інноваційної моделі розвитку із зміцненням матеріально-технічної бази.
План заходів щодо нейтралізації можливих негативних наслідків у зв'язку із вступом України до СОТ та забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки	Розпорядження КМУ від 12.01.2006 № 10-р	Проведення системної роботи з поліпшення умов доступу продукції вітчизняного виробництва на зовнішній ринок; проведення всебічного аналізу ризиків, що можуть з'явитися для національної економіки в цілому та окремих галузей після вступу України до СОТ; розроблення механізму запобігання зниженню конкурентоспроможності галузей національної економіки; формування державних продовольчих запасів для стабілізації ситуації на внутрішньому ринку; забезпечення введення систем управління якістю, безпекою харчових продуктів на основі міжнародних стандартів ISO 9000, ISO 14000, концепції HACCP.
Про узгодження дій між Кабінетом Міністрів України та професійними галузевими об'єднаннями агропромислового комплексу на ринку продовольчих товарів	Меморандум від 9 листопада 2006 року;	Обумовлені спільні дії щодо зменшення соціальної напруги в суспільстві, захисту незабезпечених верств населення від необгрунтованого підвищення цін та втрати можливості придбання продуктів харчування першої необхідності; попередження виникнення непередбачених кризових ситуацій на товарних ринках; можливості вчасного та оперативного реагування на диспропорції в ціноутворенні; сприяння роботі уповноваженим з питань ціноутворення органам виконавчої влади та місцевого самоврядування щодо формування і встановлення обгрунтованих цін і тарифів; активізації профілактичної роботи щодо недопущення порушень державної дисципліни цін.
Положення про порядок проведення аналізу цін товарів, що імпортуються в Україну.	Наказ Мінекономіки України від 1 лютого 2007 р. № 20/85	Розроблені управлінські рішення щодо нейтралізації ризиків внутрішнього й зовнішнього характеру, які можуть вплинути на цінову ситуацію. Визначені заходи щодо підвищення ефективності державної політики в частині запобігання необгрунтованого ціноутворення на імпортні споживчі товари, проникнення на вітчизняний ринок неякісних і контрафактних товарів.

¹Примітка. Складено автором.

Додаток Л

Економічні механізми регулювання розвитку ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях¹¹Примітка: Складено автором

**Оцінка результативності регулятивних заходів щодо стабілізації ринку споживчих товарів
в Тернопільській області в 2000-2006 рр.**

Зміст заходів організаційного і економічного характеру	Інструменти втручання	Результати здійснюваних заходів (очікувані результати)
1. В сфері виробництва споживчих товарів та формування товарної пропозиції		
1.1. Розвиток та підтримка підприємницьких структур, які виробляють споживчі товари. Впровадження процедури спрощення реєстрації підприємництва та системи "єдиного офісу".	Фінансова та кредитна підтримка; податкове стимулювання; організаційна підтримка; скорочення видів лі ценова-них видів діяльності	Упродовж 2000-2006рр. розвиток малого бізнесу охарактеризувався збільшенням господарюючих суб'єктів в роздрібній торгівлі, з виробництва продовольчих товарів та перероблення сільськогосподарської продукції, виробництва товарів легкої промисловості, меблів. Зросла частка малих підприємств в загальних обсягах виробництва промислової продукції та реалізації товарів.
1.2. Розроблення та впровадження типових бізнес-проектів з виробництва яловичини, свинини, птиці, виділення земельних ділянок для будівництва тваринницьких комплексів.	Державна дотація; кредитна дотація; підтримання цін на виробництво продукції	Створені передумови для розвитку тваринництва в регіоні та зміцнення позицій місцевого виробника м'яса на регіональному ринку. Очікується зменшення тиску імпорту продовольчих товарів на ринках.
1.3. Стимулювання продажу на ринках сільськогосподарської продукції безпосередньо її виробниками, а продовольчих товарів – переробними підприємствами.	Організаційна допомога; заохочення шляхом бюджетної підтримки; зниження розміру ринкового збору; встановлення мінімального розміру закупівельних цін	Формування торговельних місць з продажу мяса на ринках області та в мережі роздрібною торгівлі не дістало підтримки у місцевого виробника. Торгові місця на ринках заповнялися частково. Організація ярмарків лише частково задовольняла потреби населення в продуктах харчування і не стала постійним джерелом наповнення ринку більш дешевшими товарами.
1.4. Визначення обсягів надходжень ресурсів борошна, м'яса, цукру з Державного резерву з метою стабілізації цін на ринку. 1.5. Здійснення товарних та фінансових інтервенцій на аграрному ринку.	Товарна та фінансова інтервенція; бюджетне фінансування закупівлі для формування продовольчого резерву.	Наповнення ринку ресурсами цукру з державного резерву зумовило зниження цін на цукор та призупинення надмірного попиту. Використання резервних обсягів борошна для виробництва хлібопродуктів стабілізувала цінову ситуацію на ринку.
1.6. Розрахунок можливих обсягів закупівлі продовольчого зерна для регіональних потреб на вигідних для товаровиробників умовах. Організація закупівель.	Організація тендерів; Визначення обсягів фінансування закупівель з місцевого бюджету.	Створюються передумови для реалізації соціальних функцій управління щодо підтримання стабільних цін на хлібопродукти. Визначаються обсяги фінансування закупівель зерна. Формуються прозорі умови для учасників тендерів.
1.7. Постійний моніторинг кон'юнктури ринку споживчих товарів.	Організація моніторингу	Дозволяє створити інформаційну базу про стан, основні тенденції та структуру регіонального ринку для вироблення заходів попередження розгортання кризових явищ, а також інформування суб'єктів про динаміку цін, місткість, концентрацію на ринку.

1.8. Аналіз процесів концентрації на регіональному ринку. Постійний моніторинг конкурентного середовища та контроль за економічною концентрацією. Створення реєстру господарюючих суб'єктів, в т.ч. найбільших.	Застосування адміністративних важелів впливу на монополістів; державна стандартизація і сертифікація продукції; державна експертиза; обмеження цін, фонду оплати праці, рентабельності	Визначені підприємства, які займають монополістичне становище на ринку хлібопродуктів. Виявлені перешкоди (бар'єри) входження на ринок товаровиробників (економічні, адміністративні, інформаційні, корпоративні, кримінальні). Сформоване конкурентне середовище на всіх сегментах ринку.
1.9. Створення координаційної ради з питань розвитку підприємництва		Приймаються оперативні рішення щодо розв'язання проблем малого підприємництва в сфері виробництва споживчих товарів.
2. В сфері обміну споживчих товарів та розвитку торгівлі		
2.1. Вироблення плану організаційних заходів щодо створення мережі з реалізації продовольства, що надходить на споживчий ринок з державного резерву.	Стимулювання шляхом надання пільг в орендній платі, сплаті комунальних платежів	Передбачено створення торговельних місць на місцевих ринках та в мережі комунальної торгівлі. Узгоджуються позиції щодо забезпечення недержавною торгівлею реалізації продовольчих товарів, які надходять з державного резерву.
2.2. Забезпечення реалізації її соціальної функції торгівлі.	Стимулювання шляхом надання пільг в орендній платі, сплаті комунальних платежів, кредитної підтримки	Передбачається оптимізація співвідношень роздрібних підприємств за їх спеціалізацією - Підтримки продажу соціально значимих товарів; - заохочення обслуговування ветеранів, багатодітних сімей шляхом надання пільг в оренді приміщень та комунальних платежах.
2.3. Регулювання розміщення об'єктів торгівлі.	Спрощення системи оподаткування для об'єктів, які розміщуються в віддалених місцях, сільській місцевості	Здійснюється у формі організаційних, інформаційних та консультативних заходів із залученням коштів власників торговельних об'єктів. Безпосередній вплив на формування раціональної схеми розміщення об'єктів обмежується правом Міської Ради надавати право на оренду приміщень для здійснення торговельної діяльності без погодження з Управлінням торгівлі.
2.4. Формування на базі організованих ринків області торговельно-сервісні комплексів (центри) шляхом переобладнання вже діючих ринків та будівництва нових, розширення їхніх функцій.	Стимулювання інвестиційної діяльності; розширення джерел інвестування в матеріалу базу.	Основним завданням є упорядкування торгівлі на ринках, контроль за якістю реалізованих товарів та рівнем торговельного обслуговування. Створена сучасна мережа торговельних комплексів, з наданням послуг зберігання товарних запасів, доставки товарів, технічного обслуговування, кредитування. Формуються сучасні стандарти і технології обслуговування населення, розвиваються мережеві форми організації торгівлі.
2.5. Підтримка та розвиток інфраструктури споживчого ринку.	Державне кредитування; податкове стимулювання; залучення інвестицій.	Упродовж 2004-2006рр. всі колективні торговельні підприємства, в т.ч. споживкооперації, передані в приватну власність. Спільно з Облспожиспілкою розроблені заходи щодо організації торгівлі у віддалених сільських поселеннях.
2.6. Контроль за реалізацією продовольчих товарів, які надходять у роздрібну торговельну мережу з державного резерву.	Цінові стимули для підтримання платоспроможного попиту населення	Проведені перевірки за дотриманням цінових параметрів продажу товарів, які надходили в торговельну мережу з державного резерву.

3. В сфері споживання, ціноутворення та захисту прав споживачів		
3.1. Організація роботи щодо забезпечення та посилення захисту прав споживачів.	Цінове регулювання; Державна стандартизація товарів та гарантування безпеки споживання	Проведені перевірки діяльності ринків, здійснюється контроль за якістю і безпекою реалізації товарів на ринках та в роздрібній мережі, впроваджена система обов'язкової сертифікації товарів. Населення області постійно інформується через засоби ЗМІ про фальсифіковані та неякісні товари, недобросовісних виробників.
3.2. Створення ліній зв'язку, за якими споживачі можуть отримувати консультації стосовно якості і рівня обслуговування на ринках та рекомендації щодо захисту своїх прав та інтересів.	Фінансується за рахунок коштів місцевого бюджету	Номер телефонної лінії опублікований в місцевій пресі, в місцях загального користування, в закладах торговельного обслуговування, на ринках.
3.3. Створення координаційної Ради при обласній державній адміністрації з питань захисту прав споживачів.		Створення при ОДА Координаційної ради з питань захисту прав споживачів із залученням провідних спеціалістів органів виконавчої влади, Управління з питань захисту прав споживачів; громадських організацій та наукових установ.
3.4. Постійний моніторинг за цінами та ціноутворенням на товари, які формують споживчий кошик.		Виявляються причини стихійності ціноутворення на ринку. Проводиться аналіз та оцінка порядку формування цін на основні товари, вироблення рекомендацій щодо стабілізації цін. Контроль за дотриманням законодавства з питань ціноутворення.
3.5. Встановлення граничних рівнів рентабельності та торговельних надбавок на окремі споживчі товари, в т.ч. на дитяче харчування.	Граничний рівень рентабельності, торговельних надбавок	В перелік товарів, на які були встановлені граничні рівні увійшли: продукти дитячого харчування, лікарські засоби і вироби медичного призначення, борошно, хлібопродукти, макаронні вироби, цукор, свинина, м'ясо птиці, масло тваринне, олію

¹Примітка. Складено автором на основі опрацювання документів Головного управління економіки Тернопільської ОДА.

