

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра публічного управління та адміністрування

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему:

«ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ»

Студента 2 курсу, 9м групи,
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
спеціалізації «Публічне
управління та адміністрування»

(підпис студента)

Бірюкова
Івана
Андрійович
а

Науковий керівник
к.е.н.,
доцент

(підпис керівника)

Лазебна
Ірина
Василівна

Гарант освітньої
програми д.н.держ.упр.,
професор

(підпис гаранта)

Орлова
Наталія
Сергіївна

Київ 2019

ЗМІСТ

Вступ.....	3
Розділ 1. Теоретико-методологічні аспекти розвитку та регулювання споживчого ринку в Україні.....	6
1.1. Тенденції розвитку та функціонування ринку споживчих товарів в Україні.....	6
1.2. Теоретичні засади дослідження та регулювання ринку споживчих товарів	9
Розділ 2. Особливості державного регулювання ринку споживчих товарів на сучасному етапі.....	16
2.1. Аналітична оцінка економічних механізмів регулювання ринку споживчих товарів	16
2.2. Особливості формування та регулювання регіонального і національного ринку споживчих товарів.....	24
Розділ 3. Шляхи удосконалення державного регулювання ринку споживчих товарів в Україні.....	31
3.1. Вироблення нових концептуальних підходів до регулювання національних і регіональних ринків споживчих товарів.....	31
3.2. Стратегія удосконалення регулювання ринку споживчих товарів	41
Висновки та пропозиції.....	52
Список використаних джерел.....	55
Додатки.....	61

Вступ

Актуальність теми полягає в тому, що ринок споживчих товарів України є в незадовільному стані через низьке виробництво та споживання основних продуктів та товарів. Це пов'язано з низькою купівельною спроможністю населення. Важливу роль в економічному зростанні займає ринок споживчих товарів, де він відіграє важливу роль в соціальному призначенні, що призводить до забезпечення належного рівня і якості життя громадян. На сьогодні, стан ринку споживчих товарів є нестабільним, що призводить до інфляції, із-за недосконалості ринкових механізмів та відсутності цілісної державної політики розвитку споживчих товарів. Проблеми розвитку торгівлі на внутрішньому ринку України пов'язані з негативним впливом стримуючих факторів інституційної підсистеми на соціально-економічні та регуляторні підсистеми. Дисбаланс і протиріччя підсистем знижують ефективність розвитку торгівлі на внутрішньому ринку в цілому. Важко розвивати торгівлю на внутрішньому ринку під впливом низки зовнішніх чинників у контексті євроінтеграційних прагнень країни. У порядку регулювання процесів розвитку використовуються відповідні методичні та інструменти для вирішення практичних проблем. На внутрішньому ринку державного рівня не сформовано механізму розвитку торгівлі. Це ускладнює вирішення пов'язаних з цим практичних завдань.

Аналіз теоретичних аспектів функціонування ринку споживчих товарів, дає зрозуміти, що існує багато його трактувань в економічній літературі. Дослідників цього поняття можна назвати: О. Азарян, О. Березін, І. Бланк, В. Борисевич, С. Брю, Н. Голошубова, Я. Гончарук, В. Гусаков, С. Дем'яненко, В. Ільяшенко, Ф. Котлер, В. Лагутін, Л. Лігоненко, І. Лошенко, А. Мазаракі, К. Макконел, Л. Мазник, М. Одинцов, Б. Пасхавер, В. Распопова, П. Саблук, Н. Ушакова та інші. Окремими питаннями регулювання ринку споживчими товарами та проблемами вивчення й аналізу процесів обміну, що визначають державне регулювання товарного ринку як управління соціально-економічним розвитком країни, займаються О.О. Беляєв, А.С. Бебело, В.Геєць, Л.С. Головка, Л.І. Дідківська, О.М

Комиков, І. Р. Михасюк, С. Мочерний, Д.М. Стеченко, В.О. Точилін, С.М. Чистов, А.Чухно, Л.А. Швайка та ін. Останні дослідження та аналіз публікацій теоретико-методологічних основ торгівлі внутрішнім ринком присвятили своїм дослідженням: О.І. Аборнева, В.В. Апопий, І.А. Черниш, Л.О. Ліхоненко, Н. Я. Возіянова та ін.

Метою дослідження є визначення та раціоналізація механізму державного регулювання ринку споживчих товарів України. Розкриття змісту державного регулювання ринку споживчих товарів в Україні, його необхідність в рамках сучасних економічних процесів. Специфіка регулювання споживчих товарів повинна враховувати всі аспекти якості, доступності, відповідності товарів до норм та ін. А також висвітлити і проаналізувати фінансово-економічні методи державного регулювання ринку споживчих товарів та їх використання.

Для досягнення поставленої мети були виділені такі завдання дослідження:

- розкрити сутність та виявити закономірності розвитку ринку споживчих товарів;
- узагальнити наукові концепції щодо змісту і необхідності регулювання ринку споживчих товарів; систематизувати основні наукові підходи до формування механізму регулювання ринку споживчих;
- 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;

- обґрунтувати перспективи розвитку ринку споживчих товарів, розробити варіанти регуляторної політики щодо підвищення його конкурентності і захисту та гарантування безпеки споживчих товарів

Об'єктом дослідження є процеси державного регулювання, формування та розвитку ринку споживчих товарів України.

Предметом дослідження є економічні відносини, що пов'язані з механізмом функціонування ринку споживчих товарів в сучасному ринковому середовищі.

Методи дослідження. Теоретичною та методологічною базою роботи стало використання загальнонаукових, міждисциплінарних, статистичних та спеціальних методів. Зокрема, на основі системного підходу сформовано характерні ознаки ринку споживчих, досліджена система державного регулювання ринку. Порівняльний аналіз використовувався для співставлення теорій та концепцій державного регулювання ринку; структурний аналіз – для дослідження структурних пропорцій та деформацій ринку; факторний аналіз – для дослідження системи чинників функціонування ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях. З арсеналу міждисциплінарних методів та прийомів інформаційний матеріал для якісної та кількісної оцінки проблем розвитку ринку споживчих товарів отримано за допомогою SWOT-аналізу внутрішнього і зовнішнього середовища його функціонування.

Випускна кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, 1 додатка, списку використаних джерел (50). Основний зміст роботи викладено на 46 сторінках комп'ютерного тексту. Робота містить 7 рисунків, 6 таблиць.

Результати дослідження опубліковано у Збірнику наукових статей 20.19 "Публічне управління та адміністрування в умовах суспільних трансформацій" - с.39 Бірюков І. "Теоретичні засади дослідження та регулювання ринку споживчих товарів в Україні".

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ СТАНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

1.1. Тенденції розвитку та функціонування ринку споживчих товарів в Україні

Ринок споживчих товарів є структурованою системою і включає в себе декілька підсистем. Існують такі рівні функціонування ринку споживчих товарів і послуг: мікро-, мезо- та макрорівні. На мікроекономічному рівні структура ринку вирізняється взаємодією таких економічних суб'єктів, як покупець 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. Кожен 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.

Ринок споживчих товарів і послуг по своїй суті є багатосистемним утворенням, його структуризація дозволяє систематизувати процеси, які на ньому відбуваються та виробити запобіжні заходи структурного деформування. Вивчення структури ринку та детальне вивчення показників, які визначають його пропорції, передбачає врахування специфіки ринкової діяльності та поведінки споживачів, розкрити яку можна через її класифікацію.

