

Київський національний торговельно-економічний університет
Кафедра публічного управління та адміністрування

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:

Державне регулювання споживчого ринку в Україні

Студентки II курсу, 5 групи,
спеціальності 281
«Публічне управління та
адміністрування», заочна
форма навчання

підпис студента

Єрошенко Альона
Андріївна

Доктор економічних наук,
професор кафедри
економічної теорії та
конкурентної політики

підпис керівника

Романенко Володимир
Анатолійович

Гарант освітньої програми
Доктор наук з державного
управління, професор

підпис керівника

Орлова Наталія
Сергіївна

Київ - 2018

ЗМІСТ

ВСТУП

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

1.1. Споживчий ринок: роль у суспільному відтворені та механізм функціонування	7
1.2. Регулювання споживчого ринку в Україні.....	9
1.3. Споживчий ринок в системі забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України.....	15
Висновок до розділу 1.....	19

РОЗДІЛ 2. ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМ РИНКОМ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

2.1. Сучасний стан та проблеми законодавчого забезпечення функціонування системи державного регулювання в Україні.....	20
2.2. Аналіз практики регулювання споживчого ринку України	26
2.3. Аналіз досвіду зарубіжних країн щодо державного регулювання споживчого ринку України.....	30
Висновок до розділу 2.....	33

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

3.1. Шляхи удосконалення державного регулювання споживчого ринку в Україні.....	36
3.2. Перспективи застосування зарубіжного досвіду з метою вдосконалення державного регулювання споживчого ринку України.....	43
Висновок до розділу 3.....	49
ВИСНОВКИ.....	51
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	54

ВСТУП

Актуальність дослідження. Для нашої держави, економічна політика якої орієнтована на глибинні ринкові перетворення в контексті європейської інтеграції, важливе значення має регулювання розвитку споживчого ринку [29]. Актуальність обраної теми полягає в тому, що в умовах реформування системи господарювання виникла потреба в більш ретельному дослідженні і практичному вивченні проблем функціонування й регулювання споживчого ринку. Слід зазначити, що роль держави у процесі розвитку споживчого ринку є дуже важливою. Тривалий час функціонуванню споживчого ринку не приділялося належної уваги. Це було пов'язано з тим, що домінантою суспільного виробництва виступало матеріальне виробництво. Розвиток споживчого ринку в Україні має свої особливості, які пов'язані із кризовими явищами й інтеграцією держави в міжнародний ринковий простір. Ринкові перетворення змусили по-новому подивитись на усі стадії суспільного виробництва, в тому числі і на споживання. У сучасних умовах реформування системи господарювання виникла потреба в більш ретельному дослідженні і практичному вивченні проблем функціонування й регулювання споживчого ринку. На сучасному етапі через призму характерних тенденцій розвитку суспільства споживчий ринок виконує багатогранні функції, оскільки він є частиною відтворювальної системи країни, забезпечує взаємозв'язок виробництва і споживання, реалізацію товарів і послуг споживання та істотно впливає на якість і рівень життя населення [17].

В сучасних умовах реформування системи господарювання виникла потреба в більш ретельному дослідженні і практичному вивченні проблем функціонування й регулювання споживчого ринку. Процес розвитку і трансформації відбувається на внутрішньому ринку, де конкурують вітчизняні та зарубіжні підприємства різного економіко-технологічного рівня. Однією з головних рис сучасного ринкового господарства є глобалізація ринкових

відносин і необхідність адаптації споживчого ринку до вимог єдиної світової господарської системи [33].

В економіці України проблема збалансованості попиту й пропозиції, споживчого ринку в цілому породжується диспропорціями відповідних підрозділів суспільного виробництва. Колишня командно-адміністративна система відвернула виробництво від потреб людини, підпорядковувала його інтересам воєнно-промислового комплексу. В структурі валового національного продукту приблизно 45 відсотків припадало на капітальні вкладення, приріст виробничих ресурсів та військові потреби; для фонду споживання й соціальних потреб призначалося лише 55 відсотків. В цінах світового ринку це співвідношення має вигляд 74 : 26. В той же час у країнах з розвинутою ринковою економікою це співвідношення становить 30 : 70 [33].

Проблематика споживчого ринку, вивчення окремих аспектів його змістовної сутності, тенденцій, проблем регулювання, регіональних особливостей, розвитку окремих складових широко висвітлена у фундаментальних працях багатьох українських учених-економістів. Дослідження особливостей становлення та розвитку споживчого ринку в ринковій економіці, регулювання в умовах глобалізації присвячено праці закордонних та вітчизняних вчених, які присвятили велику роль проблемам теорії та практики у дослідженнях функціонування споживчого ринку та його важливій ролі в забезпеченні суспільного відтворення. Аналіз останніх досліджень і публікацій - це, зокрема, роботи таких вітчизняних авторів, як : О.М. Азарян [34], Я.М. Антонюк[36], В.В. Апопія[37], П.Ю. Балабана[37], О.В. Березіна[35], І.О. Бланка[37], Г.М. Богославець[37], Т. Г. Білокінь [9], Я.А. Гончарука[34], П. І. Григорчука [10], І. В. Гришиної [11], В. О. Данильченка [12], І. П. Крючкова [3], В.В. Лагутін [16], Л.Н. Лігоненко [7,18], І. Лошенюк [2], А. А. Мазаракі [13], О. І. Мигаленка [4], В. А. Романенко[18], М. П. Соколика [5], О. О. Шубіна[34] тощо.

Метою дослідження є теоретичний аналіз, методологічний пошук та

дослідження особливостей функціонування організаційно-економічного механізму регулювання споживчого ринку та розробка пропозицій по його удосконаленню. **Завданнями** випускної кваліфікаційної роботи є:

- 1) розглянути теоретичні питання щодо визначення сутності, порівняти споживчий ринок та ринок споживчих товарів;
- 2) дослідити законодавство, рішення чи накази щодо державного регулювання споживчим ринком;
- 3) проаналізувати сучасний стан реалізації державного регулювання споживчим ринком;
- 4) знайти шляхи застосування європейського досвіду у формуванні державного регулювання споживчим ринком.

Предметом дослідження є становлення і функціонування організаційно-економічного механізму регулювання споживчого ринку.

Об'єктом дослідження є процеси формування та розвитку споживчого ринку України.

Методи дослідження. Для вирішення поставлених завдань у випускній кваліфікаційній роботі використовуються такі методи:

- пізнання – при дослідженні теоретичних основ щодо визначення сутності споживчого ринку держави;
- порівняльний – при аналізі показників за певні періоди для вивчення динаміки розвитку;
- аналітичний – при аналізі макроекономічних показників, прогнозування показників економічного і соціального розвитку
- дедукції;
- індукції;
- табличний;
- імовірнісний.

Використання зазначених методів забезпечує практичність, універсальність, реалістичність та достовірність отриманих результатів.

Інформаційною базою дослідження є законодавчі та нормативно-правові акти, Закони України, фахова література, матеріали наукових конференцій та періодичних видань, статистичні дані Головного управління статистики України, Міністерства аграрної політики та продовольства України, Міністерства промислової політики України, Національного Банку України, Міністерства фінансів України, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України.

Структура роботи. Структура випускної кваліфікаційної роботи визначила мета та завдання дослідження. Робота об'ємом 60 сторінок складається зі вступу, трьох розділів, висновків і пропозицій, списку використаної літератури та додатків. Загальний обсяг випускній кваліфікаційній роботі магістра становить 53 сторінок друкованого тексту, включає 3 таблиць та 2 рисунків.

Основні положення випускної кваліфікаційної роботи відображені у статті: Єрошенко А.А. «Особливості управління споживчим ринком на сучасному етапі» / А.А. Єрошенко // Управління та адміністрування: зб. наук. ст. студ. заоч. форми навч./відр.ред. Н. Л. Новікова – Ч. І. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018- с. 223-230 [64].

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ СПОЖИВЧОГО РИНКУ

1.1. Споживчий ринок: роль у суспільному відтворенні та механізм функціонування

Простежуючи розвиток державного управління від Платона та Арістотеля до теорій представників сучасних наукових шкіл, варто зазначити про те, що в різні періоди розвитку соціально-економічних відносин ступінь державного контролю та регламентації діяльності суб'єктів економіки був різним, відтак, можна наполягати на суперечливому характері розвитку людського суспільства, а це вказує на необхідність пошуку в нових економічних реаліях інноваційних способів розв'язання «традиційних» проблем (збалансування попиту та пропозиції, узгодження інтересів окремої людини та суспільства, поєднання механізмів ринку й держави тощо) [17].

Споживчий ринок є відносинами, які складаються у процесі виробництва, обміну й споживання кінцевих товарів і послуг, він є найважливішим з сегментів національного ринку. У науковій літературі є багато визначень категорії «споживчий ринок», на мою думку найбільш вдалим визначення споживчого ринку, яке виокремлюють вчені-економісти, є: «споживчий ринок – це система економічних взаємовідносин, які реалізуються через економічні потреби і відображаються через попит, пропозицію і ціну та які розвиваються у бік їх інтенсифікації.»[21].

Споживчий ринок України регулюється Законом України «Про захист прав споживачів» від 15.12.93. Даний закон регулює відносини між виробником та споживачем, установлює права споживачів, визначає механізм захисту споживачів. Державний захист прав споживачів зводиться до надання можливості вільного вибору товару, одержання знань і кваліфікації в процесі придбання товару (як їм користуватися), придбання товару законним

способом та забезпечення захисту здійснюється виконавчими органами: Державним комітетом по захисту прав споживачів, Державним комітетом стандартизації, метрології та сертифікації України, Державними органами санітарного нагляду[23]. Варто зазначити, що споживач, згідно із Законом України «Про захист прав споживачів», під час придбання, замовлення товару у виробника для задоволення своїх потреб має право на: належну якість продукції та обслуговування; безпеку продукції; державний захист своїх прав; необхідну доступну та своєчасну інформацію про продукцію (якість, кількість, асортимент, інформацію про виробника); відшкодування шкоди у разі продукції неналежної якості; звернення до суду та інших уповноважених органів; об'єднання споживачів у громадські організації [6].