Додаток Н

Систематизація чинників функціонування ринку споживчих товарів¹

Групова ознака	Система чинників	Зміст та характер впливу на РСТ в 2000-2006рр.
1	2	3
1. Макроекономічні		
	1.1. Динаміка виробництва ВВП	Формують внутрішнє до національного і зовнішнє по відношенню до регіонального ринку середовище, Обумовлювали кон'юнктурні коливання цін, погіршення структури імпорту та зростання їхніх обсягів, посилення адміністративного регулювання цін на продукти харчування, інфляційні очікування населення, зростання частки тіньового обороту
	1.2. Обсяги та структура імпорту споживчих товарів	
	1.3. Кон'юнктура внутрішнього споживчого ринку країни	
	1.4. Монетарна політика держави.	
	1.5. Державна політика захисту внутрішнього ринку	
2. Чинники, які лежать в площині відтворювального процесу		
2.1. Чинники виробництва споживчих товарів (товарної пропозиції)	2.1.1. Обсяги та структура виробництва споживчих товарів в регіоні	Формують внутрішнє середовище ринку, є чинникам прямого впливу. Обумовили: <i>позитивні зміни</i> - наповнення ринку переважно вітчизняними продовольчими товарами; - відносно збалансування попиту і пропозиції; - розширення асортименту продукції та покращення їхньої якості; - активізацію державної підтримки підприємництва. <i>Негативні тенденції</i> - скорочення ринкової частки місцевого виробника; - □еформованість структури споживання та структури випуску товарів; - зростання цін виробництва; - розширення частки імпортованих товарів на регіональному ринку; - ліквідацію пільг та зростання податкового тиску.
	2.1.2. Рівень цін на паливо, енергію	
	2.1.3. Індекс цін виробників споживчих товарів	
	2.1.4. Еластичність виробництва	
	2.1.5. Рівні та структура споживання домогосподарствами	
	2.1.6. Динаміка оновлення виробництва та розширення асортименту товарів	
	2.1.7. Напрямки державної податкової політики, політики протекціонізму, підтримки підприємництва	
2.2. Чинники споживання (попиту)	2.2.1. Рівень доходів населення	За формою впливу є внутрішніми. Обумовили: <i>позитивні тенденції</i> - зростання реальних доходів населення та скорочення рівня заборгованості заробітної плати; <i>негативні тенденції</i> - зростання споживчих цін; - підвищення інфляційних очікувань громадян - зростання рівня самозабезпечення; - деформації в структурі витрат.
	2.2.2. Індекс споживчих цін	
	2.2.3. Інфляційні очікування.	
	2.2.4. Вартість "споживчої кошика"	
	2.2.5. Заборгованість заробітної плати	
	2.2.6. Обсяги та структура витрат	
	2.2.8. Рівні та динаміка самозабезпечення населення	
2.3. Чинники розвитку внутрішньої торгівлі (обміну)	2.3.1. Обсяги та динаміки товарообороту	Характеризують процеси обміну на ринку і є внутрішніми чинниками та здійснюють прямий вплив. Обумовили: <i>позитивні тенденції</i> - зростання реальних обсягів РТО, покращення його структури; розвиток нових форм обслуговування; <i>негативні тенденції</i> - зростання роздрібних цін; розрив зв'язків торгівлі і виробництва.
	2.3.2. Структура РТО	
	2.3.3. Рівень роздрібних цін	
	2.3.4. Взаємозв'язок торгівлі з виробниками споживчих товарів	
	2.3.5. Розвиток нових форм торговельного обслуговування	

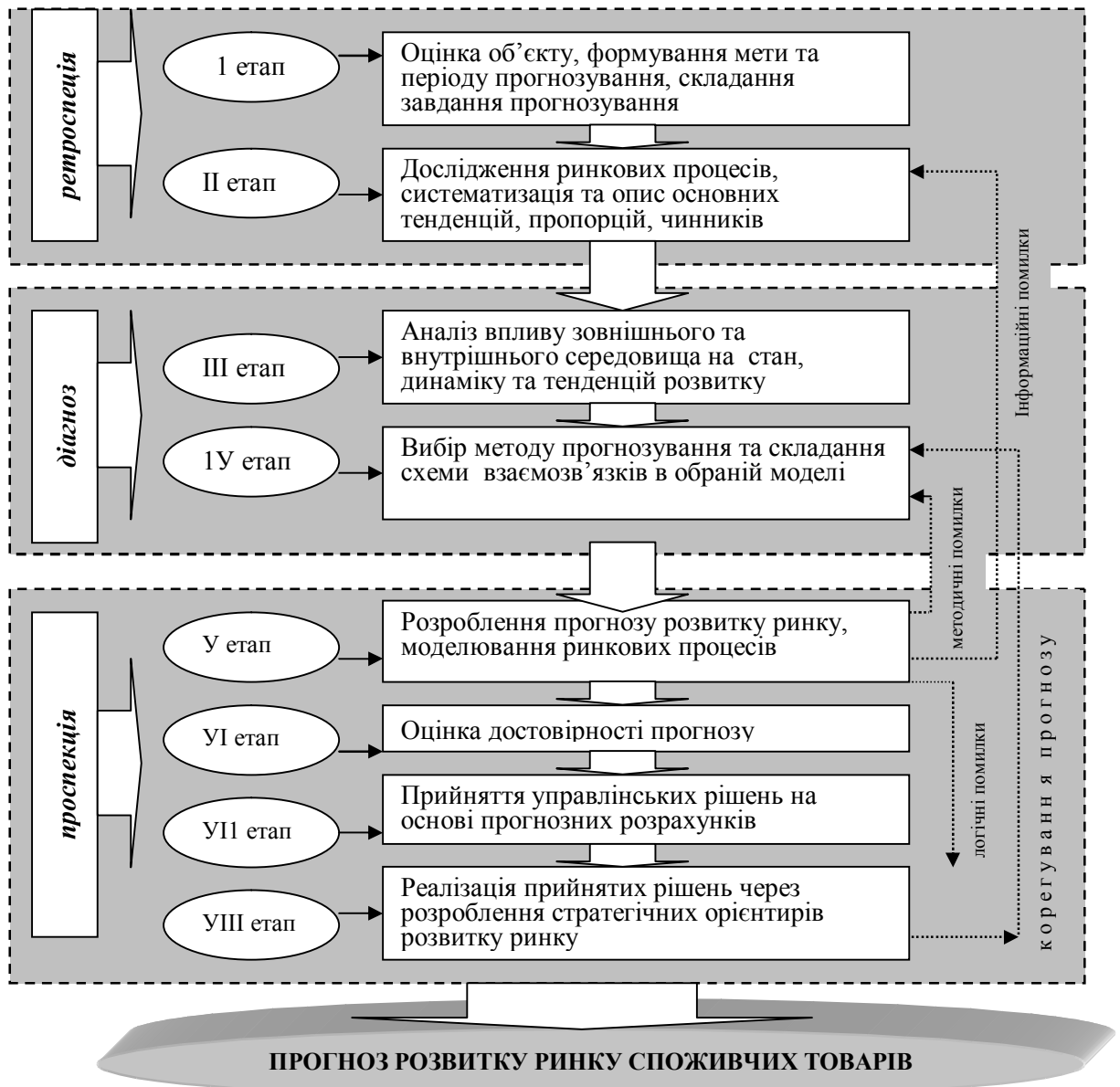
Продовження додатку Н

3. Чинники, які визначають середовище функціонування ринку споживчих товарів регіону		
3.1. Демографічні	3.1.1. Чисельність населення	Здійснюють безпосередній вплив на динаміку і структурні пропорції на ринку, формують внутрішнє середовище його функціонування. Формують реальний та потенційний попит на товари, визначають кількісні параметри попиту, його структуру та тенденції. На регіональному ринку обумовили диспропорції в розміщенні торговельної мережі та структурі РТО на особу в місті і селі.
	3.1.2. Вікова структура населення	
	3.1.3. Склад та кількість сімей	
	3.1.4. Співвідношення між сільським та міським населенням	
3.2. Економічні	3.2.1. Ступінь забезпечення населення товарами тривалого користування	За формою впливу є внутрішніми, змістовий характер яких визначається зовнішніми умовами: На регіональному ринку обумовили: <i>позитивні зміни</i> щодо зростання рівня насиченості ринку товарами та розвитку конкуренції. <i>Характеризували негативні тенденції</i> - зниження рівнів забезпеченості товарами тривалого користування; - зростання частки нетоварної форми споживання; - зниження рівня технологічного оновлення виробництва товарів; - підвищення цін на товари сезонного виробництва.
	3.2.2. Співвідношення між товарними і нетоварними формами споживання	
	3.2.3. Співвідношення в динаміці цін між виробниками споживчих товарів і роздрібною торгівлі.	
	3.2.4. Рівень технічного і технологічного оновлення виробництва споживчих товарів	
	3.2.5. Ступінь товарної насиченості РСТ	
	3.2.6. Сезонність виробництва	
3.3. Монетарні	3.3.1. Рівень монетаризації і доларизації економіки	Формують зовнішнє середовище, носять непрямий характер та обумовлюють зміни купівельної спроможності населення, пов'язаної із змінами курсової та валютної політики.
	3.3.2. Обмінний курс гривні	
	3.3.3. Обсяги грошової маси	
3.4. Соціальні	3.4.1. Соціальний склад населення	Є чинниками зовнішнього і внутрішнього впливу, здійснюють безпосередній вплив на рівень і структуру попиту. На регіональному ринку обумовили активізацію захисту прав та інтересів споживачів, гарантування прожиткового мінімуму; <i>негативні тенденції</i> щодо посилення диференціації населення, низький рівень досягнення раціональних норм споживання, зростання безробіття.
	3.4.2. Диференціація населення за рівнем доходів і витрат	
	3.4.3. Рівень зайнятості населення	
	3.4.4. Величина прожиткового мінімуму	
	3.4.5. Політика захисту прав споживачів	
	3.4.6. Розміри раціональних, норм споживання продуктів харчування	
3.5. Інфраструктурні	3.5.1. Розвиток мережі роздрібних торговельних підприємств	Формують внутрішнє середовище ринку. Характеризують <i>позитивні зміни</i> щодо матеріально-технічного стану торгівлі, розвитку мережі торгівлі та <i>негативні</i> щодо нераціонального розміщення мережі, деформації товароруку, зростання продажу товарів за межами організованої торгівлі.
	3.5.2. Розвиток каналів товаропотоків	
	3.5.3. Стан матеріально-технічної бази	
3.6. Політичні	3.6.1. Стан законодавства з регулювання та розвитку внутрішнього ринку	Є зовнішніми чинниками непрямої дії і обумовлюють формування правового поля для здійснення регулятивних заходів, контролю за якістю товарів та гарантування продовольчої безпеки населення. Здійснюють вплив на динаміку і характер товарної пропозиції на ринку.
	3.6.2. Розвиток громадського контролю за якістю товарів	
	3.6.3. Гарантування продовольчої безпеки та безпеки споживання	
3.7. Ситуативні	3.7.1. Погіршення природнокліматичних умов	Є чинниками зовнішнього впливу, носять стихійний часто не передбачуваний вплив. На регіональному ринку обумовили сезонні коливання цін на продукти харчування, необгрунтоване зростання гуртових та роздрібних цін на споживчі товари, кризові явища на ринках м'яса, хлібопродуктів, цукру.
	3.7.2. Дестабілізація на ринку енергоносіїв	

¹. Примітка. складено автором за результатами аналізу.

Додаток II

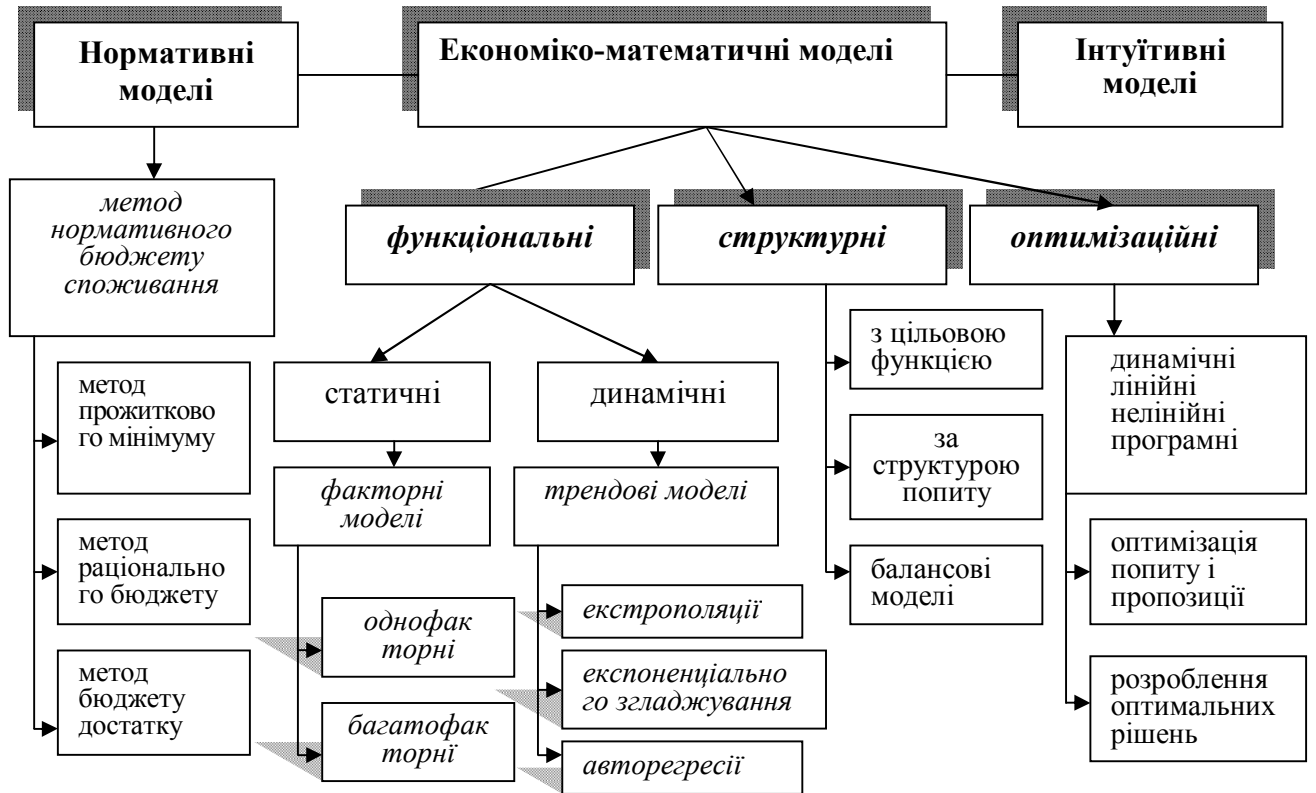
Рекомендований алгоритм прогнозування ринку споживчих товарів



Примітка. Складено автором на основі використання [79; 112]

Додаток Р

**Пропонована система моделей прогнозування місткості ринку
споживчих товарів¹**



¹Примітка: Складено на основі [78;79; 112].