Структурування ринку споживчих товарів можна здійснювати за економічною, функціональною, кількісною, територіальною, організаційною, класифікаційною ознакою. Ринок споживчих товарів необхідно класифікувати з врахуванням просторової ознаки, виділяючи місцеві, національні, міжнародні, регіональні та світові ринки, ознакою конкурентоздатності, виокремлюючи регульовані, нерегульовані та вільні ринки, ознакою законодавчого підпорядкування на легальні та тіньові ринки та за кількісною ознакою, поділяючи ринок товарів та послуг на монополістичний, олігополістичний, конкурентний ринок.

На думку авторів Филюк Г. та Шевчук О.: "Ринок споживчих товарів виконує багатогранні функції життєзабезпечення населення. Він є механізмом інтенсивного зворотного стимулюючого впливу споживчого виробництва на весь комплекс галузей економіки й на соціально-економічну ситуацію в суспільстві. Його випереджаючий розвиток є передумовою прискорення темпів економічного зростання. Неефективне ж функціонування ринку споживчих товарів спричиняє макроекономічні диспропорції та структурні деформації соціально-економічного розвитку, призводить до зниження конкурентоспроможності національної економіки та добробуту населення. Саме тому виникає об'єктивна необхідність розробки теоретико-методичних концепцій щодо вдосконалення механізму його функціонування у транзитивній економіці[48]".

Ринок споживчих товарів відображає соціально-економічні та політичні відносини в країні та показує позитивні і негативні процеси суспільного життя, а також є індикатором основних змін економічного і соціального розвитку країни. Ринок споживчих товарів є невід'ємною складовою економічної системи, що впливає на рівень життя населення, детермінує зміни в державній соціальній та економічній політиці і обумовлює ті чи інші механізми впливу на його функціонування. Будь-які зміни у державній політиці регулювання економічних процесів, відображаються на загальних тенденціях функціонування ринку

споживчих товарів та рівні збалансування споживчих потреб та доступності товарів для різних верств населення.

Рационалізація механізму розвитку торгівлі на внутрішньому ринку України з точки зору трансформації є необхідним науковим і практичним завданням. Його рішення сприяє вирішенню як практичних, так і теоретичних проблем, що уповільнюють галузевий розвиток.

Практичний аспект проблеми частково викладений у Концепції розвитку внутрішньої торгівлі України, ухваленій Постановою Кабінету Міністрів України (КМУ) № 1449 від 20 грудня 1997 року. Вона передбачає, що недоліки організаційних механізмів та законодавчої та нормативно-правової бази державного управління підприємницькою діяльністю значною мірою зумовили зниження ефективності торгівлі. Крім того, ринкові механізми співпраці між окремими ланками єдиного циклу «дослідження-виробництво-дистрибуція-споживання» не досягли ефективного рівня. Однак концепція не раціоналізує і не визначає механізмів розвитку внутрішньої торгівлі [44].

Важливим документом з цього питання була Програма розвитку внутрішньої торгівлі до 2012 року, прийнята Постановою КМУ № 632 від 24 червня 2009 року. Вона передбачала лише один механізм - "механізм регулювання цін соціально важливих продуктів харчування". Це безперечно є важливим механізмом вирішення проблеми штучного підвищення цін. Але запровадження лише цього механізму не дозволило вирішити проблему розвитку торгівлі на внутрішньому ринку [41].

КМУ розробляє ще один документ - Концепція проекту Закону України "Про внутрішню торгівлю" [22], яка також передбачає запровадження механізмів, які нададуть додатковий стимул для розвитку торгівлі на внутрішньому ринку на основі функцій та розподілу завдань між центральними та місцевими органами виконавчої влади. Позитивним моментом розробки цієї Концепції є те, що більшість запланованих заходів спрямовані на подолання важливих проблем, які існують у торгівлі на внутрішньому ринку. Такий механізм базується на

необхідності вдосконалення інституційних та управлінських підсистем на різних рівнях національної економіки з метою вирішення проблем розвитку торгівлі економічного та соціального походження.

Возіянова Н.Ю. раціоналізувала механізм розвитку торгівлі на внутрішньому ринку як систему, що складається з розділу державної регуляторної політики та відповідних реакцій ринку. Основним принципом у цьому механізмі є принцип системного підходу, який передбачає тісний зв'язок економіки з різноманітністю інституційних відносин [1].

Черниш І.А. будує механізм державного регулювання торгівлі на внутрішньому ринку також на принципах системного підходу. Цей учений описує його як комплекс правових заходів, за допомогою яких здійснюється регулювання суспільних відносин у торгівлі [49].

Зі зростанням економічної ролі держави та її втручанням в суспільне виробництво змінюється традиційний механізм саморегуляції економіки, що обмежує стихійні ринкові сили. Держава взяла на себе ряд регуляторних функцій, особливо щодо розвитку державного сектору економіки, а також ринкових умов. Практика держави втручатися в економіку дає можливість створення методів та важелів, що збільшує ефективність економічної системи.

1.2. Теоретичні засади дослідження та регулювання ринку споживчих товарів

Діяльність ринку споживчих товарів нашої держави, на сучасному етапі розвитку вирізняється істотним впливом глобалізаційних процесів. І, як наслідок, у період світових економіко-політичних криз, що протягом аналізованого періоду припадали на 2008-2009, 2014-2016 рр., в Україні спостерігалось значне зменшення загальних доходів населення, що призвело до зменшення його споживчих витрат та скорочення обсягів виробництва. Ще однією проблемою стало зменшення обсягів експортних операцій держави, що призвело до

сповільнення темпів зростання валового внутрішнього продукту та золотовалютних резервів країни.

Ринок споживчих товарів є основою формування системи інших ринків, обумовлює ті чи інші закономірності повноцінного функціонування економіки держави. 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, обумовлюють темпи і характер економічного зростання.

Економічну сутність цієї категорії можна виділити декількома підходами. Найбільш розповсюдженим в економічній літературі є трактування ринку споживчих товарів як системи різнопланових взаємовідносин між його суб'єктами з приводу обміну створеними благами (споживчими товарами та послугами).

Велике коло науковців розглядає ринок товарів і послуг як ланку суспільного відтворювального процесу. Одне з тлумачень визначає ринок споживчих товарів не тільки сполучною ланкою між виробництвом та особистим споживанням, але й сфера, в якій закінчується оборот товарів і капіталу, а вартість набуває своєї кінцевої величини [1,3,29,36,37,48].

При застосуванні державного регулювання, ринок споживчих товарів забезпечує реалізацію економічних і соціальних інтересів учасників ринку та забезпечує розширення виробництва товарів і стимулює платоспроможний попит населення, з присутньою вільною конкуренцією.

Беручи до уваги теоретичні дослідження і практичні проблеми, необхідно визначити характер і структуру механізму розвитку ринку споживчих товарів. Вона повинна мати: методи та важелі впливу на розвиток торгівлі, а також внутрішню структуру, що складається з підсистем. Ефективність підсистем свідчить про ефективність механізму та здатність забезпечити розвиток торгівлі на внутрішньому ринку. Цей механізм повинен відображати певні соціально-економічні відносини між виробниками та споживачами товарів і послуг, де зустрічаються інтереси обох сторін. Це свідчить про рівень ефективності

механізму, з одного боку, і про рівень інтенсивності розвитку торгівлі на кожному етапі - з іншого [1,49].