У науковій літературі споживчий ринок часто ототожнюється з ринком споживчих товарів, що є науково некоректним. Можна погодитися з думкою, що ринок споживчих товарів - ще не споживчий ринок в його широкому соціально-економічному сенсі [39, с. 103]. Ринок споживчих товарів і споживчий ринок мають спільні ознаки, але між ними існують і суттєві відмінності.

Таблиця 1.1

Порівняльна характеристика споживчого ринку та ринку споживчих товарів

	Спільні ознаки	Відмінні ознаки
Споживчий ринок	переплітаються інтереси виробників та споживачів, продуктам праці надається суспільна оцінка, завершується економічний рух кінцевої продукції	окремі особи та домашні господарства, які купують товари та користуються послугами для особистого або сімейного споживання чи використання.
Ринок споживчих товарів		певна сукупність соціально-економічних відносин між виробниками, посередниками та споживачами

[сформовано автором на основі інформації 39, с. 103 та 40]

Ринок споживчих товарів - це сукупність соціально-економічних відносин між виробниками, посередниками та споживачами, які виникають у

процесі купівлі-продажу споживчих товарів. Отже, основна функція ринку споживчих товарів полягає в реалізації таких товарів для задоволення споживчих потреб усіх суб'єктів економічної системи. Проте споживчий ринок є ширшим поняттям, оскільки крім ринку споживчих товарів включає ринок споживчих послуг. Це сприяє більш повному задоволенню потреб населення, а отже й відтворенню робочої сили. Саме тому синонімом поняття «споживчий ринок» може бути «ринок споживчих товарів і послуг». Під споживчим ринком ми розуміємо систему соціально-економічних відносин між його суб'єктами (виробниками, посередниками, товари і ринки 2011 №1 26 ринкові дослідження споживачами), яка формується та розвивається в процесі опосередкованого грошовою формою обміну товарів і послуг, призначених для задоволення особистих потреб та інтересів споживачів. Ця система спрямована на забезпечення цілісності та безперервності процесу суспільного відтворення, зокрема людського капіталу. В основі розвитку вітчизняного споживчого ринку [39, с. 103].

1.2. Регулювання споживчого ринку в Україні

Споживчий ринок України регулюється Законом України «Про захист прав споживачів» від 15.12.93. Даний закон регулює відносини між виробником та споживачем, установлює права споживачів, визначає механізм захисту споживачів. Визначено наступні права споживачів[41]:

1. Державний захист прав споживачів зводиться до:

- надання можливості вільного вибору товару;
- одержання знань і кваліфікації в процесі придбання товару (як їм користуватися);
- придбання товару законним способом;
- забезпечення захисту здійснюється виконавчими органами:

- 1.Державним комітетом по захисту прав споживачів, Державним комітетом стандартизації, метрології та сертифікації України, Державними органами санітарного нагляду;
- 2.Гарантований рівень споживання - держава визначає належну якість товарів і торговельного обслуговування;
3. Право на безпеку товару;
4. Надання необхідної інформації про кількість, якість, асортимент даного товару;
5. Відшкодування збитків;
6. Звернення до суду;
7. Також право на об'єднання в громадські організації для захисту прав споживачів [41].

Повноваження Державного комітету України по захисту прав споживачів визначені положенням "Про державний комітет України у справах захисту прав споживачів" від 16.10.96 за № 950/96.

Держава забезпечує споживачам захист їх прав, надає можливість вільного вибору продукції, здобуття знань і кваліфікації, необхідних для прийняття самостійних рішень під час придбання та використання продукції відповідно до їх потреб, і гарантує придбання або одержання продукції іншими законними способами в обсязі, що забезпечує рівень споживання, достатній для підтримання здоров'я і життєдіяльності.

Держава створює умови для здобуття споживачами потрібних знань з питань реалізації їх прав. Захист прав споживачів здійснюють центральний орган виконавчої влади, що формує та забезпечує реалізацію державної політики у сфері захисту прав споживачів, центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, місцеві державні адміністрації, інші органи виконавчої влади, органи місцевого самоврядування згідно із законом, а також суди.

Захист прав споживачів у сфері безпечності та якості харчових продуктів, інформування про їх властивості, у тому числі маркування, здійснює центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері безпечності та якості харчових продуктів[41].

Центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, здійснює державний контроль за дотриманням законодавства про захист прав споживачів, забезпечує реалізацію державної політики щодо захисту прав споживачів і має право:

- 1) давати суб'єктам господарювання обов'язкові для виконання приписи про припинення порушень прав споживачів;
- 2) перевіряти дотримання суб'єктами господарювання, що провадять діяльність у сфері торгівлі і послуг, вимог нормативно-правових актів щодо безпеки продукції, а також правил торгівлі та надання послуг шляхом безперешкодного відвідування та обстеження відповідно до законодавства будь-яких виробничих, торговельних та складських приміщень таких суб'єктів;
- 3) відбирати у суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг зразки товарів, сировини, матеріалів, напівфабрикатів, комплектуючих виробів для перевірки їх якості на місці або проведення незалежної експертизи у відповідних лабораторіях та інших установах, акредитованих на право проведення таких робіт згідно із законодавством, з оплатою вартості зразків і проведених досліджень (експертизи) за рахунок коштів державного бюджету. У разі встановлення за результатами проведених досліджень (експертизи) факту реалізації продукції неналежної якості та/або фальсифікованої суб'єктом господарювання, що перевірявся, відшкодовує здійснені за це витрати. Кошти відшкодовування витрат зараховуються до державного бюджету. Порядок відбору таких зразків визначається Кабінетом Міністрів України;
- 4) проводити контрольні перевірки правильності розрахунків із споживачами

за реалізовану продукцію, у тому числі харчові продукти, відповідно до закону;

5) одержувати безоплатно від суб'єктів господарювання, що перевіряються, копії необхідних документів, які характеризують якість продукції, сировини, матеріалів, комплектуючих виробів, що використовуються для виробництва цієї продукції;

6) Пункт 6 частини першої статті 26 Закону України Про захист прав споживачів виключено на підставі Закону № 124-VIII від 15.01.2015[43].

7) забороняти суб'єктам господарювання реалізацію споживачам продукції:

а) підпункт «а» пункту 7 частини першої статті 26 Закону України Про захист прав споживачів виключено на підставі Закону № 124-VIII від 15.01.2015[43];

б) яка підлягає обов'язковій сертифікації в державній системі сертифікації, але в документах, згідно з якими її передано на реалізацію, відсутні реєстраційні номери сертифіката відповідності або свідоцтва про визнання відповідності; (підпункт «б» пункту 7 частини першої статті 26 Закону України Про захист прав споживачів виключено на підставі Закону № 124-VIII від 15.01.2015[43]);

в) Підпункт "в" пункту 7 частини першої статті 26 Закону України Про захист прав споживачів виключено на підставі Закону № 124-VIII від 15.01.2015[43];

г) забороняти суб'єктам господарювання реалізацію неправильно маркованих харчових продуктів або непридатних харчових продуктів;

г) яка є фальсифікованою;

8) приймати рішення про:

а) припинення суб'єктами господарювання сфери торгівлі і послуг реалізації та виробництва продукції, що не відповідає вимогам нормативно-

правових актів стосовно безпеки для життя, здоров'я та майна споживачів і навколишнього природного середовища, - до усунення виявлених недоліків;

а) Підпункт «а» пункту 8 частини першої статті 26 із змінами, внесеними згідно із Законом України Про захист прав споживачів виключено на підставі Закону № 124-VIII від 15.01.2015[43];

б) тимчасове припинення діяльності суб'єктів господарювання сфери торгівлі (секцій, відділів), послуг складів підприємств оптової і роздрібною торгівлі та організацій незалежно від форми власності, що систематично реалізують товари неналежної якості, порушують правила торгівлі та надання послуг, умови зберігання та транспортування товарів, - до усунення виявлених недоліків;

8) Пункт 8 частини першої статті 26 Закону України Про захист прав споживачів виключено на підставі Закону № 124-VIII від 15.01.2015[43];

9) опломбовувати у порядку, передбаченому законодавством, виробничі, складські, торговельні та інші приміщення суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, а також несправні, з неправильними показаннями, з пошкодженим повірочним тавром або без нього, чи з таким, строк дії якого закінчився, засоби виміральної техніки, за допомогою яких здійснюється обслуговування споживачів, з подальшим повідомленням про це центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері метрологічного нагляду (Пункт 9 частини першої статті 26 із змінами, внесеними згідно із Законами № 5463-VI від 16.10.2012, № 1314-VII від 05.06.2014);

10) подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів;

11) передавати матеріали перевірок на дії осіб, що містять ознаки кримінального правопорушення, органам досудового розслідування (пункт 11 частини першої статті 26 із змінами, внесеними згідно із Законом № 4652-VI від 13.04.2012);

12) накладати на винних осіб у випадках, передбачених законодавством, адміністративні стягнення.