Додаток С

**Рекомендована схема вибору трендових моделей прогнозування
місткості ринку споживчих товарів на короткостроковий період**

Ступінь задоволення попиту та основна тенденція його розвитку	Гіпотеза динаміки місткості ринку споживчих товарів	Модель прогнозування, параметри моделі місткості
Попит в основному задовольняється і зростає рівномірно	Тенденція зростання буде зберігатися при незмінності впливу домінуючих чинників. Основна умова – постійне оновлення асортименту товарів	<i>Пряма</i> $M = a_0 + a_1 t$
Попит задовольняється і зростає, але прирости зростання зменшуються	Товарне насичення є достатнім, рівень забезпеченості товарами наближений до нормативного, тенденції зростання будуть зменшуватися	<i>Логарифмічна функція</i> $M = a_0 + a_1 \log t$
Попит задовольняється, але обсяги його зменшуються	Товар з ринку витісняється іншими. Майбутня тенденція характеризує зниження споживачів	<i>Гіпербола</i> $M = a_0 + a_1 / t$
Попит не задовольняється, зростає стабільними темпами	Ринок не насичений споживчими товарами, попит буде зростати поступово	<i>Показникова функція</i> $M = a_0 + a_1^t$
Попит не задовольняється, але зростає прискореними темпами	Ринок не насичений споживчими товарами, товари є в обмеженій кількості, обсяги продажу зростають, тенденції будуть зберігатися	<i>Парабола 2-ого порядку</i> $M = a_0 + a_1 t + a_2 t^2$
<i>Позначення: M – величина місткості окремої групи товарів; a_0, a_1 – розрахункові параметри рівняння, t – часовий параметр</i>		

¹ Примітка. Складено автором з використанням [22,50, 40

Додаток Т
Побудовані факторні моделі окремих товарних ринків
Тернопільської області

1) Ринок м'яса і м'ясопродуктів

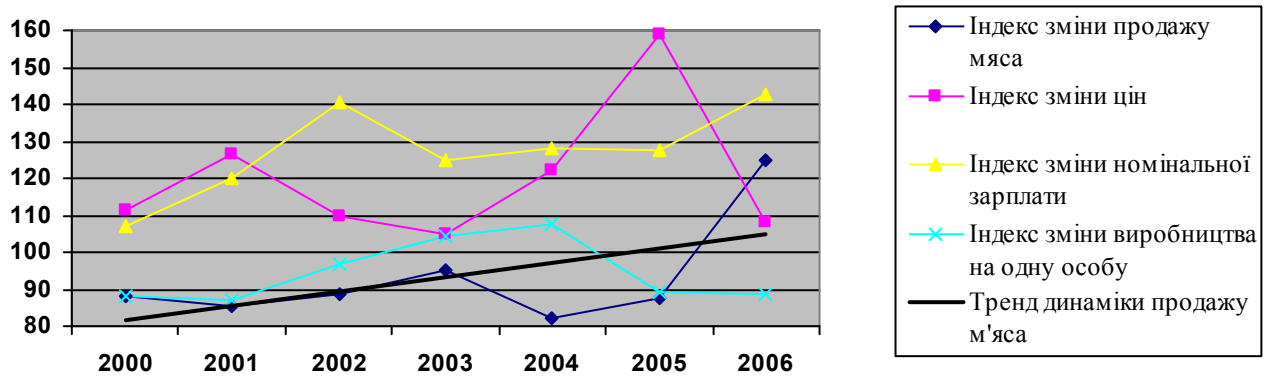


Рис. 1. Динаміка впливу основних чинників на обсяги продажу м'яса і м'ясопродуктів

Модель ринку м'яса і м'ясопродуктів

$$M_{\text{мясопр.}} = 1681,09 + 33,391x_1 - 29,561x_2 - 6,776x_8$$

Тіснота зв'язку між параметрами моделі складає: $r_{yx1} = -0,4652$, $r_{yx2} = -0,2793$, $r_{yx8} = 0,268$.

2) Ринок картоплі

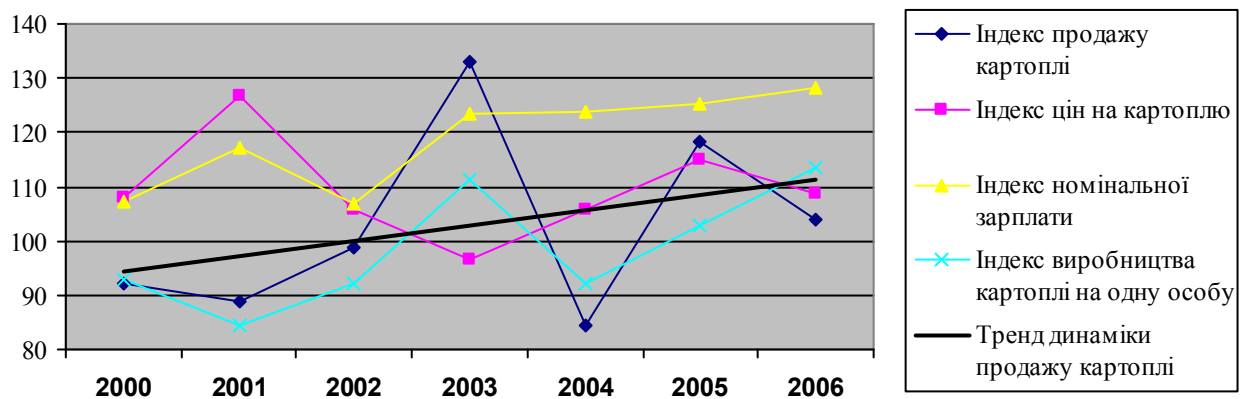


Рис. 2. Динаміка впливу основних чинників на обсяги продажу картоплі
 Модель ринку картоплі

$$M_{\text{карт.}} = 1155,78 - 13,911x_1 + 5,8476x_2 + 0,1995x_8$$

Тіснота зв'язку між параметрами моделі складає: $r_{yx1} = -0,3867$, $r_{yx2} = 0,21367$, $r_{yx8} = 0,3248$.

Продовження додатку Т

Модель ринку молока:

$$M_{\text{мол.}} = 513,20 - 3,483x_1 + 2,1593 x_2 + 6,397 x_8$$

звідки, $r_{yx1} = -0,05947$, $r_{yx2} = 0,47025$, $r_{yx8} = 0,5727$.

Модель ринку цукру

$$M_{\text{цук.}} = 1334,84 - 4,3032x_1 + 2,9201x_2 + 0,4103 x_8$$

звідки, $r_{yx1} = -0,4281$, $r_{yx2} = 0,0576$, $r_{yx8} = 0,0565$

Модель ринку чаю

$$M_{\text{чай.}} = 50,855 - 0,4798 x_1 + 0,4318 x_2 ,$$

звідки, $r_{yx1} = -0,4251$, $r_{yx2} = 0,4081$.

Модель ринку телевізорів

$$M_{\text{телев.}} = -707,198 - 2,2267 x_1 + 36,226 x_2 ,$$

звідки, $r_{yx1} = -0,8449$, $r_{yx2} = 0,6174$.

Модель ринку холодильників

$$M_{\text{холод.}} = 226,1253 - 1,63121x_1 + 10,8017x_2 ,$$

звідки, $r_{yx1} = -0,2661$, $r_{yx2} = 0,035$.

Прогнозні оцінки наслідків упровадження заходів щодо зниження ризиків та нейтралізації негативного впливу на РСТ чинників, пов'язаних з процесами лібералізації торгівлі

Загрози для розвитку РСТ	Сутнісний зміст проблеми	Пропозиції щодо зниження ризиків(нейтралізації впливу)	Прогнозні оцінки регулятивних дій
Некоректне ціноутворення на окремі товари	Нівелювання цінових переваг українських товаровиробників, пов'язаних з дешевою робочою силою, низькими рівнями тарифів та вартості енергоресурсів, пільговим оподаткуванням призводить до послаблення конкурентоспроможності товарів вітчизняного виробництва на зовнішніх ринках, а за умов зниження тарифних обмежень імпорту через вступ України до СОТ й на внутрішніх.	Впровадження комплексу заходів, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності виробництва споживчих товарів, зокрема, засобами кредитної, інвестиційної та інноваційної політики.	Внаслідок низької конкурентоспроможності вітчизняної товарів в короткостроковій перспективі можна очікувати скорочення їхнього виробництва ,а, отже, втрату робочих місць, зростання соціальної напруженості.
Високий рівень монополізації окремих ринків	На окремих сегментах РСТ спостерігаються дії, які характеризуються як зловживання монопольним становищем, або погоджена конкурентна поведінка . В регіонах особливо відчутні проблеми з конкурентним середовищем на ринках продуктів аграрної та переробної промисловості, що призводить до відсутності ринкових механізмів регулювання ціни та якості товару, який пропонується споживачам.	Формування повноцінного конкурентного середовища, запобігання недобросовісній конкуренції, антиконкурентним діям органів державної влади та органів місцевого самоврядування.	Лібералізація торгівлі та сприятлива митна політика може призвести з одного боку до покращення конкурентного середовища, а з іншого до посилення негативних тенденцій через недосконалу нормативно-правову базу та високий рівень корупції. Умова ефективності дій – чіткі правові норми та контроль за їхнім дотриманням з боку органів влади.
Нераціональна структура виробництва споживчих товарів	Структурні деформації виробництва споживчих товарів породжені деформаціями в споживанні, що в умовах низької платоспроможності споживачів обумовить збереження складених пропорцій.	Прискорення структурної перебудови виробництва шляхом проведення активної інноваційно політики. Спрямування державної політики на формування раціонального з точки зору підвищення якості життя рівня споживання та підвищення доходів споживачів.	Обсяги і структуру виробництва обумовлюватимуть внутрішній і зовнішній попит та проведення з боку держави активної політики структурної перебудови.