Впровадження механізму регулювання розвитку ринку споживчих товарів та його ефективність залежить від здатності керівництва виконувати такі управлінські функції:

- функція планування здійснюється шляхом визначення критеріїв, вибору факторів, встановлення планових цілей, на підставі яких діагностується розвиток торгівлі;
- функція організації здійснюється через скоординовані відносини між керівництвом на кожному етапі, а також суб'єктами господарювання, з одного боку, і товарами виробника і споживачем товарів через ринок споживчих товарів - з іншого;
- функція мотивації здійснюється шляхом мотивування суб'єктів господарювання на забезпечення якісних товарів споживачам, підвищення продуктивності праці, стримування необґрунтованого підвищення цін на споживчі товари та послуги;
- функції контролю та оцінювання здійснюються шляхом управління та досягненням планових цілей щодо ефективності торгівлі на ринку споживчих товарів та встановлених вимог до якості товарів.

Впровадження цього механізму ґрунтується на дотриманні регулювання ринку споживчих товарів:

- систематичне впровадження через встановлення пріоритетів підвищення ефективності ринку споживчих товарів;
- системне регулювання, яке передбачає визначення суб'єктів, відповідальних за розвиток торгівлі, на всіх рівнях національної економіки;
- фінансовий інтерес суб'єктів торгівлі до забезпечення якості товарів, що надаються споживачам.

Механізм регулювання ринку споживчих товарів має певні особливості структурування. Цьому механізму властива взаємозалежність між елементами

підсистеми. Тому механізм регулювання ринку споживчих товарів може бути розширений елементами зовнішнього середовища, які відображають, до певної міри, рівень продуктивності торгівлі його соціально-економічної функції.

Крім того, до структурних елементів механізму регулювання ринку споживчих товарів можна додати міжсистемні елементи, зокрема: продуктивні сили, техніко-економічні та організаційно-економічні відносини, продуктивні відносини та економічні відносини власності.

Механізм регулювання ринку споживчих товарів - це добре організована цілісність, яка охоплює виробників і споживачів, пов'язаних різними ланками. Вони є її основними сутностями.

Підсистема управління є важливим структурним елементом механізму регулювання розвитку ринку споживчих товарів. Вона формує внутрішню структуру управління і регулює взаємозв'язки між торговими суб'єктами, виробниками та споживачами. Таким чином, вертикальний зв'язок між суб'єктом господарювання та суб'єктами у торгівлі та горизонтальними зв'язками між виробниками та споживачами встановлюються через цю підсистему.

Механізм регулювання ринку споживчих товарів в рамках процесів інтеграції до ЄС має здійснюватися поетапно, оскільки механізм враховує всі можливі зміни в наступні періоди.

Для початку необхідно вдосконалити нормативно-правове поле. Оскільки механізм побудований на основі системного підходу, баланс взаємозв'язку між державними установами та суб'єктами торгівлі є другим кроком, включаючи самоврядування на рівні торговельних суб'єктів. Подальші кроки впровадження включають: створення привабливих умов для ведення бізнесу та в той же час ефективного контролю за діяльністю підприємств торгівлі; сприяння інвестиційній привабливості; впровадження інноваційних технологій; забезпечення наявності товарів на ринку; підвищення конкурентоспроможності виробників; регулювання відносин, пов'язаних з організацією та функціонуванням роздрібних ринків.

Ця реалізація механізму доповнить програму регулювання ринку споживчих товарів, а саме допоможе зосередитися на реалізації наступних пунктів:

- задоволення потреб населення, зокрема високоякісних товарів і послуг за доступними цінами;
- запобігання необґрунтованому зростанню цін на споживчому ринку, особливо для суспільно важливих продуктів харчування;
- запровадження найсучасніших стандартів у сфері торгівлі та побуту, створення умов для організованих форм торгівлі;
- підвищення конкурентоспроможності продукції, підтримка вітчизняних виробників;
- забезпечення поваги до прав та інтересів підприємств, що здійснюють торговельну діяльність, виробництво та постачання товарів, балансування економічних інтересів усіх цих суб'єктів господарювання;
- забезпечення поваги прав і законних інтересів споживачів;
- регулювання відносин, пов'язаних з організацією та функціонуванням роздрібних та оптових ринків [5].

Із-за швидкого розвитку ринку споживчих товарів постає потреба в моніторингу та належного державного регулювання, що в свою чергу, повинна включати цільові фінансові, податкові, політичні, правові, адміністративні та інші методи впливу задля формування основних принципів функціонування досліджуваного ринку спрямованих на забезпечення сприятливих умов для розвитку ринку та підприємств – виробників товарів, збільшення обсягів виробництва та поліпшення якісних характеристик товарів, усунення недоліків ринкової саморегуляції, стимулювання конкуренції та ефективності бізнесу, розвиток споживчих товарів на ринку, обумовлений впливом науково-технічного прогресу та реалізацією інноваційної політики, дотриманням стабільних найкращих цін на різні товари, справедливого розподілу доходів та економічної безпеки на цільовому ринку.

Державне регулювання ринку споживчих товарів має забезпечувати: контроль за дотриманням вимог технології виробництва товарів та їх якості; оптимальний рівень цін; усунення подібних проявів на ринку, таких як продаж підроблених, контрабандних або підроблених товарів, недобросовісна конкуренція тощо. Крім того, державне регулювання повинно бути спрямоване на забезпечення: приватної власності та права на автономні рішення підприємствами, що виробляють товари; формування здорового конкурентного середовища на ринку; сприяння організаціям захисту прав споживачів; соціальний захист населення тощо.

Для ефективного державного регулювання Фролов Ю. А. зазначає, що потрібно "включати наступні дієздатні інструменти:

- законодавчо-нормативні (закони, укази, постанови, розпорядження);
- фінансово-економічні (податки, пільги, дотації, мито, акцизи, цінова політика, розподіл ресурсів);
- соціально-економічні (задоволення потреб населення, підвищення рівня життя населення, збільшення його купівельної спроможності);
- адміністративні (контроль, обмеження, дозволи, держзамовлення, захист конкуренції тощо);
- інвестиційно-інноваційні (галузеві цільові та інвестиційно-інноваційні програми, фінансування інновацій та пріоритетних напрямів розвитку галузі, контроль за використанням інвестицій, координація реалізації інноваційних програм)"[48].

Ефективне державне регулювання повинно мати підтримку всіх рівнів управління, формувати конкурентне середовище та забезпечувати соціальний захист населення. Для цього потрібне органічне поєднання адміністративних і економічних методів державного регулювання.

Фролов Ю. А. вважає: "Обмежуючи свободу вибору господарюючого суб'єкта, адміністративні, або прямі, методи регулювання позбавляють підприємство можливості альтернативного вибору шляхів та методів

господарської діяльності. Зокрема, воно зобов'язане виробляти продукцію у визначеному асортименті й обсязі та продавати її за певною ціною [48]. "

Економічний метод державного регулювання запускає процес впровадження гнучкої податкової, кредитної політики та державної бюджетної підтримки призводить до зростання виробництва та її обсягу, інвестицій та капіталовкладень.

Хоча адміністративні методи мають свої недоліки на ринок споживчих товарів, вони можуть використовуватись як засіб антимонопольної політики. Державне регулювання ринку споживчих товарів здійснюється за допомогою різних груп методів. Кожен із цих методів задіює свою систему інструментів (Рис.1.).



Рис.1. Методи державного регулювання ринку споживчих товарів [29].

Отже, застосування фінансово-економічних методів та важелів, інструментів та стимулів в державному регулюванні ринку споживчих товарів займають важливу роль в управлінні процесами на ринку. Це дозволяє створити на ринку економічні умови, які заохочують учасників ринку діяти у напрямку, необхідному суспільству, відповідно до потреб споживачів, для вирішення певних завдань відповідно до національних інтересів і приватних (особистих). Регулювання за допомогою економічних методів дозволяє суб'єктам господарювання зберегти право вільно вибирати свою поведінку [27,30,31, 38].