Справи про адміністративні правопорушення розглядаються за місцезнаходженням центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, а на території Автономної Республіки Крим - органу виконавчої влади Автономної Республіки Крим у сфері захисту прав споживачів;

13) накладати на суб'єктів господарювання сфери торгівлі і послуг, у тому числі ресторанного господарства, стягнення, передбачені [статтею 23](#) цього Закону, в порядку, що визначається Кабінетом Міністрів України.

2. Результати перевірок суб'єктів господарювання службовими особами центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, оформлюються відповідними актами.

Органи місцевого самоврядування з метою захисту прав споживачів мають право створювати при їх виконавчих органах структурні підрозділи з питань захисту прав споживачів, які вправі:

1) розглядати звернення споживачів, консультувати їх з питань захисту прав споживачів;

2) аналізувати договори, що укладаються продавцями (виконавцями, виробниками) із споживачами, з метою виявлення умов, які обмежують права споживачів;

3) у разі виявлення продукції неналежної якості, фальсифікованої, небезпечної для життя, здоров'я, майна споживачів і навколишнього природного середовища терміново повідомляти про це центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного

контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів, інші органи, що здійснюють контроль і нагляд за якістю і безпекою продукції;

4) у разі виявлення фактів реалізації продукції, яка не супроводжується необхідною, доступною, достовірною, своєчасною інформацією та відповідними документами, або продукції з простроченим строком придатності - тимчасово зупиняти реалізацію продукції до пред'явлення інформації, супровідних документів або припиняти її реалізацію;

5) готувати подання до органу, який видав дозвіл на провадження відповідного виду діяльності, для вирішення питання про тимчасове зупинення його дії чи про дострокове анулювання у разі систематичного порушення прав споживачів;

6) подавати до суду позови щодо захисту прав споживачів [42].

1.3 Споживчий ринок в системі забезпечення сталого соціально-економічного розвитку України

Споживчий ринок безпосередньо впливає на процес соціалізації економіки і суспільства - це з одного боку. Однак, з іншого боку, функціонування споживчого ринку істотною мірою залежать від рівня соціалізації економіки країни і розвитку суспільних відносин, основу яких становлять виробничі зв'язки, відносини власності, економічна свобода суб'єктів споживчого ринку, баланс між ринковою ефективністю та соціальною справедливістю. Ця залежність виражається через соціальну орієнтацію споживчого ринку, ознаками якої виступають якісні параметри розвитку його суб'єктів, відносини між ними, результати їх взаємодії, ефективність функціонування, гуманістичне спрямування. Соціалізація споживчого ринку реалізується шляхом: збільшення обсягів національного виробництва споживчих товарів і послуг як передумови соціального розвитку населення; забезпечення соціально-економічної стабільності – підтримки стабільного рівня цін і тарифів, підвищення рівня зайнятості, збалансованості

обсягів попиту і пропозиції на споживчі товари і послуги; досягнення соціальної справедливості – справедливого розподілу доходів, забезпечення за прийнятними цінами споживчою продукцією відповідної якості соціально незахищеного населення; дотримання на всіх стадіях суспільного відтворення соціальних норм і нормативів, екологічних стандартів, стандартів якості продукції; забезпечення повної та достовірної інформованості споживачів про якість продукції, що забезпечить їм свободу вибору; створення сприятливих умов для задоволення працівників, зайнятих у виробництві споживчої продукції, своєю працею [46] .

Визначальним чинником, який, з одного боку, формується на основі ефективного функціонування споживчого ринку, а з іншого – здійснює вагомий вплив на суспільно-економічне відтворення та економічне зростання, є людський капітал. Так, споживчий ринок забезпечує задоволення різноманітних потреб людини, структура яких нині динамічно змінюється [46]. .

У свою чергу, через формування людського капіталу та підвищення його якості, споживчий ринок здійснює позитивний вплив на темпи економічного зростання. Концепція людського капіталу дає змогу поєднати вирішення питань виробництва та обміну товарів і послуг з розв'язанням проблем формування і використання здібностей і можливостей людей. Теоретичну модель взаємозв'язку споживчого ринку, людського капіталу та економічного зростання представлено на рисунку 1.

Функціонування і розвиток внутрішнього споживчого ринку відбувається під істотним впливом глобалізаційних процесів і виявляється у таких основних формах, як: розширення міжнародних потоків товарів і послуг; збільшення кількості придбаних або об'єднаних торговельних підприємств за участю транснаціональних мереж; наявність укладених угод про міжнародну співпрацю; розвиток системи міжнародного захисту внутрішнього ринку в рамках СОТ; виникнення глобальних систем транспорту, комунікацій і логістики та ін. [46].

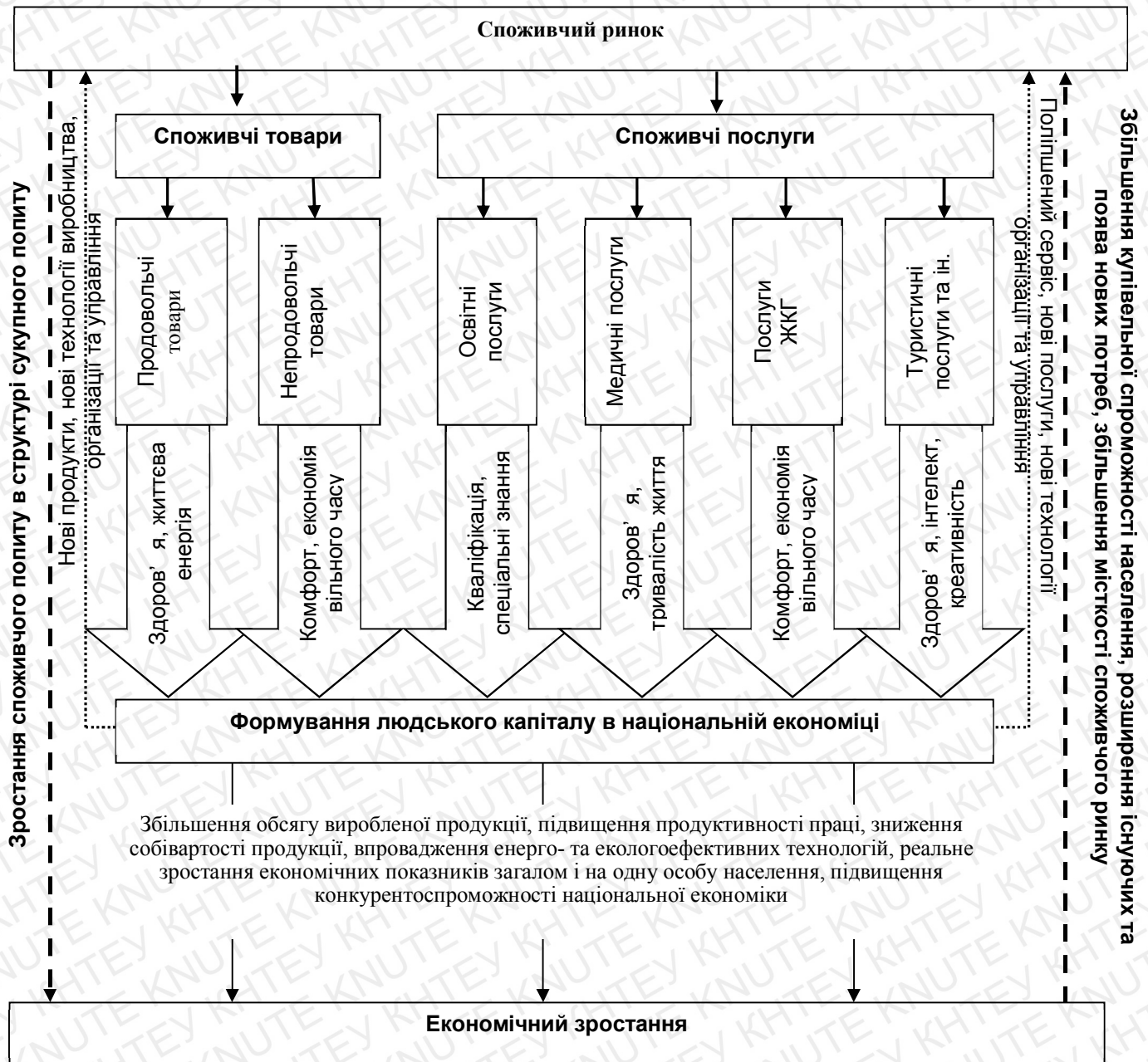


Рис.1.1 Теоретична модель взаємозв'язку споживчого ринку, людського капіталу та економічного розвитку

розроблено автором на основі даних [45]

Етапи прийняття рішення на споживчому ринку про купівлю товару:

- визначення проблеми (покупець усвідомлює потребу в певному товарі);
- пошук інформації (де купити і за якою ціною);
- оцінка варіантів (вибір пріоритету);
- рішення про купівлю;

— реакція на покупку.