Невідповідність стандартів якості продуктів харчування вимогам ЄС та СОР	Продукти харчування не зможуть потрапити на ринки ЄС без приведення технічних стандартів України до вимог СОР, а для цього необхідні акредитовані лабораторії, що контролюють якість харчових продуктів за стандартами ISO 17025. Неможливість експортувати харчову продукцію на ринки зарубіжних країн хоча й сприяє наповненню внутрішнього ринку продуктами харчування, однак не призводить до залучення інвестицій в галузь, а отже, підвищення якості товарів та виробництва нових.	Відповідно до законодавства в Україні передбачається впровадити стандарти якості основних видів продовольчих товарів, гармонізованих із міжнародною системою стандартів; створити реєстри стандартів на продовольчі товари; удосконалити державний контроль за якість харчових продуктів; відповідно до регламенту СОР; завершення розробки системи стандартів, фітосанітарного та ветеринарного контролю згідно з вимогами СОР та ЄС.	Прискорення розв'язання проблем підвищення якості продуктів харчування та їхньої відповідності міжнародним стандартам буде передусім наслідком зростанням конкуренції на внутрішньому і зовнішньому ринках та дієвості органів влади щодо прискорення впровадження систем управління якістю на переробних підприємствах.
Висока частка витрат населення на продовольчі товари у структурі сукупних витрат	Низький рівень доходів населення не дозволяє забезпечити прийнятний раціон харчування. За усім набором харчових продуктів Україна відстає від розвинених країн учетверо. Частка витрат на продовольчі товари складає близько 55%, що є втричі більшим за рівень економічно розвинутих країн.	Створення конкурентного середовища на ринку харчових продуктів, унеможливлення зловживання монопольним становищем виробників, створення умов доступу на ринки країни іноземних товаровиробників. Реалізація державної політики подолання бідності та скорочення рівня диференціації населення за рівнем доходів і витрат. Здійснення ефективних механізмів регулювання цін.	За останні роки спостерігається динаміка скорочення частки витрат на продукти харчування, що дає можливість прогнозувати зменшення витрат за умови подальшого зростання доходів населення та помірною зростання цін в секторі продовольчих товарів.
Відносно високий рівень бідності та велика диференціація в доходах населення	Зростання доходів населення, яке відбулося за рахунок збільшення рівня мінімальної заробітної плати, розмірів пенсій та окремих видів соціальних виплат, позитивно вплинуло на збільшення середньомісячних сукупних витрат домогосподарств, але не сприяло скороченню диференціації населення за рівнем доходу.	Реалізація державної соціальної політики потребує подальшого підвищення рівня та якості життя населення, удосконалення політики доходів, реформування системи соціального захисту, подолання регіональної диспропорцій, подальшого зростання соціальних гарантій та наближення їх до європейського рівня.	Скорочення рівня бідності обумовлять заходи щодо: поетапного приведення розміру мінімальної заробітної плати до розміру прожиткового мінімуму; врахування регіональної диференціації та розробка механізмів практичної реалізації регіонального прожиткового мінімуму.

Прояви дестабілізації і кризи на окремих продовольчих сегментах РСТ	На внутрішньому ринку розгорталися кризові явища на ринках цукру, м'яса, хлібопродуктів, молокопродуктів, що пояснювалося неефективною державною ціновою політикою, неконкурентними діями товаровиробників, впливом зовнішніх чинників.	Баланс між попитом і пропозицією на внутрішньому ринку може досягатися шляхом збільшення власного виробництва, або завезення таких товарів з меж країни. Використання зовнішніх джерел в минулі періоди дозволили збільшити пропозицію на внутрішньому РСТ, забезпечили потреби споживачів, створили конкуренцію вітчизняним виробникам, стримали цінові коливання.	В умовах вступу до СОТ очікується розширення джерел пропозиції основних продовольчих товарів, що унеможливить прояви дисбалансу на цих сегментах ринку.
Зростання рівня цін на споживчі товари, передусім продовольчі	Реальне зростання споживчих цін перевищує прогнозовані рівні. Розгортання інфляційних процесів на РСТ обумовлювали внутрішні (розширення монетарної бази, зростання доходів населення, посилення інфляційних очікувань) і зовнішні (підвищення цін на енергоносії) чинники	Впровадження механізмів підтримки цін та доходів товаровиробників, оптимальне поєднання механізмів державного і ринкового ціноутворення, зменшення фіскального навантаження на виробництво товарів.	Умовою стабілізації і зниження цін на продовольчі товари стане розширення товарної пропозиції та розвиток конкуренції, що, в принципі може бути досягнуто шляхом лібералізації торгівлі в рамках членства України в СОТ.
Розширення імпортного сегменту на РСТ	Недостатнє забезпечення попиту населення України вітчизняними товарами є наслідком низької інноваційності вітчизняного виробництва. Внаслідок цього питома вага продажу товарів вітчизняного виробництва знизилась у 2006 р. до 65,3% з 67% у 2005 р., при цьому зниження відбулося по групі продовольчих і непродовольчих товарів.	Реалізація політики помірної протекціонізму щодо вітчизняних товаровиробників, зокрема шляхом стимулювання інноваційної діяльності та впровадження нових технологій у виробництво споживчих товарів. Спрямування митно-тарифної політики держави та легалізацію тінювих потоків імпорту та захист внутрішнього ринку від надходження контрафактних товарів.	В короткотерміновій перспективі збережеться тенденція до розширення частки імпорту в реалізації непродовольчих товарів. Головним завданням стане скорочення тінювого сектору імпортних товарів на РСТ.
Втрата вітчизняними товаровиробниками частини внутрішнього РСТ	Суттєве зниження торкнеться галузей сільського господарства, переробних підприємств, легкої промисловості, дрібних товаровиробників	Реалізація заходів, спрямованих на забезпечення конкурентоспроможності вітчизняних товарів та вироблення механізмів захисту внутрішнього РСТ	Нарощення внутрішнього потенціалу виробництва в середньостроковій перспективі можливе лише за рахунок цінових чинників та підвищення якості товарів.

¹ Примітка : Складено автором.

Додаток Ф

Заходи нейтралізації негативних наслідків вступу України до СОТ для розвитку національного і регіональних РСТ¹

Негативні наслідки	Заходи щодо нейтралізації можливих негативних наслідків	Вимоги та рекомендації СОТ
Зменшення обсягів фінансування державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників, зниження конкурентоспроможності продукції вітчизняного виробництва на зовнішньому ринку	Визначення обсягу державної підтримки сільськогосподарських товаровиробників на рівні 3043 млн. грн., надання податкової знижки в обсязі 5% від вартості внутрішнього виробництва сільськогосподарських товарів. Розширення обсягів фінансування заходів „зеленої скриньки”.	Відмова від субсидування експорту сільськогосподарської продукції, скорочення рівня державної підтримки внутрішніх товаровиробників.
Ускладнення ситуації з реалізацією цукру, виробленого з буряка, у зв'язку з надходженням на ринок дешевого цукру сирцю з тростини	Проведення реструктуризації цукрової галузі України з метою оптимізації обсягів цукру, виробленого з буряка та зниження його собівартості	Установлення тарифної квоти на ввезення в Україну цукру-сирцю з тростини в розмірі 260 тис. тонн щорічно і збільшити її до 267 тис. тонн до 2010 р.
Втрата частини внутрішнього ринку виробниками споживчих товарів продукції у зв'язку із збільшенням обсягів імпорту такої продукції	<i>Підвищення якості та безпеки сільськогосподарської продукції вітчизняного виробництва ; удосконалення ринкової інфраструктури ; розвиток альтернативних механізмів фінансового забезпечення вітчизняних виробників сільськогосподарської продукції; забезпечення підтримки галузі тваринництва</i>	Поетапне зниження ставок ввізного мита на сільськогосподарську продукцію. Середні імпортні мита встановлюються на рівні 11,16% для сільгоспродуктів. Та 4,85% для промислових товарів. Експортна конкуренція в торгівлі продовольчими товарами.
Випуск продукції за застарілими стандартами, уповільнення процесу приведення національних стандартів у відповідність з міжнародними призведе до неконкуренто- та неекспортоспроможності продукції вітчизняного виробництва як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку	<i>Перегляд національних стандартів, з метою скасування або приведення їх у відповідність з міжнародними стандартами чи відповідними технічними регламентами, гармонізація національних стандартів з міжнародними; Забезпечення введення систем управління якістю, безпекою харчових продуктів на основі міжнародних стандартів ISO 9000, ISO 14000, концепції HACCP</i>	Формування не менш сприятливого режиму для продукції іноземного виробництва, ніж для аналогічної продукції вітчизняного виробництва. Відміна нульової ставки ПДВ для особистих сільськогосподарських господарств.

Продовження додатку Ф

Надходження на вітчизняний ринок небезпечної для життя і здоров'я людей та навколишнього природного середовища продукції іноземного виробництва	Розроблення та впровадження технічних регламентів відповідно до директив ЄС та відповідних технічних регламентів інших країн - членів СОТ. Сприяння впровадженню систем управління якістю виробниками.	Гармонізація з міжнародним законодавством. Надання пріоритету використання міжнародних стандартів та рекомендацій та оцінки відповідності.
Зниження рівня тарифного захисту на окремі види продукції вітчизняного виробництва	Проведення системної роботи з поліпшення умов доступу продукції вітчизняного виробництва на зовнішній ринок. Встановлення перехідного періоду на лібералізацію доступу до ринків терміном до 2010 року. Розроблення за результатами зазначеного аналізу механізму запобігання зниженню конкурентоспроможності галузей національної економіки, які можуть погіршити техніко-економічні показники та фінансовий стан у зв'язку із вступом до СОТ.	Лібералізація доступу на ринок сільськогосподарських і продовольчих товарів. Формування зони вільної торгівлі. Дотримання принципу недискримінації та здійснення виробництва товарів на комерційній основі.
Ризики забезпечення продовольчої безпеки держави	<i>Формування державних продовольчих запасів для стабілізації ситуації на внутрішньому ринку. Збільшення суми видатків за бюджетною програмою "Формування державного продовольчого резерву Аграрним фондом, здійснення заставних закупівель, товарних та фінансових інтервенцій на організованому аграрному ринку". Забезпечення належного фінансування лізингових операцій з постачання сільськогосподарської техніки.</i>	Відмова від застосування обов'язкових мінімальних цін на імпортовані товари. Скасування кількісних обмежень на імпорт, ліцензування імпорту.

¹ Примітка. Складено на основі розпорядження КМУ від 12 січня 2006р. № 10-р 22 „Про план заходів щодо нейтралізації можливих негативних наслідків у зв'язку із вступом України до СОТ та забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки” та „Звіту робочої групи з питань вступу України до СОТ” (документ секретаріату СОТ - WT/ACC/UKR/152 від 2 січня 2008 року).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азарян Е.М. Потребительский рынок: становление и развитие / Азарян Е. М. – Донецк : Ин-т экономики промышленности НАН Украины, 2002. – 304 с.
2. Азарян О.М. Аналіз розвитку споживчого ринку України в сучасних умовах / О. М. Азарян // Вісник Донецького державного університету економіки і торгівлі. Сер. “Економічні науки” – 1999. – № 3. – С. 126–131.
3. Андрійчук В. Г. Ринок товарів народного споживання: основні напрями і пріоритети формування (внутрішній та зовнішні аспекти) / Андрійчук В.Г. – К.: Укр. академія зовнішньої торгівлі, 1995. – 249 с.
4. Антонюк Я. М. Основні засади реформування внутрішньої торгівлі / [Я. М. Антонюк, В. Г. Андрійчук., А. І. Мокій, В. С. Коломійчук., В. Р. Німко] – Львів : 1996. – 37 с.
5. Апопій В. В. Ринок споживчих товарів в Україні. Проблеми сучасного виклику / В.В. Апопій , Я.Ф. Гончарук // Економіка і прогнозування. – 2002. – №4. – С.22-29.
6. Ассэль Генри. Маркетинг: принципы и стратегия : [учебник для вузов] / Ассэль Генри ; пер. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1999. – XII, 804 с.
7. Афиян Б. Б. Рынок как форма организации товарного производства / Б. Б. Афиян – СПб. : СПБТЭИ, 1995. – 18 с.
8. Банщиков П. Г. Эластичность спроса и предложения / П.Г. Банщиков, Н. В. Задорожная // Экономика предприятия. – 2000. – № 4–5. – С. 2–9.
9. Барановський А. И. Торговля в Западной Европе / А. И. Барановський, М. М. Туриянская – М. : Знание, 1990. – 110 с. – (Новое в жизни, науке, технике. Сер. “Торговля и бытовое обслуживание”; № 10).
10. Барановський А. И. Торговля в Японии / А. И. Барановський, М. М. Туриянская – М. : Знание, 1991. – 92 с. – (Новое в жизни, науке, технике. Сер. “Торговля и бытовое обслуживание”; № 8).
11. Басюк Т. Інтегральна оцінка інвестиційної привабливості торгових підприємств / Т. Басюк // Економіка України. – 1999. – № 12. – С. 84–89.
12. Бердсолл Н. Усиление неравенства в новой глобальной экономике / Н. Бердсолл // Вопросы экономики. – 2006. – № 4. – С. 86–88.
13. Березін О. В. Концептуальні аспекти формування ринку продовольства / О. В. Березін // Регіональні перспективи. – 2000. – № 3–5. – С. 295–297.