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

2. 1. Аналіз економічних механізмів регулювання ринку споживчих товарів

Економічний механізм визначається як цілеспрямована послідовність дій державних органів та неурядових організацій щодо системи економічних інтересів та відносин між учасниками ринку споживчих товарів у процесі виробництва споживчих товарів, їх обміну та споживання. Важливість ефективного використання економічних важелів полягає в тому, що вони систематично впливають на функціонування ринкових відносин. Механізми економічного регулювання за своєю суттю дуалістичні: з одного боку, вони перешкоджають розгортанню інфляційних процесів і обмежують монополістичну діяльність, гарантуючи доступність суспільно важливих споживчих товарів для всіх категорій населення, забезпечуючи їх якість та безпеку, а також інші, що стимулюють економічну діяльність, забезпечуючи середовище для реалізації економічних інтересів через державну політику підтримки та сприяння розвитку. Це дозволяє розглядати економічні механізми регулювання ринку споживчих товарів як сукупність економічних важелів регулювання, представлених у формі регулювання цін, спрямованих на підтримку доходів та платоспроможного попиту населення, та фінансово-кредитної підтримки, які є чинниками, що стимулюють постачання товарів на ринку споживчих товарів [2,38,39].

В цілому механізм економічного регулювання ринку споживчих товарів можна проаналізувати, виділивши наступні структурні елементи:

- регулювання цін на споживчі товари і забезпечення стабілізації цін на ринку;
- державний протекціонізм щодо вітчизняних (в тому числі місцевих) виробників товарів народного споживання, визначення поставок товарів за

національними та регіональними ринками споживчих товарів, виробництво суспільно значущих товарів;

- відповідність попиту і пропозиції в окремих сегментах ринку за допомогою державних і регіональних закупівель, формування держави та, перш за все, поставок продовольства, товарних і фінансових інтервенцій;
- захист внутрішнього ринку споживчих товарів від негативного впливу зовнішньої конкуренції;
- стимулювання споживчого попиту і забезпечення доступу до основних товарів;
- створення конкурентного середовища і підтримка конкуренції ринку споживчих товарів.

Однією з умов забезпечення ефективності економічного регулювання ринку споживчих товарів є належна побудова цінового механізму, його адаптація до інтересів виробників та споживачів. Аналіз механізму ціноутворення ринку споживчих товарів показує, що він працює, поєднуючи прямі та непрямі урядові методи регулювання цін з ринковими механізмами для забезпечення рівноваги цін. Завдяки стабільним ринковим механізмам ринкове ціноутворення є вигідним, але кризові розгортання, дисбаланси та зовнішні дестабілізуючі фактори додають цінності та потребують активного втручання держави в процес ціноутворення на ринку. Державне регулювання цін дозволяє уряду в таких умовах коригувати ринкові механізми та створювати нові умови для рівноваги цін. Сучасні підходи до впровадження механізмів ціноутворення ринку споживчих товарів на національному та регіональному рівнях можуть бути представлені у такій послідовності дій:

- загальна оцінка середовища ціноутворення ринку споживчих товарів та визначення причин дестабілізації цін;
- вибір методів регулювання цін та способів впливу на стабілізацію цін;
- прийняття рішень щодо усунення руйнівних наслідків зростання споживчих цін для учасників ринку;

- розробка механізмів соціального захисту малозабезпечених верств населення;
- оцінка ефективності механізмів регулювання цін [4].

Слід зазначити, що система заходів щодо контролю цін органами виконавчої влади ще не передбачає цінової ситуації та факторів, що спричиняють дестабілізацію цін на ринку споживчих товарів, і вживає профілактичні заходи щодо запобігання порушення цін. Враховуючи соціальну значимість проблеми цінової стабільності, ці аспекти діяльності повинні домінувати в роботі керівних органів та слугувати основою для розробки стратегічних орієнтирів щодо стабільності та розвитку ринку споживчих товарів.

Оцінка чинного законодавства та аналіз сучасних практик ціноутворення для ринку споживчих товарів визначили три основні сфери втручання уряду в ціноутворення, які включають: державну підтримку цін та доходів, підтримку споживчих цін та регулювання цін для основних суспільно значущих груп товарів (рис. 2).

Політика державної підтримки цін і доходів формується на національному рівні і спрямована на підтримання відповідного рівня цін і рівноваги цін у найважливіших сегментах ринку, особливо у харчовій промисловості. У практиці зарубіжних країн регуляторні заходи щодо підтримки цін, засновані на механізмах встановлення такого рівня цін на продукцію, дозволяють виробникам не тільки відшкодовувати власні витрати, але й отримувати певний рівень доходу за розширене відтворення.

Механізм підтримки доходів виробників шляхом запровадження системи цін підтримки та еквівалентних цін на основні продукти харчування та продукти харчування вважається економічно доцільним. Суть цього механізму полягає в тому, що окремим важливим видам продукції, виробництво якої передбачено державними програмами, гарантуються гарантовані мінімальні ціни - ціни підтримки. Такі заходи не тільки підтримують доходи виробників, але й забезпечують населення доступною їжею [5].

Рис. 2. Механізм цінового регулювання ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях (розроблено автором)

В Україні баланс між рівнем цін та доходом суб'єктів ринку досягається шляхом запровадження таких регуляторних заходів: надання державних субсидій та субсидій виробникам; фінансові втручання на ринок споживчих товарів; організація державних закупівель суспільно значущих товарів та сировини для їх виробництва; встановлення непрямих податків та запровадження податкових пільг; регулювання закупівельних цін на окремі види тваринництва та рослинництва шляхом іпотечних операцій; введення тарифних (митних) обмежень. Незважаючи на широкий спектр заходів щодо підтримання цін, їх ефективність є низькою, про що свідчить загальна динаміка випереджаючого зростання споживчих цін порівняно з роздрібними цінами, зниження внутрішнього виробництва та, як наслідок, розширення сегментів імпортних товарів.

Цінова підтримка попиту спрямована на забезпечення доступності суспільно значущих товарів для всіх категорій населення і спрямована на збалансування попиту та пропозиції на рівні цін, прийнятних для виробників та споживачів. Існуюча система такої підтримки характеризується переважанням діяльності, яка розробляється на національному рівні та повинна здійснюватися з урахуванням регіональних особливостей функціонування ринку споживчих товарів. Зокрема, це стосується прийняття рішень щодо товарних інтервенцій, зокрема: про регіональні ринки, коригування митних тарифів на імпорту товарів народного споживання в Україну та збільшення доходів домогосподарств [10].

За постановою від 7 червня 2017 року № 394 Урядовий портал повідомляє: "Уряд скасував державне цінове регулювання на ряд товарів і послуг. Зокрема, визнано такими, що втратили чинність відповідні акти Кабінету Міністрів України, та внесено зміни до ряду постанов. Головна мета цих змін - зниження адміністративного тиску на бізнес, усунення надмірного втручання держави в економічні процеси, розвиток конкуренції та дебіюрократизація (дерегуляція) у сфері ціноутворення. Рішення Уряду спростить процедуру зміни цін залежно від

цінових коливань ринку, що дозволить виробникам швидше реагувати на зміни кон'юктури [42]".