Характеристика ринків [42]

Таблиця 1.2

Показники	Споживчий ринок	Промисловий ринок	Ринок посередників
1	2	3	4
Кількість покупок	велика, що зумовлено орієнтацією на споживача як на особистість	порівняно менша, що зумовлено співпрацею з компаніями - виробниками товарів широкого вжитку та великими посередниками	дуже велика, що зумовлено продажем товарів широкого асортименту різних виробників і вимагає співпраці з виробниками та споживачами як індивідуумами
Тип покупок	дрібні	великі	дрібні та великі
Взаємовідносини між продавцем і споживачем	нетісні	тісні	з виробниками - тісні, зі споживачами - нетісні
Концентрація споживачів	сегментація ринку за демографічним, психографічним, поведінковим принципами	географічна концентрація споживачів	сегментація ринку з виробником - за географічним принципом, зі споживачем - за демографічним, психографічним, поведінковим принципами
Природа формування попиту	людські потреби	похідний попит, який є наслідком формування попиту на товари широкого вжитку	людські потреби та похідний попит, який є наслідком формування попиту на товари широкого вжитку
Еластичність попиту на товар	еластичний попит	нееластичний попит	еластичний попит
Рівень професіоналізму споживачів	непрофесіонали	агенти-професіонали, обов'язками яких є запит прейскурантів, пропонування та укладання контрактів	непрофесіонали
Джерело впливу на рішення про купівлю товару споживачем	власне бажання та потреба споживача	технічні експерти, торговельні представники, представники вищого керівництва компанії	власне бажання та потреби спо
Вид купівлі	купівля через посередників	пряма та взаємна купівля	пряма купівля
Інші види показників застосування лізингу		• застосування лізингу • явище акселерації, коли попит на промислові товари (1) коливається значно більше, ніж попит на товари широкого вжитку (2), який його зумовив: • географічна концентрація	

Висновок до розділу 1

У науковій літературі є багато визначень категорії «споживчий ринок», на нашу думку найбільш вдалим визначення споживчого ринку є: «споживчий ринок – це система економічних взаємовідносин, які реалізуються через економічні потреби і відображаються через попит,

пропозицію і ціну та які розвиваються у бік їх інтенсифікації». У науковій літературі споживчий ринок часто ототожнюється з ринком споживчих товарів, що є науково некоректним. У розділі першому наведенні спідні та відмінні риси цих двох ринків.

У даному розділі було досліджено регулювання споживчого ринку України, який регулюється Законом України «Про захист прав споживачів» від 15.12.93. Даний закон регулює відносини між виробником та споживачем, установлює права споживачів, визначає механізм захисту споживачів. Державний захист прав споживачів зводиться до надання можливості вільного вибору товару, одержання знань і кваліфікації в процесі придбання товару (як їм користуватися), придбання товару законним способом та забезпечення захисту.

Також, важливо зазначити, що споживчий ринок безпосередньо впливає на процес соціалізації економіки і суспільства - це з одного боку. Однак, з іншого боку, функціонування споживчого ринку істотною мірою залежать від рівня соціалізації економіки країни і розвитку суспільних відносин, основу яких становлять виробничі зв'язки, відносини власності, економічна свобода суб'єктів споживчого ринку, баланс між ринковою ефективністю та соціальною справедливістю.

Отже, вивчення сучасних особливостей розвитку українського споживчого ринку та виявлення суперечностей, зумовлених переважно нестабільністю загальноекономічної ситуації, недосконалістю чинного законодавства, глобальними економічними ризиками, вимагають пошуку ефективних шляхів подальшого розвитку. Оскільки споживчий ринок є соціально орієнтованою системою, важлива роль у цьому процесі належить державі, яка поки ще не має цілісної дієвої державної політики вирішення системних проблем розвитку, зокрема ринку споживчих товарів.

РОЗДІЛ 2

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧИМ РИНКОМ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

2.1. Сучасний стан та проблеми законодавчого забезпечення функціонування системи державного регулювання в Україні

Споживчий ринок, як і економіка України, характеризується нестійкою динамікою з певним погравленням та наступним гальмуванням зростання, що зумовлено різноманітними чинниками в певні періоди розвитку. За весь час ринкових перетворень економіка України в основному вичерпала можливості інерційного зростання та має глибокі структурні диспропорції – значну частку технічно та технологічно відсталого виробництва з високим ступенем зношеності основних фондів, низький рівень використання виробничих потужностей, високу енерго- та ресурсоемність, низький рівень упровадження інновацій та використання науково-технічного потенціалу, високу імпортозалежність та експортосировинну залежність. Такі фундаментальні макроекономічні дисбаланси в економіці України гостро проявилися під час чергової фінансово-економічної кризи. Так, на тлі мінімальної інфляції зросли кредитні ставки до 30%, державний борг України збільшився за останні п'ять років майже в 6 разів та складає більше за 500 млрд грн, тобто близько 35% ВВП, що є критичним показником для розвитку економіки будь-якої держави в умовах постійного зростання бюджетних видатків при відсутності зростання ВВП, системних реформ і реального бажання покласти край всепоглинаючій корупції, розкраданню та кумівству, які панують у всіх сферах економіко-політичного життя держави. Таким чином, економіка 2013 року характеризується як депресивна внаслідок попереднього спаду виробництва, зниження обсягів зовнішньоторговельних операцій, зменшення споживчого попиту через скорочення реальних доходів населення, зростання цін, згорання споживчого кредитування не тільки на період кризи, а й у

посткризовому 2012 році, коли зафіксована офіційна дефляція 0,2%, що в усьому цивілізованому світі вважається небезпечним сигналом. Оскільки споживчий ринок та показники його розвитку є віддзеркаленням загальноекономічної ситуації та формуються під істотним її впливом, до основних відмінних особливостей споживчого ринку через призму характерних тенденцій віднесено наступні [47, С. 35].

- висока імпортна залежність споживчого ринку;
- зростання обсягів поставок нелегальної, контрабандної та фальсифікованої продукції негативно впливає не тільки на розвиток споживчого ринку, але й на конкурентоспроможність та безпеку національної економіки;
- надмірне адміністративне втручання в господарську діяльність суб'єктів споживчого ринку, особливо під час кризових спадів, за умов відсутності механізмів співпраці між органами державного нагляду та підприємцями, єдиного підходу до контролю продукції від моменту її виходу на ринок до продажу споживачеві;
- розшарування споживчих витрат за групами споживачів унаслідок кардинальної поляризації населення з точки зору доходів, купівельної спроможності.

Сьогодні в Україні на ринку будь-яких товарів відбувається дуже серйозний поділ суспільства з практично повним зникненням середнього класу, бідні стали ще біднішими, а середній клас наблизився до рівня малозабезпечених громадян. Більшість українських споживачів усе частіше віддають перевагу порівняно дешевим сегментам споживчих товарів. Водночас продажі середнього та преміального цінового сегментів, рентабельність виробництва яких вища, навпаки, скорочуються. Від цього виробники та торговельні посередники зазнають збитків, які, імовірно будуть тільки збільшуватися, оскільки рецесія, що нині простежується на споживчому ринку України, напевне триватиме ще не один рік; – зміна структури споживання. Протягом 2008–2009 рр., із настанням кризи, в умовах зменшення доходів, середній і матеріально незабезпечений класи відразу ж відмовилися

від великих покупок – квартир, машин тощо, але не хотіли заощаджувати на харчах, одягу, розважальних заходах, багаті стали споживати будь-що рідше. Восени 114 2009 р. відбувся своєрідний якісний стрибок у споживанні: зменшилася не тільки кількість споживаної продукції, а й відбувся її перехід на якісно інший рівень. Люди почали купувати дешевші товари [48]. Із 2010 р. намітилася певна стабілізація і навіть зростання споживання, яке почалося згори донизу: багаті почали «підніматися», причому набагато швидше, ніж ті, хто знаходиться на середніх чи нижніх соціальних щаблях. Наприклад, частка витрат на продуктовий набір у багатих людей складала близько 3% доходів, сьогодні вона зросла до 6...10%; у малозабезпечених частка продуктового кошика та комунальних платежів сьогодні складає 70...80% доходів; продажі автомобілів в Україні знизились на 87%, а середня українська родина споживає м'яса вдвічі менше, ніж сім'я з високим статком [49];

– диференціація доходів населення викликає диференціацію нових потреб, що у свою чергу є об'єктивним чинником диференціації товарної маси за споживчими характеристиками; – ігнорування споживчих уподобань та порушення стандартів і державних гарантій мінімальних потреб людини. Економіка України орієнтується на державу як центр можливої мобілізації, але ігнорує пересічних громадян як джерело національного багатства [50]. Вивчення динаміки та структури споживчого кошика засвідчило невідповідність і непропорційність кількості та вартості закладених у нього споживчих товарів і послуг економічним реаліям життя та можливостям населення щодо їх придбання. Фактична структура споживання населення далека від раціональної, не є досконалою і не враховує зміну суспільних уявлень про мінімально необхідні стандарти витрат на життя, що у свою чергу викликає недовіру до офіційних показників цінової динаміки. Неадекватність законодавчо встановленого і фактичного прожиткового мінімуму породжує дезорієнтацію в соціальній політиці загалом і в політиці забезпечення доходів населення зокрема. Середній показник шкали доходів населення за деякими видами економічної діяльності менший за вартість споживчого кошика, його

забезпечення не гарантує забезпечення конституційних прав громадян [51];

– зростання конкуренції у сфері торгівлі споживчими товарами, що має переважно локально-територіальний характер, характеризується високим рівнем регіональності. Але в масштабах країни ринок далекий від насичення якісним ритейлом, достатньою кількістю торговельного посередництва, суб'єктів інфраструктурного забезпечення. Незважаючи на те, що на національному рівні є багато відомих торговельних мереж, марок, товарних знаків, в окремо взятому регіоні є свій «локальний» лідер. Для споживача надзвичайно важливо, щоб продукція була «вироблена тут, в цьому регіоні» («своя», «рідна»); – переорієнтація попиту на сучасні формати торгівлі, що відбивається на тенденціях закриття ринків. Із 2009 їх кількість зменшилась із 2761 до 2647 одиниць у 2012 р. [52].