14. Бесєдін В. Ф. Ринкова трансформація економіки України: проблеми регулювання / В. Ф. Бесєдін, І. Я. Чугунок, А.В. Циганюк. – К. : 2005. – 551 с.
15. Концептуальні засади структурного регулювання ринкового господарства / С. О. Біла // Статистика України. – 2004. – № 1. – С. 22–27.
16. Блайт Дж. Основи маркетинга / Блайт Дж. ; пер. С 2-го англ. издания. – К. : Знання-Прес, 2003. – 258 с.
17. Бланк И. А. Торговий менеджмент / И. А. Бланк – К. : УФІМБ, 1997. – 405 с.
18. Близнюк С. В. Особливості механізму управління регіональним споживчим ринком / С. В. Близнюк // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 6(48). – С. 69-75.
19. Бондаренко А. Ф. Экономические стратегии управления рынком / А.Ф. Бондаренко – Сумы : Слобожанщина, 1998. – 108 с.
20. Бураковський І. Аналіз економічних наслідків вступу України до СОТ [Електронний ресурс] / І. Бураковський., В. Мовчан, П. Фердинанд – Режим доступу до статті : <http://www.alumni.iatp.org.ua/publications>.
21. Буркат Н. Стан і перспективи розвитку споживчого ринку України [Електронний ресурс] / Н. Буркат, Н. Малиш, В. Приходько – Режим доступу до статті : http://www.niss.gov.ua/Table/Jalilo_16/023.htm
22. Бутко М. П. Проблеми комплексного розвитку регіональних економічних систем / М. П. Бутко // Вісник економічної науки України. – 2005. – № 2. – С. 33-38.
23. Бюджетний кодекс України : за станом на 01.01.2007 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>
24. Ваврищук В. Вступ в СОТ: очікування українських регіонів [Електронний ресурс] / В. Ваврищук – Режим доступу до статті : <http://www.wto.inform.org.ua/attach/ochikuvannia%20regioniv.doc>.
25. Віскозі Кіп,. Економічна теорія регулювання та антимонопольна політика / Віскозі Кіп, Верном Джон М., Гарингтон Джозеф Е.; переклад з англ. – К. : В-во Соломії Павличко „Основи”, 2004. – 1047 с.
26. Внутрішній ринок України як рушій економічного зростання – К. : 2000. – 56 с. – (Матеріали восьмого засідання “круглого столу”).
27. Вступ України до Світової організації торгівлі [Електронний ресурс] / Парламентські слухання. – Режим доступу : http://www.rada.gov.ua/zakon/new/par_sl/sl011106.htm

28. Гайдуцький П. І. Формування та розвитку аграрного ринку / П. І. Гайдуцький // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 4–15.
29. Глобалізація мирового хазяйства : уч. посібник [для студ. высш. учеб. завед.] / М. Н. Осьмова, А. В. Бойченко. – М. : ИНФРА-М, 2006. – 376 с.
30. Голошубова Н. А. Розничная торговая сеть Украины: прошлое и настоящее / Н. А. Голошубова // Экономика предприятия. – 2000. – № 9. – С. 73–80.
31. Господарський Кодекс України : за станом на 11.03.2007 р. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/>
32. Государственное регулирование экономики и социальный комплекс : уч. пособие [для студ. высш. учеб. завед.]; под ред. Т. Г. Морозовой, А. В. Пикулькина – М. : Финстатинформ, 1997. – 220 с.
33. Гродецька Т. М. Трансформація регулювання споживчого ринку в перехідній економіці : автореферат дис. на здобуття наук. ступеня канд. економ. наук : спец. 08.01.01 „Економічна теорія” / Т. М. Гродецька – Харків, 2003. – 16 с.
34. Гэлбрэйт Дж.К. Экономические теории и цели общества / Гэлбрэйт Дж. К. – М. : Прогресс, 1976. – 406 с.
35. Давиденко С. В. Вплив розширення внутрішнього ринку на економічне зростання України / С. В. Давиденко // Стратегічні пріоритети. – 2006. – № 1. – С. 93–101.
36. Державна допомога виробникам в Україні: реформування відповідно до вимог СОТ та ЄС / [Ваврищук В., Калішук Е., Таран С., Хойна Я., Ясько Н.] ; за ред. С. Касьянова. – Київ : Нора-Друк, 2004. – 86 с.
37. Державна програма економічного і соціального розвитку України на 2007 рік / Кабінет Міністрів України. Постанова від 13.09.2006 р., № 1316. [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>.
38. Державна програма розвитку українського села на період до 2015р. / Кабінет Міністрів України. Постанова від 19.09.2007 р., № 1158 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.
39. Державна програма стандартизації на 2006-2010 роки / Кабінет Міністрів України. Постанова від 01 березня 2006 р., № 229 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.dssu.gov.ua/control/uk/archive/docview>
40. Державна стратегія регіонального розвитку на період до 2015 року / Кабінет Міністрів України. Постанова від 21 липня 2006 р., № 1001 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>

41. Директива ЄС. Про загальну безпеку продукції. Директива ЄС №2011/95/ЄС [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://europa.eu.int/eurlex/pri/en/oj/dat/2002/l_011/l_0112002.pdf

42. Дідківська Л. І. Державне регулювання економіки / навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Л. І. Дідківська, Л. С. Головка. – К. : Знання-Прес, 2000. – 209 с.

43. Долан Едвін Дж. Микроекономіка / Долан Едвін Дж., Линдсей, Дейвид Е.; пер. с англ. Б. Лисовика, В. Лукашевича – СПб: 1994. – 448 с.

44. Дубницький В. І. Трансформація промислового комплексу регіону в контексті маркетингової концепції / В. І. Дубницький // Вісник Академії економічних наук України. – 2004. – № 1. – С. 101–109.

45. Едвардс, Джуліан Практика захисту прав споживачів у європейському союзі / [Електронний ресурс] / Едвардс, Джуліан. – Режим доступу до статті : // <http://www.undp.org.ua/cscn/eu-practice.php>.

46. Економіка України: стратегія і політика довгострокового розвитку / [В. М. Геєць, В. П. Александрова, Т. І. Артёмова та ін.]. – К. : Фенікс, 2003. – 1006 с. – (Інститут економіки і прогнозування НАН України).

47. Економічна енциклопедія: економічний словник / [відповідальний редактор С.В. Мочерний] – К. : Видавничий центр „Академія”.

Т. 1 – 2000. – 863 с.;

Т. 2. – 2001. – 847 с.;

Т. 3. – 2002. – 952 с.

48. Економічна теорія: сучасні проблеми розвитку сфери товарного обігу: зб. тез доповідей міжнар. науково-практ. конфер. (Київ, 24-25 жовтня 2002р.) / відп. ред. В. Д. Лагутін. У 2 ч. – К. : 2002. – 254 с.

49. Експрес-інформація Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

50. Етичний кодекс Української асоціації маркетингу [Електронний ресурс] – Режим доступу : http://uam.in.ua/ukr/content/standarts/etichnii_kodeks.php.

51. Заблудження протекціонізму / У. Самнер, Я. А. Новиков. – М. : ООО “Соціум”, ЗАО “Изд-во “Экономика”, 2002. – 254 с.

52. Закон України. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності : за станом на 11 вересня 2003 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua>.

53. Закон України. Про державне регулювання імпорту сільськогосподарської продукції: за станом на 09 липня 2003 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua/>

54. Закон України. Про захист національного виробника від демпінгового імпорту : за станом на 01 листопада 2005 р. України [Електронний ресурс] / Верховна Рада – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua/>

55. Закон України. Про захист національного товаровиробника від субсидованого імпорту” : за станом на 22 грудня 1998 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua/>

56. Закон України. Про Державний бюджет України на 2008 рік та про внесення змін до деяких законодавчих актів України : за станом на 28 грудня 2007 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.zakon1.rada.gov.ua/>

57. Закон України. Про державну підтримку сільського господарства України : за станом на 16 червня 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.

58. Закон України. Про захист економічної конкуренції : за станом на 23 лютого 2006 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.

59. Закон України. Про захист прав споживачів : за станом на 01 грудня 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

60. Закон України. Про стандарти, технічні регламенти та процедури оцінки відповідності : за станом на 01 грудня 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>

61. Закон України. Про стимулювання розвитку регіонів : за станом на 08 вересня 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main>.

62. Закон України. Про якість і безпеку харчових продуктів та продовольчої сировини : за станом на 06 вересня 2005 р. [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.zakon1.rada.gov.ua/>

63. Заходи щодо виконання в 2006р. Плану дій „Україна - ЄС”: за станом на 27 квітня 2006 р. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>.

64. Захожай В. Статистика ринку товарів і послуг / В. Захожай – К. : Уфімб, 2000. – 64 с.

65. Збаразька Л. О. Внутрішній ринок України: проблеми і стратегія розвитку / Л. О. Збаразька // Наукові праці ДонНТУ. Серія: Економічна. – 2003. – Вип. 68. – С. 18-25.

66. Збір, обробка та аналіз інформації для оцінки впливу урядових рішень та регуляторних актів на розвиток сегментів економіки та її суб'єктів: аналітичний підхід та методологія [Електронний ресурс] / І. Голоднюк, В. Дубровський, В. Скаршевський – Режим доступу до статті : <http://www.case-ukraine.com.ua/u/publications/af56d8588bbee58620b>. – (Версія для обговорення).

67. Збірник законодавчих та нормативних документів, що регламентують діяльність підприємств внутрішньої торгівлі всіх форм власності. – Офіц. вид. – К. : Зовнішторгвидав України. – 1997. – 457 с.

68. Звіт робочої групи з питань вступу України до СОТ [Електронний ресурс] / Документ секретаріату СОТ WT/ACC/UKR/152 від 2 січня 2008 року – Режим доступу : http://www.wto.org/english/news_e/pres08_pr511_e.htm

69. Зубко Н. М. Экономическая теория / Н. М. Зубко – Мн. : НТЦ АПИ, 1999. – 311 с.

70. Зуев А. Элитарная торговля и инновации / А. Зуев, Н. Кушнарєва, Л. Мясникова // РИСК. – 2004. – № 1. – С. 51–59

71. Иванов А. Б. Методика анализа результатов обследования товарных рынков / А. Б. Иванов // Вопросы статистики. – 1999. – № 3. – С. 9–21.

72. Ильин В. Поведение потребителей / В. Ильин – Санкт-Петербург : Питер, 2000. – 224 с.

73. Истоки: экономика в контексте истории и культуры / [Я. И. Кузьминов, В. С. Автономов, О. И. Ананьин и др.] – М. : ГУ ВШЭ, 2004. – 584 с.

74. Інфраструктура товарного ринку : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / під ред. д.е.н., проф. І. В. Сороки – К. : НМЦВО Міністерство освіти і науки України, НВФ “Студцентр”, 2002. – 608 с.

75. Інфраструктура товарного ринку : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / під ред. проф. О.О. Шубіна – [2-ге видання]. – К. : НМЦВШЦ Міністерства освіти і науки; Студцентр, 2004. – 816 с.
76. Історія консю'меризму: навч.пос. [для студ. вищ. навч. закл.] / Язвінська О. М. – К. : КНТЕУ, 2000. – 252 с.
77. Калина А. В. Экономическая теория и практика хозяйствования / Калина А. В., Осокина В. А. – К. : МАУП, 1998. – 308 с.
78. Карпенко Н. В. Теорія і практика маркетингу в Україні / [Н. В. Карпенко А. Ф. Павленко, А. В. Войчак, В. Я. Кардаш, В. П. Пилипчук та ін.] ; за наук. ред. д-ра екон. наук. проф., акад. АПН України, А.Ф. Павленка. – К. : КНЕУ, 2005. – 584 с.
79. Карпов В. А. Маркетинг: прогнозування кон'юнктури ринку : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / В. А. Карпов, В. Р. Кучеренко – К. “Знання”, 2001. – 215 с.
80. Кейнс Дж. М. Общая теория занятости, процента и денег / Кейнс Дж. М. – М., 1978.
81. Ковальчук Т. М. Оперативний аналіз кон'юнктури ринку / Т. М. Ковальчук // Економіка АПК. – 2002. – № 3. – С. 42–50.
82. Кокареєв І. В. Дослідження товарних ринків в умовах ринкової економіки / І. В. Кокареєв // Статистика України. – 2002. – № 1. – С. 57–61.
83. Комплексна програма розвитку внутрішнього ринку / Кабінет Міністрів України. Постанова від 28.11.2001 р., №1635 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>.
84. Кон'юнктурний аналіз товарного ринку / [А. І. Бутенко, В. Р. Кучеренко, Є. В. Рак, В. А. Ягорлицький]. – О. : Інститут проблем ринку і економіко-екологічних досліджень НАН України, 1999. – 155 с.
85. Кондиріна А. Г. Форми і методи державного регулювання кон'юнктури споживчого ринку / А. Г. Кондиріна // Формування ринкових відносин в Україні. – 2004. – № 6. – С. 49–52.
86. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації / [Я. А. Жаліло, Я. Б. Базилюк, Я. В. Белінська та ін.] ; за ред. Я. А. Жаліло. – К. : НІСД, 2005. – 388 с.
87. Консенсус-прогноз розвитку економіки України на 2007 р. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України — Режим доступу : // <http://www.ve.kmu.gov.ua/>

88. Концепція аналізу та вдосконалення розвитку внутрішнього ринку товарів і послуг [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Наказ від 25.05.1999 р., № 27-38/145 – Режим доступу : [http // www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua).