Дія постанови поширюється:

- "на граничні торговельні надбавки до оптової ціни виробника на борошно, хліб, макаронні вироби, крупи, цукор, яловичину, свинину і м'ясо птиці, ковбасні вироби варені, молоко, сир, сметану, масло вершкове, олію соняшникову, яйця курячі не вище 15%;
- на граничні рівні рентабельності та торговельні надбавки на дитяче харчування, граничні розміри плати за послуги, що надаються у торговельних об'єктах, на ринках з продажу продовольчих та непродовольчих товарів;
- на граничні рівні цін, нормативи рентабельності (у розмірі не вище 20%) за надання в оренду торгових приміщень (площ), торговельно-технологічного та/або холодильного устаткування у торговельних об'єктах, на ринках з продажу продовольчих та непродовольчих товарів.

Зокрема, Кабмін скасував обов'язок для виробників продовольчих товарів подавати в Держпродспоживслужбу обґрунтування необхідності зміни оптово-відпускних цін на свою продукцію.

Крім того, скасовано порядок формування цін на продовольчі товари (від 2008 року)" [32].

Усі перераховані вище методи регулювання цін належать до групи прямих (адміністративних), які не завжди ефективні і можуть призвести до порушення ринкового балансу попиту та пропозиції на споживчі товари. У таких випадках досягнення стабільної цінової ситуації має забезпечуватися органом виконавчої влади, головним чином, використовуючи ринкові методи. Ефективним методом стабілізації цін є товарні втручання та насичення ринку наявною продукцією з державного резерву. Товарні втручання дозволяють встановити рівноважну ціну (фіксацію) на рівні не нижче мінімальної ціни закупівлі.

У довгостроковій перспективі адміністративні обмеження цін можуть призвести до втрат для виробників споживчих товарів і, отже, не можуть застосовуватися на постійній основі і можуть розглядатися як єдиний засіб соціального захисту вразливих верств населення. У цій ситуації серед пріоритетів виконавчої влади на всіх рівнях найефективнішим способом мінімізації негативних наслідків зростання цін є забезпечення поступового збільшення доходів усіх громадян та стимулювання ефективного попиту.

Для компенсації втрат, спричинених встановленням та ціновими лімітами, держава надає фінансову та кредитну підтримку виробникам та проводить політику податкового стимулювання. Існуюча система державної підтримки, що формується під впливом зовнішніх та внутрішніх факторів, проілюстрована на рис. 2.1.

Основними нормативно-правовими актами, що визначають принципи, порядок та обсяг державної підтримки вітчизняних виробників, є Господарський кодекс України, Бюджетний кодекс України, Закон про Державний бюджет України на відповідні роки, Закон "Про захист економічної конкуренції".

Концепція реструктуризації системи державних субсидій надається суб'єктам господарювання, яка була розроблена відповідно до правил та положень СОТ щодо субсидій та компенсаційних заходів та угод щодо сільського господарства. Для запровадження чітких механізмів надання, контролю та моніторингу надання державної допомоги суб'єктам господарювання був прийнятий Закон "Про державну допомогу суб'єктам господарювання", що в свою чергу визначило саме поняття державної допомоги в законодавстві, її форм (зокрема, податкових пільг), а також загальнодержавних підходів та принципів державної політики у сфері надання та використання субсидій з огляду на економічну ефективність [20].

Рис. 2.1. Діюча система фінансової та кредитної підтримки товарної пропозиції на ринку споживчих товарів (розроблено автором)

Діюча система державної допомоги в Україні включає: непрямі субсидії, встановлення податкових та податкових пільг, інші форми прямої та опосередкованої підтримки виробників. Непрямі субсидії є найпоширенішим інструментом політики в перехідній країні. Широке використання непрямих субсидій в Україні пояснюється обмеженими бюджетними ресурсами для прямої фінансової підтримки; недосконалість податкового законодавства та зміни правового та ділового середовища; слабкі фінансові та кредитні системи. Недоліком непрямих субсидій є те, що вони зазвичай не відображаються в офіційних бюджетних документах, вони непрозорі і створюють стимули для корупції. Найпоширенішими формами опосередкованої підтримки споживчих товарів є:

- зниження ставки прямого податку;
- відстрочене оподаткування;
- податкові пільги, а саме: звільнення від сплати ввізного мита, звільнення від сплати ПДВ при імпорті та операцій з внутрішнього продажу, звільнення від сплати податку на прибуток, земельного податку, надання податкових пільг;
- списання податкової заборгованості;
- надання державних гарантій для отримання банківських позик;
- відстрочення виплати податкових та інших обов'язкових платежів до бюджету [38,39].

2.2. Особливості формування та регулювання регіонального і національного ринку споживчих товарів

Система державної підтримки товарних поставок на регіональному рівні доповнюється механізмами впровадження орендної плати за приміщення та земельні ділянки для підприємців, які займаються виробничою діяльністю, наповнюють регіональний ринок споживчими та, перш за все, суспільно

значущими товарами та наданням пільг у сплаті місцевих податків і зборів, оплаті комунальних платежів. Формою фінансової підтримки та підвищення ефективності діяльності суб'єктів споживчого ринку є розміщення серед малого підприємництва державних і регіональних замовлень та широке залучення їх до тендерів на закупівлю товарів та виробництва для регіональних та державних потреб. До пріоритетної групи належать фінансова підтримка малого бізнесу на регіональному рівні, фінансування з регіональних фондів для підтримки інвестиційних проектів для підприємництва з метою оновлення асортименту та покращення якості товарів та часткового відшкодування процентних ставок за кредитами, отриманими від фінансово-кредитних установ [21,25].

Важливою формою підтримки товарної пропозиції на регіональних ринках споживчих товарів 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 [7,50].

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.

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 [7].

Оцінити реальний вплив бюджетних дотацій на зміну цін на продовольчі товари є проблематичним завданням, оскільки в системі ринку споживчих товарів 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.

Слід зазначити, 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 ринку споживчих товарів 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 [28].

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. 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.

Основні концептуальні 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 ринку споживчих товарів, 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 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 роздрібною торгівлі і ринків;
- 4) структурна деформація товарної пропозиції на ринку споживчих товарів, 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 [26].

В ситуації, що склалася, регулювання ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів за третім варіантом, є оптимальним, оскільки дозволяє розвивати механізми саморегулювання ринку, поєднуючи їх з коригуючими діями органів влади [43,47].

РОЗДІЛ 3

ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ

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

Необхідність вироблення нових концептуальних підходів до регулювання ринку споживчих товарів на національному і регіональному рівнях обумовлюється змінами в економічному середовищі та економічній кон'юктурі; 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 унеможлиблювати розгортання кризових явищ на окремих сегментах продовольчого ринку, а в майбутньому – сформувати та реалізувати перспективну модель ринку споживчих товарів, орієнтовану на збалансований розвиток економічної системи країни та її регіонів, підвищення якості життя населення, ліквідацію структурних деформацій ринку, забезпечення конкурентноздатності товаровиробників. Водночас, Концепція має служити інструментом для вироблення державної політики регулювання ринку споживчих товарів 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 як система поглядів на зміст і основні напрямки діяльності органів виконавчої влади щодо забезпечення стійкого розвитку ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів, визначення пріоритетних варіантів його розвитку; вироблення механізму регулювання ринку споживчих товарів, який передбачає ефективне поєднання економічних, правових, та адміністративних інструментів впливу органів управління на ринок споживчих товарів; формування стратегій удосконалення регулювання ринку споживчих товарів; передбачення майбутніх результатів регуляторної діяльності та створення механізму гарантій досягнення бажаних параметрів національної та регіональної моделі ринку споживчих товарів [23,24,45].

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.

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

Зважаючи на те, що ринок споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів. 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.

Цілі державного регулювання розвитку ринку споживчих товарів можна поділити на стратегічні, тактичні та локальні (Додаток А).