На ринках закриваються точки з дорогими товарами, оскільки бідні не можуть його купувати, а заможні обирають фірмові магазини [53]. За результатами досліджень компанії GfK Ukraine взагалі українці віддають перевагу магазинам із самообслуговуванням. У 2016 р. 78% мешканців міст із населенням понад 50 тисяч чоловік здійснювали основну частину закупівель у супер-, гіпермаркетах і «магазинах поблизу дому» (проти 68% у 2015 р.), із них 45% – у супермаркетах і 25% – у невеликих магазинах із самообслуговуванням (проти 39 % і 16% у 2008 р.), що зумовлено падінням популярності закупівель на ринках (з 22 до 15%) і зниженням прихильності до гіпермаркетів (з 13 до 8%) [52];

– бурхливий розвиток електронної торгівлі споживчими товарами, що являє собою широкий набір інтерактивних методів ведення діяльності з надання споживачам товарів та послуг;

– створення та розвиток виробниками власних фірмових мереж, оскільки роздрібна мережа не здатна забезпечити споживачам широкий вибір товарів за конкурентоспроможними цінами й гарантувати якість обслуговування, опанування практикою брендінгу.

Отже, вивчення сучасних особливостей розвитку українського споживчого

ринку та виявлення суперечностей, зумовлених переважно нестабільністю загальноекономічної ситуації, недосконалістю чинного законодавства, глобальними економічними ризиками, вимагають пошуку ефективних шляхів подальшого розвитку. Оскільки споживчий ринок є соціально орієнтованою системою, важлива роль у цьому процесі належить державі, яка поки ще не має цілісної дієвої державної політики вирішення системних проблем розвитку, зокрема ринку споживчих товарів. Низка державних програм, які було прийнято під час кризи та після неї продемонстрували неможливість їх повної реалізації внаслідок відсутності належного фінансування, зважаючи на зростаючий дефіцит державного бюджету, пікові виплати за держборгом, обмеження лімітів МФО з кредитування України та 24ін. Таким чином, забезпечення позитивних тенденцій розвитку можливе лише завдяки державній підтримці та її активному втручанні в економіку споживчого ринку. У цьому розумінні позитивним є прийняття урядом Державної програми активізації розвитку економіки на 2016–2017 роки [54], яка спрямована на вирішення поточних завдань розвитку з одночасним закладенням підґрунтя для масштабних 116 прогресивних перетворень внутрішнього виробництва і всієї національної економіки. Для нормального подальшого розвитку споживчого ринку доцільно скоригувати економічну політику на державному та регіональному рівнях щодо підвищення купівельної спроможності за рахунок зростання доходів населення, подолання диспропорцій у галузевій і національній структурі споживчого ринку, зменшення його регіональної диференціації за рівнем розвитку, удосконалення цінового регулювання, подолання інфляційних очікувань, розвитку конкурентного середовища на ринку товарів, робіт і послуг, раціоналізації товарних потоків із комплексом протекціоністських заходів, обмеження експансії іноземних товарів. Пріоритетним напрямом, на наш погляд, на сучасному етапі розвитку є забезпечення внутрішнього споживчого ринку вітчизняними конкурентоспроможними товарами й поступове витіснення з нього імпортних товарів низької якості, підвищення якості надаваних послуг, що сприятиме

зростанню доходів як споживачів, так і виробників, а відтак, стимулюватиме зростання споживчого ринку і, як наслідок, ділової активності та споживчої культури на вітчизняних теренах [49, с. 35]. Такі та інші перспективні напрями ефективної трансформації споживчого ринку України визначено також авторами робіт [54-56]. Крім того, вважаємо пріоритетним створення умов для розвитку цивілізованої конкуренції в рамках культури підприємництва та споживчої культури й освіти населення.

2.2. Аналіз практики регулювання споживчого ринку України

Розвиток політики сучасного споживчого ринку повинен ураховувати пріоритетний ланцюг відповідних взаємовідносин: «споживач – виробник – держава». Споживчий ринок, як і економіка України, характеризується нестійкою динамікою з певним погравленням та наступним гальмуванням зростання, що зумовлено різноманітними чинниками в певні періоди розвитку. Споживчий ринок є надзвичайно мінливим, різноманітним та важливо зазначити, що цей ринок є досить динамічним. Найважливішою проблемою сьогодення є необхідність перегляду та зміни стратегічних підходів щодо взаємовідносин споживача, виробника та держави, адже саме ці відносини визначають ступінь розвитку країни, рівень задоволення та добробуту населення. Оптимальний та сучасний ланцюг «споживач – виробник – держава» передбачає створення економіко-правової і організаційної основи, яка забезпечує захист і розвиток підприємництва і конкуренції, правовий захист і розвиток усіх форм власності виробництва з боку держави, рівноправні умови функціонування виробника на ринку споживчих товарів і послуг населенню, захист прав споживачів і їх активного впливу на споживчі характеристики та якість товарів і послуг [9].

Таблиця 2..1

Порівняльна характеристика товарної структури роздрібного товарообороту підприємств по продовольчих та непродовольчих товарах у 2016-2017 роках

[таблиця сформована на основі даних 26,28]

Роздрібний товарооборот						
	2016 року			2017 року		
	тис. 26іні.	у % до підсумку	на одну особу, 26іні.	тис. 26іні.	у % до підсумку	на одну особу, 26іні.
М'ясо та птиця свіжі та заморожені	12255048,4	2,2	287,2	12535669,9	2,1	295,1
Молоко та продукти молочні	12454602,9	2,2	291,9	14326189,4	2,4	337,2
Масло вершкове	3057788,9	0,5	71,7	3234269,5	0,6	76,1
Яйця	3606145,1	0,6	84,5	3974851,3	0,7	93,6
Олії рослинні	3194877,2	0,6	74,9	3054007,9	0,5	71,9
Цукор	2379980,3	0,4	55,8	2785104,0	0,5	65,6
Борошно	1192683,1	0,2	27,9	1117892,9	0,2	26,3
Крупи	3645337,7	0,7	85,4	4134608,1	0,7	97,3
Свіжі овочі	6180747,5	1,1	144,8	7208386,1	1,2	169,7
Горілка та вироби лікєро-горілчані	12406062,8	2,2	290,7	12182471,5	2,1	286,7

Напої слабоалкогольні	1351424,9	0,2	31,7	1444570,7
Вина	5450297,6	1,0	127,7	5805396,5
Пиво	11934471,0	2,1	279,7	12047073,8
Напої безалкогольні	7656075,3	1,4	179,4	8545311,7
Чай, кава, какао та прянощі	8420898,5	1,5	197,3	9034855,2
Сіль	239424,4	0,0	5,6	293085,2
Вироби тютюнові	32942398,1	5,9	772,0	18107449,3
Продовольчі товари	227902438,0	41,0	5340,7	233204128,1
Товари текстильні та галантерея	1747383,2	0,3	40,9	1835405,4
Одяг та білизна з тканин	10642497,4	1,9	249,4	12482728,4
Головні убори	239232,9	0,0	5,6	174210,0
Взуття	5590471,0	1,0	131,0	5784295,5
Шкіряні вироби та дорожні приналежності	355750,7	0,1	8,3	421757,5
Годинники та вироби ювелірні	384504,6	0,1	9,0	281160,0
Книги, газети та журнали	2591786,7	0,5	60,7	1471740,1
Автомобілі та автотовари	44502698,9	8,0	1042,9	47486078,7
Меблі	2541983,2	0,5	59,6	3354426,5
Килими, покриття для підлоги та стін	4078290,8	0,7	95,6	5083333,7
Бензин моторний	46085758,0	8,3	1080,0	36671838,5
Квіти, рослини та насіння	530431,2	0,1	12,4	654750,9
Непродовольчі товари	328072928,0	59,0	7688,2	353125938,9
Усі товари	555975366,0	100,0	13028,9	586330067,0

Що стосується 2018 року, то споживчий ринок України накрила чергова хвиля зростання цін, зокрема, на продукти харчування, бензин, ліки і товари першої необхідності, влада регулярно знижує ті чи інші макроекономічні показники в офіційних релізах. Наприклад, систематично вносяться зміни в методології підрахунку тих чи інших параметрів. Так, Держстат в лютому 2018 року темпи зростання цін на споживчому ринку в порівнянні з січнем зменшилися. Але темпи підвищення цін на споживчому ринку України залишаються більш ніж істотними. У відомстві зазначають, що тільки в перші два місяці 2018 го споживча інфляція склала 2,4%. У порівнянні з попереднім місяцем, в річному вимірі також зафіксовано незначне уповільнення інфляції – з 14,1% (січень 2018 року по січень 2017 го) до 14% (лютий 2018 року до лютого 2017-го року) подібної інфляції немає ніде в світі, за винятком яка переживає кризу Венесуели. Така інфляційно-девальваційна спіраль привела до того, що офіційний зростання цін в Україні за підсумками 2016 року було зафіксовано на позначці 12,4%, в 2017-му – 13,7%, в січні – лютому 2018 року – 2,4%. Безперечно, це вкрай негативно позначилося на рівні купівельної спроможності і платоспроможності населення України[30]. Через зростання цін на продукти харчування за межею бідності опинилися 100 млн осіб по всьому світу. Подорожчання продовольства – основна причина глобального зростання цін. Торік спостерігався сплеск інфляції: у Європі, США, Азії та Австралії був неврожай зерна. Світовий збір пшениці становив 593 млн т проти прогнозних 614 млн т [22].