89. Концепція Державної програми реалізації технічної політики в агропромисловому комплексі на період до 2010 року [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 15.02.2006, № 93-р — Режим доступу : [http //www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua).

90. Концепція Державної програми розвитку легкої промисловості на період до 2011 р. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 27.12.2006 р., № 673-р. – Режим доступу : [http //www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua)

91. Концепція загальнодержавної комплексної програми підтримки та розвитку українського села „Добробут через аграрний ринок на 2005-2010 рр.”– [Електронний ресурс] / Проект – Режим доступу : [http: //www.minagro.kiev.ua. /zv/showdoc1.php?id](http://www.minagro.kiev.ua./zv/showdoc1.php?id)

92. Концепція Комплексної програми підтримки розвитку українського села на 2006-2010рр. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 21.12.2005 р., №536-р — Режим доступу : [http //www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua).

93. Концепція перебудови системи державних субсидій, що надаються галузям національної економіки [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 31.03.2003 р., №182-р – Режим доступу : [http //www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua).

94. Концепція поліпшення продовольчого забезпечення та якості харчових продуктів населення. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 26.05.2004 р., № 332-р – Режим доступу : [http //www.kmu.gov.ua](http://www.kmu.gov.ua).

95. Концепція розвитку внутрішньої торгівлі України. – К. : 1998. – 28 с.

96. Концепція розвитку внутрішнього ринку України / В. М. Геєць, В. О. Точилін // Вісн. Ін-ту екон. прогнозування. – 2002. – № 2. – С. 3–9.

97. Корецький М. Х. Державне регулювання аграрної сфери у ринковій економіці / М. Х. Корецький – К. : Вид-во УАДУ, 2002. – 260 с.

98. Костишина М. Т. Управління і регулювання товарного ринку в умовах перехідної економіки. : автореф. дис. канд. економ. наук : спец. 08.02.03 „Організація, управління, планування і регулювання економікою” / М. Т. Костишина. – Львів, 1998. – 20 с.

99. Котлер, Филлип. Основы маркетинга / Котлер, Филлип, Амстронг, Гари, Сондерс, Джон, Вонг, Вероника.; пер. с англ. 2-е европ. изд. – М. ;СПб. ; К. ; Издательский дом „Вильямс”, 2001. – 944 с.

100. Крие А. Внутренняя торговля / Крие А., Жалле Ж. : перев.с франц. - М. : “Прогрес-Универс”, 1993. – 192 с.
101. Крикавський Є. В. Маркетингові дослідження : навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / [Є. В. Крикавський, Н. С. Косар, О. Б. Мних, О. А. Сорока.]. – Львів : НУ „Львівська політехніка”, „Інтелект-Захід”, 2004. – 288 с.
102. Крофт М. Сегментирование рынка / Крофт М. – С.-Петербург : Питер, 2001. – 128 с.
103. Крутиков Ф. А. Теоретические вопросы определения емкости рынка / Ф. А. Крутиков. – М. : Экономика, 1965. – 154 с.
104. Кузьміна С.А. Правове регулювання споживчого ринку України / С. А. Кузьміна, Л. Р. Левчук // Економіка та держава. – 2007. – № 1. – С. 33 - 38.
105. Лагутін В. Розвиток внутрішнього ринку в Україні: проблеми та перспективи / В. Д. Лагутін // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2003. – № 2. – С. 32–36.
106. Лагутін В. Д. Економічна і соціальна політика як умова розвитку ринку споживчих товарів / В. Д. Лагутін // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів., 2003. – С. 84–90. – (Серія економічна. Випуск 14)
107. Латинін М.А. Оцінка рівня державної підтримки аграрного сектора за допомогою конвенційних методів / М.А. Латинін [Електронний ресурс] – Режим доступу до статті: <http://www.academy.kitv.ua/ej1/text/LATININ.htm>.
108. Латинін М. А. Теоретичні підходи щодо визначення механізму державного регулювання розвитку аграрного сектору економіки України [Електронний ресурс] / М. А. Латинін – Режим доступу до статті : <http://www.academy.kitv>.
109. Лахно С. Чотири стратегічні переваги членства України у СОТ [Електронний ресурс] / С. Лахно – Режим доступу до статті : <http://wto.inform.org.ua/attach/chotyry.doc>.
110. Литвинцева Г. П. Предмет, метод и базовые категории институциональной экономики : уч. пособие [для студ. высш. учеб. завед.] / Г. П. Литвинцева – Новосибирск, НГТУ, 2000. – 86 с.
111. Лігоненко Л. О. Теоретико методичні засади управління розвитком споживчого ринку України / Л. О. Лігоненко // Актуальні питання економіки. Випуск 11. –2006. – С. 32–39.

112. Ліпич Л. Г. Маркетингове прогнозування товарного ринку / Л. Г. Ліпич – Луцьк: ред.- видавничий відділ ЛТДУ, 2002. – 378 с.
113. Лозинська Т. М. Методи державного регулювання продовольчого ринку України [Електронний ресурс] / Т. М. Лозинська – Режим доступу до статті : <http://www.nbu.gov.ua/e-journals/DeBu/2006-1/doc/2/07.pdf>.
114. Лукінов І. Економічні трансформації / І. І. Лукінов. – К. : 1997. – 455 с.
115. Луцій О. П. Споживчі оцінки ринку продуктів харчування в Україні / О. П. Луцій, Н. В. Васюткіна // Маркетинг в Україні. – 2003. – № 2. – С. 25–29.
116. Любимцева С. Потребительский спрос и предложение на внутреннем рынке / С. Любимцева // Экономист. – 2002. – № 5. – С. 33–50.
117. Любімов В. І. Концептуальна модель організаційно-економічного механізму регулювання розвитку промисловості / В. І. Любімов // Економіка та держава. – 2007. – №1. – С. 61–63.
118. Ляшенко Д. Дослідження споживчого ринку України за допомогою геоінформаційних систем / Д. Ляшенко // Економіка України. – 1999. – № 9. – С. 88–90.
119. Мазаракі А. Перспективи розвитку внутрішньої торгівлі в Україні: критичний погляд / А. Мазаракі, В. Бланк, В. Базилевич [та ін.] // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2002. – № 6. – С. 3–29.
120. Мазаракі А. А. Захист прав споживачів: соціально-правовий аспект / [А. А. Мазаракі, О. М. Язвінська, Л. В. Ніколаєва., Н. В. Притульська] – К. : КНТЕУ, 2002. – 312 с.
121. Мазник Л. Територіальна диференціація споживчого ринку / Л. В. Мазник // Економіка України – 2003. – № 2. – С. 36–40.
122. Майгер М. В. Економічні основи регулювання ринку продуктів харчування автореф. дис. канд. економ. наук : спец. 08.02.03 „Організація, управління, планування і регулювання економікою” – О.; 1999. – 17с.
123. Майер, Джеральд М. Основні проблеми економіки розвитку / Майер, Джеральд М., Раух Джемс Е., Філіпченко Антон. – К. : „Либідь”, 2003. – 684 с.
124. Макконнел, Брю. Економікс / Макконнел, Брю, Кемпбелл Р., Стенлі Л : пер. с англ. – [II-е видання] – К. : Хагар-Демос, 1993. – 785 с.
125. Макроекономічне моделювання та короткострокове прогнозування / за ред. І. І. Крючкової. – К. : НАН України, 2000. – 336 с.

126. Маркетинг: принципи і функції / навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] : за ред. О. М. Азарян – Київ : НМЦВО М-во освіти і науки України, НВФ “Студцентр”, 2001. – 320 с.

127. Марцин В. Деякі підходи до стратегії розвитку торгових підприємств регіону / В. Марцин // Регіональна економіка. – 2002. – № 3. – С. 106–114.

128. Маршалл А. Принципы экономической науки / Маршалл А. : пер. с англ. – М., "Прогресс", 1993. – 309 с.

129. Международный кодекс маркетинговых исследований [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.umg.com.ua/ru/esomar/>

130. Мельник А. Ф. Державне регулювання економіки перехідного періоду / А. Ф. Мельник . – Тернопіль, ”Збруч”, 1995. – 180 с.

131. Мельник А. Ф. Організаційно-економічний механізм розвитку територіального комплексу послуг / Мельник А. Ф. – Тернопіль, „Збруч”, 1997. – 250 с.

132. Мельник А. Ф., Попович Т. М. Відтворювальні аспекти функціонування ринку споживчих товарів в регіоні / А. Ф. Мельник, Т. М. Попович // Вісник Тернопільського національного економічного університету. – № 1. – 2007 – С. 7–22.

133. Меморандум про узгодження дій між Кабінетом Міністрів України та професійними галузевими об'єднаннями агропромислового комплексу на ринку продовольчих товарів від 9 листопада 2006 року [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

134. Методика розрахунку обсягів тіньової економіки [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Наказ від 27.06.2006 р., № 222 – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua/control/>

135. Методика визначення монопольного (домінуючого) становища суб'єктів господарювання на ринку [Електронний ресурс] / Антимонопольний комітет України. Розпорядження від 5.03.2002р. №49-р. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

136. Методика встановлення мінімальних закупівельних цін на окремі об'єкти державного цінового регулювання [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 26.05.2005 р – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

137. Методика розрахунку рівня економічної безпеки України / міністерство економіки України [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України. Наказ від 02.03.2007 р № 60 – Режим доступу : <http://me.kmu.gov.ua/control/uk/publish/> .

138. Методика визначення основних індикаторів продовольчої безпеки [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України Постанова від 5 грудня 2007 р., №1379.– Режим доступу : <http://www.rada.gov.ua/zakon/new/>

139. Методологічні положення щодо організації статистичного спостереження за змінами цін (тарифів) на споживчі товари (послуги) і розрахунку індексу споживчих цін [Електронний ресурс] / Державний комітет статистики України – Режим доступу : http://ukrstat.kmu.gov.ua./statistiocs/wsite/niistat/metod_polog//ciny/risc.htm.

140. Методологія складання балансів та використання основних видів сільськогосподарських продуктів [Електронний ресурс] / Держкомстат України – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

141. Мизес Людвиг. Планируемый хаос / Мизес Людвиг. – США, 1947. – 321 с.

142. Микша Л. С. Роль государства в развитии внутреннего рынка США / Л. С. Микша – М. : Изд. Моск. университета, 1968. – 156 с.

143. Михайленко О. Роль внутрішнього ринку у соціально-економічному розвитку України / О. Михайленко // Економіка України. – 2002. – № 10. – С. 37–42.

144. Михасюк І. Державне регулювання економіки / [Михасюк І., Мельник А., Крупка М., Залого З.] – К. : Атіка, Ельга-Н, 2000. – 592 с.

145. Милль Дж. С. Основы политической экономии и некоторые аспекты их приложения к социальной философии / Милль Дж. С.: [у 3-х т.] – М., 1984.

146. Момот В. Є. Методологія кількісної оцінки сили споживачів / В. Є. Момот // Маркетинг в Україні – 2003. – № 5. – С. 14–18.

147. Моніторинг макроекономічних та галузевих показників. – К. : Мінекономіки, 2005. – Вип. 3 (59). – 96 с.

148. Москвін О. Методологічні основи вивчення та інформатизації відтворення предметів споживання / О. Москвін // Економіка України. – 1999. – № 11. – С. 44–47.