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 ринку споживчих товарів; 3) формування конкурентного ринку. Звідси випливає основне завдання регулювання ринку споживчих товарів, 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 ринку споживчих товарів, 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 ринку споживчих товарів, 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 ринку споживчих товарів, 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 ринку споживчих товарів.

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 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 ринку споживчих товарів і економіки загалом;
- 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 ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів [16, 46].

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 ринку споживчих товарів, ґрунтується на проведенні комплексного аналізу ринку та механізмів його регулювання. Використання елементів SWOT-аналізу (табл.3.1) дозволяє констатувати, що основними загрозами на ринку в сучасних умовах є загрози внутрішнього характеру та загрози зовнішнього впливу.

Таблиця 3.1

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

Чинники	Сильні сторони	Слабкі сторони
Внутрішні	• 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	• 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	• 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	• Високий рівень самозабезпечення населення • Велика кількість посередницьких структур в забезпеченні торгівлі товарами • Деформована структура виробництва товарів і споживання • Інфляційні очікування громадян • Низький рівень інформаційного забезпечення учасників ринку
Зовнішні	Державна підтримка виробництва конкурентноздатних товарів, митне регулювання експорту та імпорту	Політична нестабільність, енергетична криза, нестабільність міждержавних відносин

Джерело: складено автором

В табл. 3.2, описано переважання стримуючих чинників перспективного розвитку регіональних ринків споживчих товарів та наявність суттєвих перешкод стабільного функціонування ринкових механізмів.

Таблиця 3.2

Вагомість впливу стимулюючих і стримуючих чинників на перспективний розвиток регіональних ринків споживчих товарів

Рівень	Чинники стимулюючого впливу	Рівень	Чинники стримуючого впливу
	Позитивні перспективи		Негативні перспективи
1.1	Висока місткість ринку	2.1	Низький платоспроможний попит населення
1.2	Високий рівень споживчого потенціалу ринку, позитивна динаміка зростання доходів	2.2	Високий рівень диференціації населення за доходами і витратами
1.3	Підтримка та стимулювання розвитку підприємництва з боку місцевої влади	2.3	Нераціональне розміщення об'єктів торгівлі, втрата спеціалізації торгових підприємств
1.4	Покращення матеріальнотехнічної бази торгівлі	2.4	Низький технічний рівень виробництва споживчих товарів
1.5	Підтримка місцевою владою ринкових перетворень	2.5	Відсутність маркетингових центрів та прогнозів ринку
1.6	Стабільність національної грошової одиниці, валюти	2.6	Відсутність цілісної регіональної політики розвитку ринку
		2.7	Високі податки, розширення монетарної бази, не прогнозована митна політика
	Можливості		Перешкоди
3.1	Достатній виробничий потенціал для розширення товарної пропозиції на ринку продовольчих товарів	4.1	Високий рівень самозабезпечення населення
3.2	Активізація платоспроможного попиту	4.2	Велика кількість посередницьких структур в забезпеченні торгівлі товарами
3.3	Залучення інвестицій в технічне переоснащення виробництва	4.3	Деформована структура виробництва і споживання
3.4	Податкова та кредитна підтримка місцевого товаровиробника	4.4	Адміністративне регулювання цін на основні групи продовольчих товарів
3.5	Розвиток конкурентного середовища, оптимізація комерційних зв'язків	4.5	Інфляційні очікування громадян
3.6	Державна підтримка виробництва конкурентоздатних товарів, митне регулювання експорту та імпорту	4.6	Низький рівень інформаційного забезпечення учасників ринку
		4.7	Політична нестабільність, енергетична криза, нестабільність міждержавних відносин

Джерело: складено автором

Важливою умовою стабілізації ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів та формування такої моделі розміщення мережі торговельних підприємств, яка б підвищила їхню територіальну доступність, і, передусім, для сільського населення.

Важливими завданнями пожвавлення ринку споживчих товарів 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.

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

Захист ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів, 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 ринку споживчих товарів, 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 ринку споживчих товарів, що закладається в Концепцію, має ґрунтуватися на таких засадах:

- обґрунтованість і об'єктивність заходів регулювання ринку споживчих товарів;
- гармонізація механізмів регулювання із загальними принципами і нормами міжнародних вимог;
- виключення необґрунтованого втручання органів виконавчої влади в механізми функціонування ринку споживчих товарів, прогнозування економічних і соціальних наслідків реалізації регулятивних заходів;
- використання переважно економічних інструментів регулювання ринку споживчих товарів;
- 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.

3.2. Стратегія удосконалення регулювання ринку споживчих товарів

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.

Головними завданням Стратегії є всебічне стимулювання процесів формування цивілізованого ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів, 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 ринку споживчих товарів. Процес побудови Стратегії передбачає таку етапність дій:

- визначення цільових векторів та стратегічних пріоритетів вдосконалення регулювання ринку споживчих товарів;
- 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 ринку споживчих товарів [40].

Етапи формування та реалізації Стратегії вдосконалення регулювання ринку споживчих товарів ілюструє рис. 3.2. Пропонована Стратегія удосконалення регулювання ринку споживчих товарів є гнучкою та диверсифікованою, тобто включає декілька рівноцінних і взаємозв'язаних цільових векторів, які, маючи чітко окреслені цілі, формуючи певну модель ринку.

Рис.3.2. Етапи формування і реалізації Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів (розроблено автором)

Систему цілей та шляхів їхнього досягнення за означеними варіантами стратегій регулювання ринку проілюстровано на рис. 3.3. Кожен з означених стратегічних напрямів має ґрунтуватися на визначенні можливих шляхів досягнення цілей регулювання та механізмів їхньої реалізації. Це дозволяє конкретизувати підходи та спрямувати зусилля органів виконавчої влади на виконання стратегічних завдань регулювання ринку споживчих товарів. Слід наголосити на тому, що такі заходи мають узгоджуватися з можливостями їхнього ресурсного забезпечення та опиратися на співпрацю з громадськими організаціями і бізнесовими структурами.

Рис. 3.3. Структуризація напрямків реалізації цільових орієнтирів Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів (розроблено автором)

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. 3.3).

Таблиця 3.3

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

Основні напрямки реалізації стратегії	Організаційні та економічні механізми реалізації	Очікувані результати реалізації заходів
1.1. Цінова стабілізація	• Проведення товарних та фінансових інтервенцій на ринку споживчих товарів • цінова підтримка виробників • організація постійного моніторингу цін • встановлення фіксованих цін на споживчих товарів	Попередження різких коливань цін Забезпечення цінової доступності товарів Поліпшення цінової кон'юнктури
1.2. Збалансування попиту і пропозиції	• 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 ринку споживчих товарів	• 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	Формування цивілізованої торговельної інфраструктури Скорочення неорганізованих каналів реалізації товарів Впорядкування розміщення об'єктів торгівлі Підвищення територіальної доступності торговельних підприємств

Джерело: 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. 3.4 регулятивних заходів щодо розвитку ринку споживчих товарів 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 3.4

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

Основні напрямки реалізації стратегії	Організаційні та економічні механізми реалізації	Очікувані результати реалізації заходів
2.1. Підтримка та розвиток підприємництва	• 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	Доступність управлінських послуг, простота та прозорість дозвільних процедур організації виробництва Активізація підприємницької діяльності у сфері виробництва споживчих товарів Збільшення додаткової кількості робочих місць