На споживчому ринку по Україні у квітні 2018 року ціни на продукти харчування та безалкогольні напої зросли – на 1,1 %. В минулому 2017 році ціни на практично всі основні види продуктів харчування досить швидко зростали, в середньому на 18-20%. Більше подорожчали м'ясні продукти – на 32-44%. Ціни на овочі залежали від сезону, але і тут вони все одно вищі, ніж були рік тому. У 2018 році подорожчання продуктів продовжиться. Причиною цьому економісти називають інфляційні процеси. За прогнозом Асоціації

фермерів і землевласників України, найпершими у новому році подорожчають м'ясо та молоко. Причому за рік, до кінця 2018, ці продукти подорожчають на четверть порівняно з нинішніми цінами. І навіть виробники курятини, які мають гарну рентабельність, «підганятимуть» вартість своєї продукції під вартість дорогої свинини, спрогнозував керівник Асоціації фермерів Іван Томич. А восени цього року слід чекати також значного подорожчання молочної продукції. У Всеукраїнській асоціації постачальників торгівельних мереж також попереджають про подорожчання соціальних сортів хліба, на 7-8% від сьогоднішніх 12 гривень за кілограм, чому сприятиме, знову ж таки, ріст «29іні малки». А ще у 2018 році експерти очікують на подорожчання картоплі та капусти – на 8-10%[1]. На сайті Міністерства економічного розвитку та торгівлі України є платформа ефективного розвитку на якій є інфляційний барометр онлайн-ціна на соціально значущі товари Станом на 31 травня 2018 року найбільше зросла ціна на моркву на 11,32, що становить 189,69% росту і дорівнює 17,29 грн., буряк 12,22 грн ,що зріс на 112,52% . Зменшилася ціна на гречану крупу та цукор і становить 19,17 грн за кг та а цукор 15,31 грн за кілограм, ціна знизилася відповідно на 5,78 грн. на гречану крупу та 1,52 грн. на цукор[27]. В результаті дослідження можна зробити висновок, що в цілому торгівельна галузь України має позитивну динаміку розвитку. Збільшення обсягів товарної структури роздрібного товарообороту підприємств по непродовольчих так і продовольчих товарах дає додатковий поштовх в розвитку економіки країни в цілому. Але переважання на ринку іноземних товарів не стимулює вітчизняне виробництво, оскільки національні виробники знаходяться в нерівних конкурентних умовах. В складних кризових умовах позитивним є те, що вітчизняні виробники почали користуватися більшим попитом на свою продукцію порівняно з іноземними товаровиробниками. Однак необхідно зазначити, що переважна більшість об'єктів господарювання в галузі торгівлі стикаються в дуже високим рівнем конкуренції, однак форми роботи залишаються незмінними.

Слід зазначити, що постановою від 7 червня 2017 року № 394 «Про

внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. №1548 та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України», якою скасовано державне регулювання цін на продовольчі товари та послуги на ринках. З 1 липня 2017 року скасовується державне регулювання цін на продовольчі товари та послуги в частині встановлення: торговельних надбавок не вище 15 відсотків до оптової ціни виробника (митної вартості) на 15 груп товарів, таких як борошно, хліб, макаронні вироби, крупи, цукор, яловичину, свинину і м'ясо птиці, ковбасні вироби варені, молоко, сир, сметану, масло вершкове, олію соняшникову, яйця курячі та декларування зміни оптово-відпускних цін на 13 груп товарів таких як борошно пшеничне вищого, першого і другого сорту, борошно житнє обдирне, крупи гречані, яловичину, свинину, м'ясо птиці (тушка), ковбасні вироби варені, крім вищого сорту, молоко коров'яче питне пастеризоване, фасоване у плівку), сир кисломолочний з вмістом жиру до 9 відсотків, сметану з вмістом жиру до 20 відсотків, масло вершкове з вмістом жиру до 72,5 відсотка, яйця курячі, цукор-пісок, олію соняшникову – це є наслідками державного регулювання. Необхідно зазначити, що скасуванню державного цінового регулювання на продовольчі товари передував пілотний проект, яким з 1 жовтня 2016 року було призупинено державне регулювання цін на наведені вище товари та послуги, відповідно до постанови КМУ від 22 вересня 2016 р. №656. На Держпродспоживслужбу покладено функції із здійснення державного нагляду(контролю) за дотриманням вимог формування, встановлення та застосування державних регульованих цін. Оскільки цінове регулювання на продовольчі товари скасовано, суб'єкти господарювання формуватимуть ціни у режимі вільного ціноутворення, в залежності від попиту та пропозицій на споживчому ринку[31].

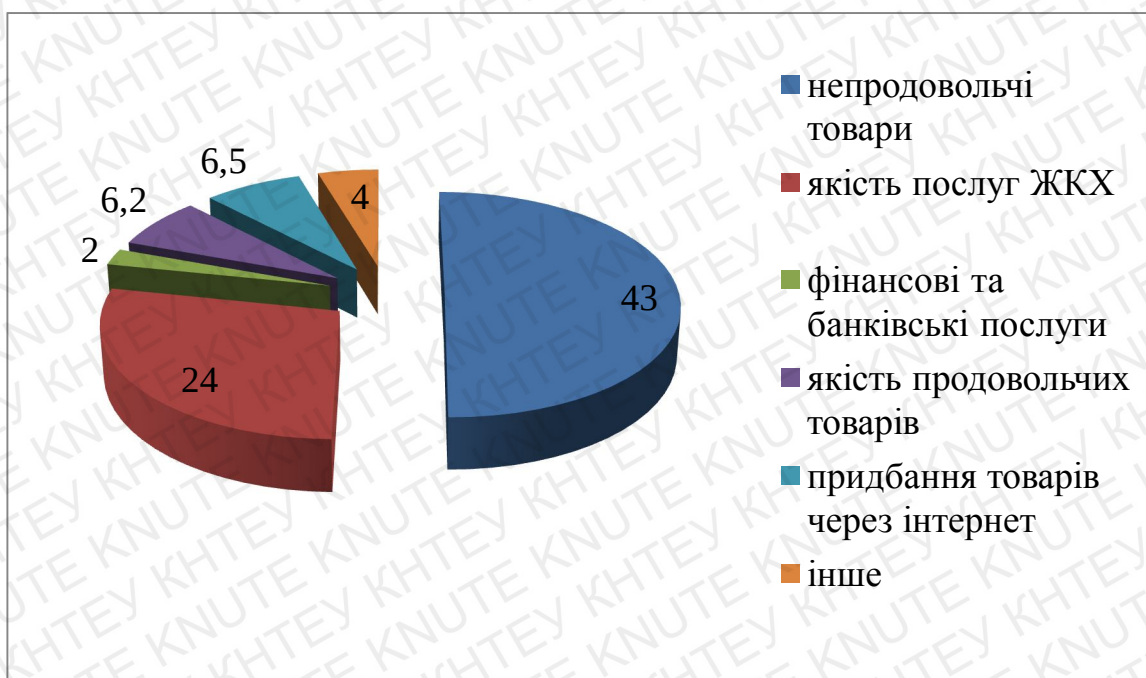


Рис. 2.2 Підстави для звернення споживачів станом на 2017 рік[63]

Як видно з рис 2.2 основними підставами в 2017 році були неякісні непродовольчі товари та якість рослуг ЖКХ.

2.3. Аналіз досвіду зарубіжних країн щодо державного регулювання споживчого ринку України

У різних країнах у різних історичних умовах використовувалися різноманітні моделі й концепції розвитку споживчого ринку, тому загальноприйнятий макроекономічний підхід, застосовуваний до країн із перехідною економікою, зокрема пострадянських європейських держав, таких як Україна, виявився зовсім неефективним. Для подолання затяжної кризи в і переходу до стійкого зростання актуальним є розвиток інституцій вільного споживчого ринку, заснованих на відповідних концептуальних положеннях, що враховують ряд макроекономічних та мікроекономічних показників[8]. Якщо розглянути регулювання споживчого ринку закордоном, то найбільш рельєфно виступає механізм функціонування споживчого ринку в умовах американського суспільства. При цьому основу економічної політики складає обґрунтований вибір пріоритетів державної підтримки, якою на сьогодні в США користуються технічно передові галузі промислового виробництва, що забезпечують країні пріоритетне положення у світі. Для підтримки

національної переваги у високотехнологічних виробництвах США розробили ефективну науково-дослідну політику, результатом якої є створення найбільш комфортних умов розвитку основної складової продуктивних сил суспільства, а саме людини [21].



Рис.2.3 Механізм взаємозв'язку рівноваги національного і світового споживчого ринку [21]

Механізм захисту внутрішнього споживчого ринку, який проілюстрований на рис. 2.1 сприяє забезпеченню зовнішньоторговельного балансу, що повинен бути спрямований на створення рівноправних умов господарювання для вітчизняних та іноземних товаровиробників і їхній ефективний захист від несумлінної конкуренції. Механізм захисту внутрішнього споживчого ринку дозволяє:

- сформувати ефективне конкурентне середовище на споживчому ринку;
- стимулювати розвиток вітчизняних виробників;
- захищати внутрішній споживчий ринок від імпортої недоброякісної продукції;

- сформувати патріотизм споживання вітчизняної продукції. Розвитку сфери виробництва з урахуванням потреб і фінансових можливостей покупців [15].