149. Національна програма захисту прав споживачів / Кабінет Міністрів України [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

150. Національна програма сприяння розвитку малого підприємництва в Україні на 2005 р. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 15.12.2005р., №519. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

151. Нижник О. М. Продовольча проблема в Україні: стан та шляхи вирішення / О. М. Нижник // Стратегія економічного розвитку України. Вип. 4. – 2001. – С. 163–173.

152. Новоселов А. С. Теория региональных рынков: учебник. / А. С. Новоселов – Ростов-на-Дону: Фенікс. – 2002. – 277 с.
153. Норт Дуглас. Інституції, інституціональна зміна та функціонування економіки / Норт Дуглас : пер.з англ. І. Дзюб. – К. : Основи, 2000. – 198 с.
154. Олійник О. Проблеми споживчого кредитування в Україні / О. Олійник // Економіст. – 2000. – № 7–8. – С. 28–30.
155. Онищенко В. П. Парадокси споживчого ринку України / В. П. Онищенко // Фінанси України. – 1998. – № 8. – С. 35–41.
156. Осика С. Г. Світова організація торгівлі / С. Г. Осика, В. Т. Пятницький – [2-е видання, перероблене і доповнене] – К. : ”К.І.С.”, 2004. – 516 с.
157. Основи економічної теорії: політекономічний аспект : підручник [для студ. вищ. навч. закл.] / [Г. Н. Климко, В. П. Нестеренко, Л. О. Колісник та інш.]; за ред. Г. Н. Климко – [2-е видання]. – К. ; Вища школа, Знання, 1997. – 743 с.
158. Основи економічної теорії: підручник [для студ. вищ. навч. закл.] ; за ред. Предборського В. А. – К. : Кондор. –2002. – 621 с.
159. Основні засади реформування системи технічного регулювання в Україні [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Доповідь на засіданні Комісії з питань технічного регулювання Ради національних асоціацій товаровиробників при Кабінеті Міністрів України 13.07.2007 р. – Режим доступу: <http://www.dssu.gov.ua/control/uk/archive/docview>.
160. Основні напрямки урядової політики в економічній і соціальній сфері на 2006 р. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 20.01.2006р., №42. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.
161. Осташко Т. О. Сільське господарство в умовах СОТ і ЄС / Т. О. Осташко – К. : Інститут сільського розвитку, 2005. – 70 с.
162. Павлов В. І. Основні тенденції функціонування споживчого ринку в регіоні / Павлов В. І. [зб. наук. праць ”Проблеми раціонального використання соціально-економічного та природно-ресурсного потенціалу регіону”]; – Луцьк, “Надстир’я”, 1999. – Випуск 5 – № 4 – С. 4–14. – (Серія “Товарна політика і маркетинг”).
163. Павлов В. І. Формування споживчого ринку в регіоні в умовах перехідного періоду / Павлов В. І. // Регіональна економіка. – 2000. – № 2. – С. 50–65.

164. Павлова В. А. Підвищення ефективності управління торгівлею в регіоні : автореф. дис. канд. економ. наук : спец. 08.07.05 „Економіка торгівлі і послуг” / – Донецьк, 2000. – 18 с.
165. Паламарчук В. Соціальна політика та стан споживчого ринку / Паламарчук В. – К. : 1994. – 30 с. – (Препринт).
166. Панчишин С. Макроекономіка. / С. Панчишин – К. : Либідь, 2001. – 616 с.
167. Парламентські слухання. Стан підготовки вступу України до Світової організації торгівлі (СОТ), проблеми та перспективи [Електронний ресурс] / Верховна Рада України. Парламентські слухання: реєстр. № 2574 від 01.11.2006р. – Режим доступу : http://www.rada.gov.ua/zakon/new/par_sl/sl10111j6.htm
168. Пасхавер Б. Продовольча доступність / Б. Пасхавер // Економіка України. – 2001. – № 7. – С. 69–77.
169. Переваги членства України в СОТ [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.wto.inform.org.ua>.
170. Петрович С. Направления государственного регулирования потребительского рынка Молдовы / С. Петрович // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2001. – № 1. – С. 105–108.
171. Пилипенко Г. М. Рівновага споживчого ринку (політико-економічний аналіз) автореф. дис. канд. економ. наук : – Київ – 1996. – 20 с.
172. Пиріг О. А. Ринок і торгівля України (історичний аспект) / О. А. Пиріг; за ред. Іванченко Р. Г. – К. : Б.в., 1996. – 199 с.
173. Підсумки соціально-економічного розвитку країни та регіонів у 2006 році [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Доповідь. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.
174. План дій „Україна - ЄС” [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Міжнародний документ від 12.02.2005р., №994-693. – Режим доступу : http://www.me.gov.ua/file/link/103340/file/PLAN_doc.
175. План заходів щодо нейтралізації можливих негативних наслідків у зв'язку із вступом країни до СОТ та забезпечення підвищення конкурентоспроможності національної економіки [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 12 січня 2006 р., № 10-р. – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.

176. План невідкладних заходів щодо забезпечення вступу України до СОТ [Електронний ресурс] / Президент України. Указ від 15.06.2005 р., №951/2005 р. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

177. План невідкладних заходів щодо подолання кризових явищ в економіці та соціальній сфері [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 30.08.2006 р., № 478-р. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

178. Попович Т. М. Аналіз структурних трансформацій ринку споживчих товарів та систематизація основних проблем його розвитку / Т. М. Попович // Формування економічних відносин в умовах становлення ринкових відносин: Зб. наукових праць ТДЕУ. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – Вип. 9. – С. 55–63.

179. Попович Т. М. Концептуальні засади регулювання ринку споживчих товарів Т.М. Попович // Україна наукова 2001: всеукр.наук.-практ.конф., 5-7 листопада 2001р.: тези доп. – Дніпропетровськ: Наука і освіта, 2001. – Т.13. – С. 25-27.

180. Попович Т. М. Методичні та практичні підходи до забезпечення системності аналізу ринку споживчих товарів в регіоні / Т. М. Попович // Наукові записки.. Зб. наукових праць кафедри економічного аналізу ТНЕУ. – 2006 р. – Вип. 16. – С. 118–124.

181. Попович Т. М. Напрямки формування стратегії регулювання ринку споживчих товарів / Т. М. Попович // Динаміка наукових досліджень – 2004 : міжнар. наук.-практ. конф., 21-24 червня 2004 р. : тези доповідей. – Дніпропетровськ, 2004. – Т.54 – С. 46-50.

182. Попович Т. М. Об'єктивна необхідність та моделі державного регулювання розвитку ринку споживчих товарів / Т. М. Попович // Стратегічні та інституціональні фактори економічного зростання : всеук. наук.-практ. конф. : матеріали доповідей. – Київ, Київський національний університет, 2001. – С. 33-34.

183. Попович Т. М. Особливості реалізації державної політики розвитку внутрішньої торгівлі в регіоні / Т.М. Попович // Вісник ТАНГ. – 2001. – № 16. – С. 88–92.

184. Попович Т. М. Проблеми забезпечення ефективності організаційних механізмів регулювання ринку споживчих товарів в регіоні / Т. М. Попович // Організаційні та економічні проблеми розвитку муніципальних утворень: міжнар. наук.-практ. конф., 2-3 лист.2006 р.: тези допов. – Тернопіль: Економічна думка, 2006. – С. 237–241.

185. Попович Т. М. Розвиток інфраструктури споживчого ринку / Т. М. Попович // Динаміка наукових досліджень 2002: міжнар. наук.-практ. конф., 13-14 листопада 2002 р.: тези допов. – Дніпропетровськ : Наука і освіта, 2002. – Т. 24. – С. 21–23.

186. Попович Т. М. Розвиток регіонального маркетингу як інструмента регулювання ринку споживчих товарів/ Т. М. Попович // Наукові записки Тернопільського ДПУ ім. В. Гнатюка.. – 2002. – Вип. 12. – С. 202 – 206. – (Серія Економіка)

187. Попович Т. М. Стратегія державного регулювання ринку споживчих товарів в регіоні / Т. М. Попович // Управління розвитком. – Х. : Харківський НЕУ. – 2005. – № 2. – С. 119–122.

188. Попович Т. М. Структурні зміни та пріоритети розвитку ринку споживчих товарів / Т. М. Попович // Економічна теорія: сучасні проблеми розвитку сфери товарного обігу: міжнар. наук.-практ. конф., 24-25 жовтня 2002 р.: тези доповідей. – К. : КНТЕУ, 2002. – Частина 1. – С. 152–155.

189. Попович Т. М. Теоретико-методичні основи аналізу регіонального ринку споживчих товарів / Т. М. Попович // Економічні проблеми ринкової трансформації України: всеукр.наук.-практ.конф., 3-4 грудня 2002 р.: тези доповідей. – Львів : ЛБІ НБУ, 2002. – С. 195 –197.

190. Попович Т. М. Трансформація системи державного регулювання ринку споживчих товарів / Т. М. Попович // Економічна система України: минуле, сучасне, майбутнє: міжнар.наук.-практ.конф., 21-22 жовтня 2005 р.: тези допов. – Львів, 2005. – С. 282–284.

191. Попович Т. М. Формування та практична реалізація системи економічного регулювання ринку споживчих товарів в регіоні / Т. М. Попович // Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України. – 2006. – Вип. 11. – С. 27–30 .

192. Порядок використання у 2007 році коштів, передбачених у державному бюджеті для розвитку тваринництва [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 1.03.2007 р., № 348 – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>..

193. Порядок використання у 2007 році коштів, передбачених у державному бюджеті для державної підтримки виробництва продукції рослинництва [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 21.02.2007 р., № 256 – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

194. Про заходи щодо стабілізації споживчого ринку / Кабінет Міністрів України. – Офіц. вид. // Офіційний вісник України. –1998. – № 37.

195. Правила роздрібно́ї торгівлі продовольчими товарами. – К. : 2003. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

196. Правила торгівлі на ринках [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>

197. Примышев И. Н. Методические подходы к исследованию спроса на потребительские товары / И. Н. Примышев // Экономика и управление. – 2001. – № 4. – С. 4–6.

198. Про внутрішнє і зовнішнє становище України у 2005 році [Електронний ресурс] / Президент України. Звернення до Верховної Ради України від 09.02.2006 р.). – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua>.

199. Про встановлення загальних принципів та вимог законодавства щодо харчових продуктів, створення Європейського органу з безпеки харчових продуктів та встановлення процедур у галузі безпеки харчових продуктів [Електронний ресурс] / Європейський Парламент. Регламент Європейського Парламенту і Ради 178/2002ЕС від 28 січня 2002 р. – Режим доступу : <http://www.sps-info.org.ua/uploads/files>.

200. Про деякі заходи щодо регулювання ринку зерна [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 30.08.2006 р., №474-р. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

201. Про затвердження плану заходів щодо підвищення якості м'ясо-молочної продукції [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Розпорядження від 27 грудня 2006 р., № 655-р. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

202. Про заходи щодо запобігання реекспорту товарів українського походження в рамках міждержавних двосторонніх угод про вільну торгівлю / Міністерство економіки. – Офіц. вид. – К.: Офіційний вісник України, 2002. – №5. – (Нормативний документ Міністерства економіки. Наказ.).

203. Про підсумки соціально-економічного розвитку України у 2005р. та заходи щодо поліпшення економічної ситуації [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 13.03.2006 р., №273/711 – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

204. Про стратегію трансформації АПК і забезпечення продовольчої безпеки України / І. І. Лукінов, П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2000. – № 8. – С. 3–10.

205. Прогноз показників зведеного бюджету України за основними видами доходів, видатків і фінансування на 2007-2009 роки [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 14.09.2005 р., № 913 – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

206. Прогнозирование спроса: методы и модели / под общей ред. Старостиной А. О. – К. : ООП Комунаэкономика, 1996. – 196 с.

207. Програма протидії контрабанді та реалізації на внутрішньому ринку не законно ввезених товарів на 2000-2001 роки [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 26.10.2000 р., № 1608 – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

208. Програма заходів щодо завершення вступу України до СОТ [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

209. Проект Закону України. Про державний ринковий нагляд / Верховна Рада України. – Режим доступу : <http://www.dssu.gov.ua/control/uk/publish/>

210. Пустовойт О. Основні протиріччя моделі обігу споживчих товарів та окремі альтернативи її трансформації / О. Пустовойт // Вісник КНТЕУ. – 2004. – № 6. – С. 108–117.