2.2.Розширення виробництва на власній ресурсній базі	• збільшення частки місцевого виробництва споживчих товарів • сприяння технічній та технологічній переоснащеності виробництва споживчих товарів	Розширення сегменту товарів вітчизняного виробництва Підвищення споживчих характеристик товарів
2.3.Підвищення платоспроможного попиту	• підвищення реальних грошових доходів населення • спрощення доступності до споживчого кредиту • розширення системи адресних допомог на придбання товарів малозабезпеченим громадянам	Зростання обсягів роздрібного товарообороту Підвищення рівня споживання Розширення споживчого попиту
2.4.Структурна перебудова реального сектору економіки	• 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	Підвищення рівня виробництва продовольчих товарів, сільськогосподарської продукції Адаптація структури виробництва споживчих товарів до зовнішніх і внутрішніх умов
2.5. Залучення інвестицій у виробництво споживчих товарів	• сприяння підприємствам у розробленні інвестиційних проектів • рекламно-інформаційна підтримка ринку • податкова та кредитна підтримка реалізації інвестиційних проектів	Розвиток інвестиційного потенціалу підприємств з виробництва споживчих товарів, розширення джерел інвестування

Продовження табл. 3.5

Джерело: складено автором

Пропоновані шляхи підвищення системи захисту і безпеки ринку споживчих товарів 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.3.5).

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.

Таблиця 3.5

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

Основні напрямки реалізації стратегії	Організаційні та економічні механізми реалізації	Очікувані результати реалізації заходів
3.1 Контроль за ринком споживчих товарів	• 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	• 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	• 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

Джерело: складено автором

Підвищення конкурентності ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів, 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 (табл. 3.6).

Таблиця 3.6

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

Основні напрями реалізації стратегії	Організаційні та економічні механізми реалізації	Очікувані результати реалізації
4.1. Економічний протекціонізм і підтримка вітчизняного товаровиробника	• 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	• 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

Джерело: складено автором

Очікуваними результатами реалізації конкурентної стратегії регулювання ринку споживчих товарів 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 конкурентоспроможних 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 ринку споживчих товарів проілюстровано на рис. 3.4.



Рис. 3.4. Механізми забезпечення реалізації стратегічних цілей регулювання ринку споживчих товарів (розроблено автором)

В плані правового забезпечення необхідно провести експертну оцінку правових актів з питань функціонування ринку споживчих товарів, ринку внутрішньої торгівлі, систематизувати нормативну базу діяльності всіх учасників ринку споживчих товарів. На центральному рівні необхідно прискорити прийняття Законів України „Про внутрішню торгівлю”, 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 ринку споживчих товарів.

Головною проблемою інституційного забезпечення є неформованість систем інституцій, здатних скоординовано здійснювати ефективну реалізацію завдань розвитку ринку споживчих товарів як на державному, так і на регіональному рівнях. Регулювання ринку споживчих товарів 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 функцій 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, є доцільним зосередити функції регулювання ринку споживчих товарів єдиному органі на національному рівні – в Міністерство розвитку економіки, торгівлі та підприємництва, а на регіональному рівні в Головному управлінні економіки та промислової політики обласної державної адміністрації, який має стати безпосереднім організатором, координатором і виконавцем завдань регулювання ринку, забезпечувати необхідні умови для його розвитку, захисту і підвищення конкурентоспроможності.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. В сучасних умовах ринок товарів та послуг координує виробництво і споживання, управляє економічними та соціальними процесами і реалізує свою соціальну роль індикатора соціальної стабільності населення. Тому дослідження теоретичних засад розвитку споживчого ринку, поглиблення його економічної сутності, вивчення видів і функцій споживчого ринку в сучасній соціально-економічній системі є необхідним для розуміння сучасних тенденцій його розвитку та розробки перспективної моделі розвитку споживчого ринку.

2. Запропоновані механізми є інструментами регулювання розвитку ринку споживчих товарів. Впровадження цих механізмів стане передумовою формування конкурентного середовища на ринку споживчих товарів. Що призведе до організаційного відновлення торгівлі, демонополізації, комерціалізації та приватизації торгових об'єктів; створення середовища для лібералізації комерційної діяльності та розвитку вільного підприємництва; формування умов для усунення бар'єрів для організації бізнесу та успішної конкуренції.

3. Запровадження раціоналізованого механізму пов'язане з вибором факторів, що впливають на кожну підсистему, і визначають як їх ефективність, так і ефективність всього механізму. На цьому керівництва (міністерства) повинні вживати заходи щодо підвищення ефективності торгівлі на основі знаходження факторів, на які слід покладатися для забезпечення розвитку регулювання ринку споживчих товарів. Необхідно проводити дослідження з розвитку регулювання ринку споживчих товарів з метою виявлення проблем, що виникають у кожній з її підсистем. Це вимагає: вибору показників, що характеризують вплив факторів і стан кожної підсистеми на ринок споживчих товарів; раціоналізація принципів оцінки торгівлі; розробка методології оцінки ефективності торгівлі з урахуванням змін, що відбуваються у внутрішньому та зовнішньому середовищі. Для ефективного розвитку ринку споживчих товарів держава повинна "запустити"

механізми самоорганізації ринку та ретельно коригувати негативні відхилення не позбавляючи населення діяти самостійно.

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

6. Аналіз організаційно-функціональних механізмів показав, що сформована організаційна структура регулювання ринку споживчих товарів 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.

7. Результативність регулювання ринку споживчих товарів можна оцінити шляхом побудови функціональної залежності, параметрами якої є: ступінь розмежування повноважень організаційних структур, які здійснюють регулювання ринку споживчих товарів; форми взаємодії між учасниками ринку і органами влади; ступінь нормативно-правового забезпечення системи регулювання ринку споживчих товарів, варіанти прийняття рішень.

8. Глобалізаційні виклики 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 ринку споживчих товарів та прогнозування перспектив його майбутнього розвитку на національному і регіональному рівнях. Перевагами, які окреслюються для внутрішнього ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів; розширення імпортного сегменту на ринку споживчих товарів.

9. Основним завданням регулювання ринку споживчих товарів 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 ринку споживчих товарів 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.

Результати реалізації Стратегії удосконалення регулювання ринку споживчих товарів 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.

Список використаних джерел

1. Возіянова Н.Ю. Організаційно-економічний механізм розвитку внутрішньої торгівлі України: Дис... докт. екон. наук: 08.00.03. – Донецьк, 2013. – 527 с.
2. Гавриленко І.О. Державне регулювання ринку споживчих товарів [Електронний ресурс] / І.О. Гавриленко // Вісник Східноукраїнського національного університету імені Володимира Даля. - 2014. - № 1. - С. 34-40. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/VSUNU_2014_1_9
3. Галина Филюк, Оксана Шевчук, 2011 – Режим доступу: [//tr.knteu.kiev.ua/files/2011/11/5.pdf](http://tr.knteu.kiev.ua/files/2011/11/5.pdf)
4. Державне регулювання економіки: / навч. посібник [для студ. вищ. навч. закл.] / Швайка Л.А.. – К. : Знання, 2006. – 435 с
5. Жарая С.Б. Механізми державного регулювання підприємницької діяльності в контексті консервативно-інноваційної моделі державного управління (регіональний аспект) [Електронний ресурс] / С. Б. Жарая // Аналітика і влада. - 2011. - № 4. - С. 34-39. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/avlad_2011_4_7
6. Закон України. Про державну допомогу суб'єктам господарювання [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1555-18>
7. Закон України. Про державну підтримку сільського господарства України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>
8. Закон України. Про державну підтримку сільського господарства України [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1877-15>
9. Закон України. Про захист прав споживачів, документ 1023-XII, Редакція від 16.07.2019, [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <http://www.kmu.gov.ua>.