Держава активно здійснює аналіз роботи ринків з продажу продовольчих і непродовольчих товарів, надає пропозиції щодо розширення стаціонарної мережі підприємств побуту, в тому числі в сільській місцевості, впровадження нових видів побутових послуг та виїзної форми обслуговування населення, надання методичної і практичної допомоги місцевим органам влади та підприємствам торгівлі усіх форм власності[24]. В таблиці 1, яка наведена нижче наведена порівняльна характеристика товарної структури роздрібного товарообороту підприємств по продовольчих та непродовольчих товарах у 2016-2017 роках. Основною тенденцією розвитку роздрібного товарообороту є нарощування обсягів продажу, і в першу чергу – за рахунок зростання цін. Аналізуючи таблицю, можна зробити висновок, що у 2017 році зріс товарооборот на певні групи товарів, а саме м'ясо, молоко та яйця. Роздрібний товарооборот формується як результат великої кількості окремих актів купівлі-продажу різноманітних за споживчими властивостями і призначенням товарів. У 2017 року в Україні зберігається тенденція до нарощування товарної структури роздрібного товарообороту підприємств по продовольчих товарах, індекс фізичного обсягу якого у січні поточного року порівняно з відповідним місяцем 2016 року склав 103,1%[8]. За обсягами виробництва найважливіших видів сільськогосподарської продукції в розрахунку на душу населення серед країн СНД Україна займає переважно провідні місця: друге місце по картоплі і молоку, третє – по зерну і яйцях, четверте – по м'ясу і лише по овочах, плодах і ягодах – відповідно шосте та восьме місця. Середній інтегрований показник по розглянутих видах сільськогосподарської продукції виводить Україну на друге місце після Білорусі. Тобто, Україна, порівняно з іншими країнами СНД, потенційно має надлишок основних видів сільськогосподарської продукції, що створює економічні передумови для підтримання і розвитку експорту продукції

харчової промисловості до цих країн. [15].

Висновок до розділу 2

Споживчий ринок, як і економіка України, характеризується нестійкою динамікою з певним пожвавленням та наступним гальмуванням зростання, що зумовлено різноманітними чинниками в певні періоди розвитку. Отже, вивчення сучасних особливостей розвитку українського споживчого ринку та виявлення суперечностей, зумовлених переважно нестабільністю загальноекономічної ситуації, недосконалістю чинного законодавства, глобальними економічними ризиками, вимагають пошуку ефективних шляхів подальшого розвитку. Оскільки споживчий ринок є соціально орієнтованою системою, важлива роль у цьому процесі належить державі, яка поки ще не має цілісної дієвої державної політики вирішення системних проблем розвитку, зокрема ринку споживчих товарів. Низка державних програм, які було прийнято під час кризи та після неї продемонстрували неможливість їх повної реалізації внаслідок відсутності належного фінансування, зважаючи на зростаючий дефіцит державного бюджету, пікові виплати за держборгом, обмеження лімітів МФО з кредитування України та ін. Державної програми активізації розвитку економіки на 2016–2017 роки, яка спрямована на вирішення поточних завдань розвитку з одночасним закладенням підґрунтя для масштабних прогресивних перетворень внутрішнього виробництва і всієї національної економіки.

. У 2018 році подорожчання продуктів продовжиться. Причиною цьому економісти називають інфляційні процеси. За прогнозом Асоціації фермерів і землевласників України, найпершими у новому році подорожчають м'ясо та молоко. В результаті дослідження можна зробити висновок, що в цілому торгівельна галузь України має позитивну динаміку розвитку. Збільшення обсягів товарної структури роздрібного товарообороту підприємств по непродовольчих так і продовольчих товарах дає додатковий поштовх в розвитку економіки країни в цілому.

Для нормального подальшого розвитку споживчого ринку доцільно скоригувати економічну політику на державному та регіональному рівнях щодо підвищення купівельної спроможності за рахунок зростання доходів населення, подолання диспропорцій у галузевій і національній структурі споживчого ринку, зменшення його регіональної диференціації за рівнем розвитку, удосконалення цінового регулювання, подолання інфляційних очікувань, розвитку конкурентного середовища на ринку товарів, робіт і послуг, раціоналізації товарних потоків із комплексом протекціоністських заходів, обмеження експансії іноземних товарів. Пріоритетним напрямом, на сучасному етапі розвитку є забезпечення внутрішнього споживчого ринку вітчизняними конкурентоспроможними товарами й поступове витіснення з нього імпортованих товарів низької якості, підвищення якості надаваних послуг, що сприятиме зростанню доходів як споживачів, так і виробників, а відтак, стимулюватиме зростання споживчого ринку і, як наслідок, ділової активності та споживчої культури на вітчизняних теренах.

Крім того, вважаємо пріоритетним створення умов для розвитку цивілізованої конкуренції в рамках культури підприємництва та споживчої культури й освіти населення

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СИСТЕМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ

3.1. Шляхи удосконалення державного регулювання споживчого ринку в Україні

Здійснення захисту прав споживачів в Україні з боку держави сьогодні регламентується такими законодавчими актами, як Цивільний кодекс України; «Захист прав споживачів», «Про рекламу», «Про захист від недобросовісної конкуренції» та інші.

Державне регулювання споживчого ринку - це діяльність органів державної влади різних рівнів, спрямованої на забезпечення сталого розвитку економіки країни для реалізації інтересів суб'єктів ринку споживчих товарів і послуг. Метою державного регулювання процесів на споживчому ринку є покращення рівня життя населення, нормалізація процесів виробництва, купівлі та продажу споживчих товарів, та дотримання суб'єктами підприємницької діяльності законодавчих норм при здійсненні виробничих і торгівельних операцій. Відповідно до поставленої мети, основними завданнями державного регулювання споживчого ринку є: контроль за дотриманням вимог щодо технології виробництва товарів та їх якості; усунення таких проявів на ринку, як реалізація фальсифікованої, контрабандної чи контрафактної продукції, унеможливлення недобросовісної конкуренції, формування здорового конкурентного середовища на ринку; сприяння розвитку громадських організацій захисту споживача; соціальної захищеності населення. Країнам з розвинутою ринковою економікою притаманний багатоаспектний механізм регулювання споживчого ринку, де, з одного боку, механізм ринкової конкуренції, а з іншого - механізми державного і недержавного, тобто громадського та інституціонального регулювання. Тому держава бере на себе ті функції, які не характерні природі ринкової конкуренції чи реалізуються нею неповно або ж надто повільно. При цьому держава забезпечує умови для оптимального функціонування всього механізму ринкової економіки. Державне регулювання в поєднанні з саморегуляторами ринкових відносин є характерною особливістю більшості розвинутих економік світу. В такому випадку державне регулювання передбачає створення дієвої

нормативноправової бази, захист прав виробників та споживачів і захист свободи конкуренції. Трактуювання сутності державного регулювання ринку зводиться до визначення його як системи практичних дій державних інституцій щодо забезпечення сталого і збалансованого функціонування ринкових механізмів через використання усіх можливих важелів як адміністративного, так і економічного впливу, а також активного реагування на проблеми дестабілізації і порушення рівноваги в кожній конкретній ситуації. Тому під державним регулюванням споживчого ринку слід розуміти виконання комплексу адміністративних, соціальних та економічних завдань, здійснення яких забезпечує прискорення темпів економічного зростання країни. Найвагомішим завданням державного регулювання ринку товарів та послуг є процес вибору оптимального поєднання економічних і адміністративних важелів для розв'язання економічних і соціальних проблем функціонування ринку. Таке регулювання передбачає чіткий порядок застосування заходів з урахуванням існуючих розбіжностей та суперечностей інтересів учасників ринку та змін його внутрішнього і зовнішнього середовища.

Кабінет Міністрів України прийняв постанову від 7 червня 2017 року № 394 «Про внесення змін у додаток до постанови Кабінету Міністрів України від 25 грудня 1996 р. №1548 та визнання такими, що втратили чинність, деяких постанов Кабінету Міністрів України», якою скасовано державне регулювання цін на продовольчі товари та послуги на ринках.

Зокрема, з 1 липня 2017 року скасовується державне регулювання цін на продовольчі товари та послуги в частині встановлення:

- торговельних надбавок не вище 15 відсотків до оптової ціни виробника (митної вартості) на 15 груп товарів (борошно, хліб, макаронні вироби, крупи, цукор, яловичину, свинину і м'ясо птиці, ковбасні вироби варені, молоко, сир, сметану, масло вершкове, олію соняшникову, яйця курячі);
- декларування зміни оптово-відпускних цін на 13 груп товарів (борошно пшеничне вищого, першого і другого сорту, борошно житнє обдирне,

крупнi гречанi, яловичину, свинину, м'ясо птици (тушка), ковбаснi вироби варенi, крiм вищого сорту, молоко коров'яче питне (пастеризоване, фасоване у плiвку), сир кисломолочний з вiстом жиру до 9 вiдсоткiв, сметану з вiстом жиру до 20 вiдсоткiв, масло вершкове з вiстом жиру до 72,5 вiдсотка, яйця курячi, цукор-пiсок, олю соняшникову);

- граничних рiвнiв рентабельностi виробництва борошна та хлiба соціальних сортiв;
- граничних рiвнiв рентабельностi та торговельних надбавок на дитяче харчування;
- граничних рiвнiв рентабельностi пакування (фасування) продовольчих товарiв, щодо яких запроваджено державне регулювання цiн, без урахування вартостi сировини не вище нiж 10 вiдсоткiв;
- державного регулювання цiн на послуги на ринках з продажу продовольчих та непродовольчих товарiв.

Головна мета дерегулювання - зниження адмiнiстративного тиску на бiзнес, усунення надмiрного втручання держави в економiчнi процеси, розвиток конкуренцiї та дебюрократизацiя (дерегуляцiя) у сферi цiноутворення. Рiшення Уряду спростить процедуру змiни цiн залежно вiд цiнових коливань ринку, що дозволить виробникам швидше реагувати на змiни кон'юктури. На Держпродспоживслужбу покладено функцiї iз здiйснення державного нагляду(контролю) за дотриманням вимог формування, встановлення та застосування державних регульованих цiн.