211. Пустовойт О. Внутрішній ринок України: потенціальні та реальні можливості впливу на економічне зростання / О. Г. Пустовойт // Економіка України. – 2007. – № 3. – С. 52–59.

212. Радкевич Л. А. Конкурентна привабливість споживчого ринку України / Л. А. Радкевич // Маркетинг і реклама. – 1999. – № 10. – С. 50–52.

213. Регіони України: проблеми та пріоритети соціально-економічного розвитку / [З. С. Варналій, А. І. Мокій, О. Ф. Новикова та ін.]; за ред. З. С. Варналія. – К. : Знання України, 2005. – 498 с.

214. Регулювання ринків товарів і послуг на засадах норм і принципів системи ГАТТ/СОТ/ [С. Г. Осика, В. Т. П'ятницький, О. В. Оніщук та ін.] – К. : УАЗТ, 2000. – 336 с. – (Укр. академія зовнішньої торгівлі).

215. Рекомендації щодо порядку часткового відшкодування з місцевих бюджетів відсоткових ставок за кредитами, залученими суб'єктами малого і середнього підприємництва для реалізації інвестиційних проектів [Електронний ресурс] / Міністерства економіки України. Наказ від 06.03.2006 р., № 82/20 – Режим доступу : <http://me.kmu.gov.ua/control/>.

216. Ринок продовольства / [В. І. Бойко, М. П. Коржинський, В. В. Лазна та ін.] – К., 1998. – 50 с.

217. Розвиток внутрішніх ринків в Україні: добробут завдяки конкуренції – К. : "Альфа-Принт", 2003. – 91 с.

218. Розвиток секторів і товарних ринків України / за ред. проф., д.е.н. Точиліна В. О. – Ужгород : ІВА, 2001. – 400 с. – (Інститут економічного прогнозування НАН України).

219. Роль государства в становлении и регулировании рыночной экономики. – М. : Институт экономики РАН, 1997. – 205 с.

220. Рунич И. Проблемы стабилизации потребительского рынка / И. Рунич – Донецк, 1998 – 28 с.

221. Рыжов А. Моделирование функции спроса на продукты питания / А. Рыжов // Бизнес-информ. – 1997. – № 12. – С. 45–47.

222. Рынок потребительских товаров. Термины современной рыночной экономики [Электронный ресурс] – Режим доступа : <http://www.sre.mnogosmenka.ru/sre0601/sre0628.htm>.

223. Саблук П. Т. Економічний механізм АПК у ринковій системі господарювання / П. Т. Саблук // Економіка АПК. – 2007. – № 3. – С. 3–9.

224. Саблук П. Т. Основи організації сільськогосподарського ринку / П. Т. Саблук, Д. Я. Карич, Ю. С. Коваленко – К. : ІАЕ УААН, 2002. – 190 с.

225. Секторальні моделі прогнозування економіки України / за ред. акад. Геєця В. М. – К. : Фенікс, 1999. – 304 с.

226. Сідлецька О. С. Економічні основи формування ринку основних продовольчих продуктів / автореф. дис. канд. економ. наук : О. С. Сідлецька : – Миколаїв, 1997. – 19 с.

227. Сорока И. В. Торговля в период рыночной трансформации экономики Украины / И. В. Сорока, Л. А. Омелянович, Н. И. Яркова – Донецк, ДонГУЭТ, 2001. – 238 с.

228. Стан економічної безпеки України [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України. Аналітична записка. – К. : 2007р. – Режим доступа : <http://www.me.kmu.gov.ua>.

229. Старостіна А. О. Маркетингові дослідження. Практичний аспект. / А. О. Старостіна – К. : 1998. – 262 с.

230. Стеченко Д. М. Державне регулювання економіки / Д. М. Стеченко. – К., 2006. – 262 с.

231. Статистичний щорічник України за 2006 рік. – К. : Техніка, 2007. – 588 с.

232. Статистичний щорічник: Тернопільська область в 2006 р. – Тернопіль, 2007. – 468 с.

233. Стратегія регіонального розвитку на період до 2015 р. [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. Постанова від 21.07.2006 р., №1001 – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

234. Сухаревская И. В. Потребительский рынок как дополнительный резерв экономического роста / И. В. Сухаревская // Вісник Академії економічних наук України. – 2004. – № . – С. 138–139.

235. США: рынок потребительских товаров и услуг / [Бобраков Ю. И., Супян В. Б., Смирнова Л. А. и др.] – М. : Наука, 1983. – 412 с.

236. Твердохліб І. П. Оцінка регіональної потреби у продуктах харчування з використанням моделей пріоритетного споживання / І. П. Твердохліб // Регіональна економіка. – 2001. – № 1. – С. 62–77.

237. Тенденції тіньової економіки в Україні в 2006 р. [Електронний ресурс] / Міністерство економіки України. Аналітичні матеріали – К. : 2007. – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

238. Теория маркетинга / под. ред. М. Бейкера. – С-Пб. : Питер, 2002. – 464 с.

239. Теория прогнозирования и принятия решений: учебное пособие [для студ. высш. уч.завед.] ; под ред. С. А. Саркисяна. – М.: Высшая школа, 1977. – 351 с.

240. Торгівля і ринок України / [зб. наук. праць з проблеми торгівлі і громадського харчування / наук. ред. І. В. Сорока]. – Донецьк.: ”Лебідь”, 1998. – 324 с.

241. Торопков В. Тенденції структурних змін у сфері оптової торгівлі споживчими товарами / В. Торопков // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2003. – № 5. – С. 41-45.

242. Трансформаційні процеси та економічне зростання в Україні / за ред. акад. НАН України В. М. Гесця. – Х. : Вид-во „Форт”, 2003. – 440 с.

243. Угода про технічні бар'єри в торгівлі СОТ (WTO) // Інформаційний бюлетень з міжнародної стандартизації. – 2005. – № 1 – С. 84–97.

244. Угода СОТ. Про субсидії та компенсаційні заходи [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>.

245. Хміль Ф. Розміщення роздрібних торговельних підприємств як передумова їхньої ефективної діяльності / Ф. Хміль // Проблеми підприємництва – 1999. – № 2. – С. 43–48.

246. Хайек Ф. А. Пагубная самонадеянность: ошибки социализма / Ф. А Хайек. – М., 1992.

247. Хансен А. Послевоенная экономика США / А. Хансен – М., 1966.
248. Хикс Дж. Стоимость и капитал / Хикс Дж. – М., 1993.
249. Чистов С. М. Державне регулювання економіки / [С. М. Чистов, А. Є. Никифоров, Т. Ф. Куценко та інш.]. – К. : КНЕУ, 2005. – 440 с.
250. Институциональная концепция соотношения рыночного и государственного регулирования экономики [Электронный ресурс] / И.Г. Шакуров // Проблемы современной экономики. – Режим доступа до статті : <http://www.m-economy.ru/avt.php3?avtid=21169>.
251. Державне регулювання економіки: / навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Швайка Л. А.. – К. : Знання, 2006. – 435 с.
252. Шевлегина Е. А. Продовольственный рынок США как специализированная система сбыта продукции / Е. А. Шевлегина // США: экономика, политика, идеология. – 1998. – № 12. – С. 24-33.
253. Шерер Ф. М. Структура отраслевых рынков / Шерер Ф.М., Росс Д.; перев. с англ. – М. : ИНФРА-М, 1997. – 698 с.
254. Шканова О. Эффективность роздрібної торгівлі: оцінка та шляхи підвищення / О. Шканова // Український промисловець. – 1999. – № 3. – С. 11–14.
255. Шохин Л. Н. Потребительский рынок / Л. Н. Шохин – К. : Либра, 1999. – 320 с.
256. Шпаар Д., Беме К. Реформа Общей аграрной политики в Евросоюзе и ее последствия для ФРГ / Шпаар Д., Беме К. // АПК: экономика, управление. – 2004. – № 7. – С. 67–76.
257. Шубравська О. В. Ризики сталого розвитку АПС України в умовах глобалізації / О. В. Шубравська // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 8. – С. 62–68.
258. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Шумпетер Й.; пер. с нем. – М. : Прогресс, 1982. – 454 с.
259. Энджел Дж. Ф. Поведение потребителей / Д. Ф. Энджел, Р. Ф. Блэкуэлл, П. У. Миниард. – С-Пб. : Питер, 2000.
260. Юрчук В. В. До методики визначення реагування споживача на зміну цін / В. В. Юрчук // Фінанси України. – 1998. – № 4. – С. 22–26.
261. Юхименко П. І. Історія економічних учень: навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / П. І. Юхименко, П. М. Леоненко – [2-е вид., випр.] – К. : Знання-Прес, 2001. – 514 с.

262. Baldwin, Robert & Cave, Martin. *Understanding Regulation: Theory, Strategy and Practice*. – Oxford : Oxford University Press, 1999. – 384 p.

263. Bleaney, M. Why is there a tendency to excess demand in consumer goods markets in planned economies? // *Economics of planning*. – Birmingham, 1992. – Vol. 25, № 3. – P. 37–46. – Bibliogr.: p. 246

264. Boyer R. The variety and unequal performance of really existing markets: Farewell to doctor Payless // *Contemporary capitalism the embedded ness of insidious* / Ed. by J.R / Holliudsworth R. Boyers. – Cambridge: Cambridge university press, 1999. – P. 62-65.

265. Burdett, K.; Coles, M.G. Steady state price distributions in a noisy search equilibrium // *J. of econ. theory*. – №Y. etc., 1997. – Vol. 72, № 1. – P. 1-32

266. *Classification of Individual Consumption According to Purpose (COICOP). Classification of Expenditure According to Purpose*, United Nations, New York, 2000.

267. Cooper R. *The Post-Modern State // Re-Ordering the World*. Ed. by Mark Leonard. The Foreign Policy Centre, 2002. – P. 11–20. – Режим доступа : // www.fpc.org.uk

268. Dominguez G. *Marketing in a Regulated Environment*. – New York., 1978.

269. Emons, W., Hagen, J. Von. Asset prices and public information: An empirical investigation in the market for automobiles // *Europ. econ. rev.* – Amsterdam, 1991. – Vol. 35, № 8. – P. 1529-1542.

270. Fauvel, Y.; Samson, L. Intertemporal substitution and durable goods: An empirical analysis // – 1990. – № 11. – P. 192-205.

271. Fridmen M. *Capitalism and Freedom*. – N.Y. 1962.

272. Galbraith J. R. *Was Keynes a socialist?* – Macroeconomics, Boston, 1994.

273. Gluschenko, K. Market integration in Russia during the transformation years // *Economics of transition*. – Oxford, 2003. – Vol. 11, № 3. – P. 411-434.

274. Hansen, L.P.; Jagannathan, R. Implications of security market data for models of dynamic economies // *J. of polit. economy*. – Chicago, 1991. – Vol. 99, № 2. – P. 225-262.

275. Hansen, L. P.; Sargent, T. J.; Tallarini, T.D. Robust permanent income and pricing // *Rev. of econ. studies*. – Edinburgh, 1999. – Vol. 66, № 229. – P. 873-907.

276. Moor J.F. *The death of Competition*. – N. Y. : Harper Business, 1996.

277. *OECD in Figures: Statistics on the member countries OECD*, Paris, 2004. – 96 p.

278. Perroux F. *The Domination Effect and Modern Economic Theory // Power in Economics* // Ed. by K.W. Rothschild. - Harmon worth : Penguin books, 1971. – 342 p.

279. Power in Economics / Ed. by K.W, Rothschild. – Harmon worth: Penguin books. 1971. – 344 p.
280. Simon H. A., March I.Y. Organization and individual. –Wiesbaden, 1976.
281. Soule E. Morality and markets: the ethics of government regulation. Lanham / Md, 2003. – 193p.
282. The 55-plus market: Exploring a golden business opportunity / Ed.: Buck S. - L. etc.: McGraw-Hill book co, 1990. – XI. – 156 p.,
283. Turnovsky, S.J. Tariffs and sectoral adjustments in an open economy // J. of econ. dynamics a control. – Amsterdam, 1990. – Vol. 15, № 1. – P. 53-89.
284. The European Union's Common Agricultural Policy: Pressures for Change. United State Department of Agriculture. International agriculture and trade reports. WRS-99-2 / October 1999.
285. Weitzman, M. L. Price distortion and shortage deformation, or what happened to the soap? // Amer. econ. rev. – Nashville, 1991. – Vol. 81, № 3. – P. 401-414.