10. Закон України. Про ціни і ціноутворення [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/5007-17>

11. 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/>

12. Збірник законодавчих та нормативних документів, що регламентують діяльність підприємств внутрішньої торгівлі всіх форм власності. – Офіц. вид. – К. : Зовнішторгвидав України. – 1997. – 457 с.

13. Кобець А. С. Напрями та механізми державного регулювання вищої освіти [Електронний ресурс] / А. С. Кобець // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Державне управління. - 2011. - № 2. - С. 79-85. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamcudu_2011_2_12

14. Комплексна програма розвитку внутрішнього ринку / Кабінет Міністрів України. Постанова від 28.11.2001 р., №1635 [Електронний ресурс] – Режим доступу : <http://www.me.gov.ua>.

15. 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

16. 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>.

17. 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>.

18. 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>

19. 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>.

20. 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>.

21. 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>.

22. Концепція проекту Закону України "Про внутрішню торгівлю" від 7 жовтня 2009 р. N 1200-р — Режим доступу: [//zakon.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-%D1%80](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1200-2009-%D1%80)

23. Концепція розвитку внутрішнього ринку України / В. М. Геєць, В. О. Точилін // Вісн. Ін-ту екон. прогнозування. — 2002. — № 2. — С. 3–9.

24. Концепція розвитку внутрішньої торгівлі України. — К. : 1998. — 28 с.

25. Корецький М. Х. Державне регулювання аграрної сфери у ринковій економіці / М. Х. Корецький — К. : Вид-во УАДУ, 2002. — 260 с.

26. 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.

27. Кравчун О. С. Механізми державного регулювання інвестиційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / О. С. Кравчун // Теорія та практика державного управління. - 2012. - Вип. 3. - С. 323-332. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Tpdu_2012_3_46

28. Крамаренко О.М. Напрями стабілізації роботи банків в умовах кризових явищ // Фінансовий простір. – 2014. – №4. – С. 27–34.

29. Лазебна Ірина Василівна Державне регулювання ринку споживчих товарів в Україні // Автореферат дисертації для здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук - 2015.

30. Мареніченко В.В. Механізми реалізації державного регулювання якісного розвитку малого та середнього бізнесу в умовах інтеграції України до Європейського Союзу [Електронний ресурс] / В. В. Мареніченко // Вісник Академії митної служби України. Сер. : Державне управління. - 2013. - № 1. - С. 48–53. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/vamcudu_2013_1_9

31. Мехметі І. Основні механізми та інструменти державного регулювання сільського господарства в розвинених країнах [Електронний ресурс] / І. Мехметі // Наукові праці МАУП. - 2012. - Вип. 4. - С. 160-167. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npmaup_2012_4_26

32. Мультимедійна платформа іномовлення України Укрінформ [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/2243782-kabmin-skasuvav-derzavne-reguluvanna-cin-na-osnovni-produkti.html>

33. Олефір В. К. Вплив Угоди про асоціацію між Україною та ЄС на ринок споживчих товарів [Електронний ресурс] / В. К. Олефір // Економіка і прогнозування. - 2018. - № 3. - С. 118-137. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/econprog_2018_3_8

34. 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.

35. Податковий кодекс України № 2755-VI від 01.03.2019 – Режим доступу: [//zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17)

36. Попадинець Н.М. Регіональний ринок споживчих товарів: сутність і засадничі положення функціонування – Режим доступу: [//re.gov.ua/re201701/re201701_017_PopadynetsNM.pdf](http://re.gov.ua/re201701/re201701_017_PopadynetsNM.pdf)

37. Попадинець Н.М. Внутрішній ринок продукції лісової промисловості України: проблеми та напрями розвитку: Монографія. – Львів: ІРД НАН України, 2014. – 182 с.

38. Попович Т. М. Організаційно-економічний механізм регулювання ринку споживчих товарів / Т. М. Попович – Тернопіль, 2008. – 25 с.

39. 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.

40. Попович Т. М. Стратегія державного регулювання ринку споживчих товарів в регіоні / Т. М. Попович // Управління розвитком. – Х. : Харківський НЕУ. – 2005. – № 2. – С. 119–122.

41. Постанова "Про затвердження програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року " від 24 червня 2009 р. № 632 – Режим доступу: [//zakon.rada.gov.ua/laws/show/632-2009-%D0%BF](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/632-2009-%D0%BF)

42. Постанова Кабінету Міністрів України від 7 червня 2017 р. № 394 [Електронний ресурс] / Верховна Рада України – Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250050387>

43. Правила торгівлі на ринках [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.kmu.gov.ua>

44. Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України: Постанова Кабінету Міністрів України від 20 грудня 1997 року № 1449 – Режим доступу: [//zakon.rada.gov.ua/laws/show/1449-97-%D0%BF](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1449-97-%D0%BF)

45. Розпорядження. Про схвалення Концепції проекту Закону України "Про внутрішню торгівлю" від 7 жовтня 2009 р. N 1200-р

46. 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>

47. Тарлопов І.О. Ринок споживчих товарів України: проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / І.О. Тарлопов // Економіка. Фінанси. Право. - 2018. - № 12. - С. 4-8.

48. Фролов А.Ю. Державне регулювання ринку харчових продуктів та напрями його вдосконалення – Режим доступу: [//academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10faypnu.pdf](http://academy.gov.ua/ej/ej12/txts/10faypnu.pdf)

49. Черниш І.А. Механізм адміністративно-правового регулювання внутрішньої торгівлі в Україні – Режим доступу: [//www.pravnik.info/2013-12-27-15-14-31/668-mexanizm-administrativno-pravovogo-regulyuvannya-vnutrishno%D1%97-torgivli-v-ukra%D1%97ni.html](http://www.pravnik.info/2013-12-27-15-14-31/668-mexanizm-administrativno-pravovogo-regulyuvannya-vnutrishno%D1%97-torgivli-v-ukra%D1%97ni.html)

50. Шевченко Н.О. Механізми державного регулювання й підтримки розвитку аграрного бізнесу на інвестиційно-інноваційній основі [Електронний ресурс] / Н. О. Шевченко // Інвестиції: практика та досвід. - 2011. - № 8. - С. 61-63. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd_2011_8_18

ДОДАТКИ

Структуризація цілей державного регулювання розвитку ринку споживчих товарів

Стратегічні цілі	Тактичні цілі	Локальні цілі
1	2	3
1. Випереджаючий розвиток та розширення ринку споживчих товарів	1.1. Розширення та підтримка стійкої товарної пропозиції, забезпечення конкурентноздатності вітчизняного виробництва споживчих товарів 1.2. Структурна перебудова промислового та аграрного секторів з орієнтацією на виробництво товарів, які забезпечують життєві потреби населення. 1.3. Формування ефективної цивілізованої торговельно-збутової інфраструктури 1.4. Створення сприятливого інвестиційного клімату в сфері торговельної діяльності. 1.5. Пожвавлення платоспроможного попиту населення	• 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 ринку споживчих товарів	2.1. Контроль за функціонуванням споживчого ринку, якістю та безпекою товарів. 2.2. Захист вітчизняного виробника споживчих товарів 2.3. Захист прав та інтересів споживачів 2.4. Раціоналізація та збалансування власного виробництва та імпорту споживчих товарів	• 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 ринку споживчих товарів	3.1. Стимулювання виробництва експортноздатних споживчих товарів 3.2. Захист інтересів національних виробників споживчих товарів та сприяння їх закріпленню на традиційних і привабливих зовнішніх ринках	• 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