Оскiльки цiнове регулювання на продовольчi товари скасовано, суб'єкти господарювання формуватимуть цiни у режимi вiльного цiноутворення, в залежностi вiд попиту та пропозицiй на споживчому ринку. Держпродспоживслужба надалi не здiйснюватиме контроль за цiноутворенням на ринку продовольства, оскiльки заходи державного нагляду (контролю) проводяться лише за дотриманням державних регульованих цiн. Наразi прiоритетними напрямками роботи Держпродспоживслужби є контроль за тарифами на житлово-комунальнi послуги, регульованими цiнами

на лікарські засоби.

Послідовна політика України щодо захисту прав споживачів повинна стати важливим чинником ефективного розвитку ринку, що забезпечує вплив Уряду на повсякденне життя, сприяє підвищенню добробуту споживачів та, водночас, створює сприятливі умови ведення бізнесу для сумлінних виробників товарів та послуг. Та, на жаль, в реальному житті українського споживача все виглядає значно гірше. За словами Голови Держспоживінспекції України Сергія Орехова, тільки за 2011 р. від споживачів надійшло 68 тис. скарг на неякісні товари та послуги (добре відомо, що значно більша частина незадоволених обслуговуванням та придбаними товарами офіційно нікуди не скаржиться). За результатами незапланованих закупівель товарів з ініціативи Голови Кабінету Міністрів України, проведених у 2012 р., на полицях супермаркетів виявлено не тільки велику кількість неякісних товарів м'ясо-молочної групи, а й факти шахраювання навіть з продуктами дитячого харчування [59]. Однією із причин такої ситуації є розподіл повноважень між державними органами, які встановлюють стандарти якості на споживчі товари, та органами, що перевіряють продукцію на відповідність їм. Донедавна в Україні і встановлював стандарти якості, і перевіряв продукцію на відповідність їм той самий орган – Держстандарт. Нині ці функції розділені між двома відомствами. Одним із них і стала Державна інспекція України з питань захисту прав споживачів (Держспоживінспекція України), утворена відповідно до Указу Президента України від 13.04.2011 р. Держспоживінспекція України відповідно до покладених на неї завдань:

- 1) здійснює державний контроль за дотриманням законодавства про захист прав споживачів;
- 2) у межах своєї компетенції контролює дотримання законодавства про рекламу;
- 3) здійснює державний ринковий нагляд у межах сфери своєї відповідальності;

- 4) здійснює у межах своєї компетенції державний нагляд за дотриманням технічних регламентів, стандартів, норм і правил;
- 5) здійснює в межах своєї компетенції заходи з виробництва та розповсюдження соціальної реклами;
- 6) забезпечує міжнародну співпрацю у межах своїх повноважень, участь у роботі відповідних міжнародних організацій;
- 7) бере участь у підготовці міжнародних договорів України, готує пропозиції щодо укладення, денонсації таких договорів, у межах своєї компетенції укладає міжнародні договори України та забезпечує виконання зобов'язань України за міжнародними договорами з питань, що входять до компетенції Держспоживінспекції України;
- 8) представляє Кабінет Міністрів України за його дорученням у міжнародних організаціях та під час укладення міжнародних договорів;
- 9) сприяє органам місцевого самоврядування у реалізації їх повноважень щодо захисту прав споживачів;
- 10) сприяє створенню необхідних умов для навчання та набуття населенням правових знань у сфері захисту прав споживачів;
- 11) організовує надання споживачам консультацій з питань захисту їх прав;
- 12) надає методичну допомогу органам виконавчої влади з питань здійснення заходів щодо реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів;
- 13) сприяє реалізації в Україні «Керівних принципів» для захисту інтересів споживачів, прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН 9.04.1985 р.;
- 14) здійснює інші повноваження, визначені законами України та покладені на неї Президентом України [60].

Важливою проблемою реалізації консюмерного права в Україні в роки незалежності була хронічна відсутність фінансування проведення заходів з боку державних органів контролю. Наслідком ухвалення Закону України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» і заходів Голови Кабінету Міністрів України, стало те, що у 2011 р. (вперше за 20 років) з бюджету країни були виділені кошти на проведення лабораторних

досліджень за результатами перевірок. У 2011 р. виділено 1,7 млн. грн., у 2012 р. – 6 млн. грн., у 2013 р. очікується збільшення фінансування на проведення аналізу споживчих ринків на предмет дотримання законодавства про захист прав споживачів [61]. Крім того, Держспоживінспекція укомплектовується необхідними пересувними лабораторіями для здійснення необхідних перевірок. Вперше у 2011 р. державний орган контролю поіменно назвав тих, хто порушує вимоги стандартів, й перерахував конкретні факти. Всі порушники отримали компетентні листи від перевіряючих з викладом всіх претензій до продукції. За останні 20 років жоден уряд не брав під особистий контроль проблеми захисту прав споживачів. Проте і такі заходи не гарантують того, що проблему зневажливого ставлення до споживача буде подолано. Типовою для України є ситуація, коли реалізатори товару зацікавлені у неякісному товарі, їм чим гірше, тим краще. Заходи держави спрямовані здебільшого на примушування виробників дотримуватися стандартів якості на продукцію, зокрема, на молоко, масло, сметану. Проте реалізатори теж прагнуть впливати на якість і ціну продукту. У гонитві за максимальними прибутками їх меншою мірою цікавить відповідність продукції [Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua](http://ena.lp.edu.ua) 116 стандартам і вимогам, ніж можливість встановлення максимальної надбавки на не зовсім якісний, але порівняно дешевий продукт. Для прикладу: надбавка виробника на м'ясо-молочну продукцію становить 10 – 15 %, а реалізатора – 30–90 % [11]. Аналіз вітчизняних ринків споживчих товарів свідчить, що суттєвими є порушення щодо якості взуття, побутової техніки, надання житлово-комунальних послуг, споживчих кредитів, продажу товарів і послуг через Інтернет, дитячих іграшок тощо. У 78 % випадків на дитячих іграшках не вказано виробника, його адресу, сировину, з якої вироблено іграшку, вік, на який вона розрахована. У 65 % перевіреної продукції не вказано національного знака відповідності або відсутні документи, що підтверджують якість і безпеку товарів. У 90 % випадків виявлено порушення у сфері торгівлі, ресторанного бізнесу і надання послуг і

робіт. За деякими даними, сьогодні близько 70 % продукції на українському ринку – контрабанда і контрафакт [60]. Звичайно, в Україні проводяться заходи, націлені на поліпшення якості товарів та послуг, покращення обслуговування споживачів. Так, починаючи з 2001 р. проводиться Всеукраїнський конкурс якості продукції (товарів, робіт, послуг) – «100 кращих товарів України». У 2011 р. відповідно до Програми проведення Європейського тижня якості в Україні під час проведення виставки пройшли фінальні заходи Всеукраїнського конкурсу якості продукції (товарів, робіт, послуг) – «100 кращих товарів України» та Всеукраїнської виставки-конкурсу дитячого малюнка «Я хочу жити в якісному світі» у 2011 р. Зазначені конкурси проводяться під патронатом Президента України, під керівництвом Уряду України та за сприяння Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. За всі роки проведення конкурсу понад 7000 українських підприємств виборювали право називатися найкращими виробниками вітчизняної продукції. У 2012 р. 1178 підприємств взяли участь у регіональному етапі конкурсу та 262 підприємства змагалися на загальнодержавному рівні. Здебільшого це представники малого та середнього бізнесу [11]. Конкурси проводяться з метою об'єднання зусиль, спрямованих на поліпшення якості та конкурентоспроможності вітчизняної продукції, сприяння впровадженню на підприємствах України сучасних методів управління якістю та задоволенню потреб і очікувань споживачів. Основним завданням таких щорічних конкурсів є спрямування зусиль на підтримку ініціативи національних товаровиробників щодо покращення якості продукції. Проте зазначимо, що загалом в Україні консюмеризм – захист прав споживачів є екзотикою для суспільної свідомості. Актуальним завданням сьогодення є виховання споживача, здатного на рівних говорити з потужною рекламноторгово-виробничою системою. В Україні є усі підстави сподіватись, що започатковано потужну тенденцію, яка має набути значного впливу на суспільство протягом найближчих років. Ця тенденція є вираженням очікувань громадян України, і тому держава та суспільні організації повинні

втілити сподівання споживачів. Одним із напрямів вдосконалення системи захисту прав споживачів вважаємо посилення відповідальності за порушення норм відповідного законодавства. Якщо якість продукції впливає на здоров'я споживачів, від її безпеки залежить життя людей, то необхідно передбачити не тільки адміністративну відповідальність, наприклад, накладення штрафів, а й кримінальну. У деяких європейських країнах така норма уже передбачена законодавством. Поряд з цим необхідно розвивати систему навчання та інформування громадян про їх права як споживачів продукції і послуг, про законодавство в цій галузі, про ініціативи щодо захисту їх прав, про ініціативи підприємств щодо захисту продукції від підробок; забезпечити доступність споживачів до інформації про внутрішню діяльність підприємств із забезпечення та поліпшення якості товарів і послуг.

3.2 Перспективи застосування зарубіжного досвіду з метою вдосконалення державного регулювання споживчого ринку України

Світовий досвід захисту прав споживачів послуг пропонує, як правило, два основних механізми регулювання у цій сфері: через формальні правила, що реалізуються органами державної влади, а також через неформальні правила, що реалізуються саморегулюючими організаціями.

Успіхи в справі захисту прав споживачів, які були досягнуті за кордоном, багато в чому зумовлені активністю самих споживачів. Громадський рух із захисту прав споживачів (консюмеризм) у Європі став масовим у 60-70-і роки. Це було викликано незадоволеністю рядових споживачів товарів і послуг, низьким рівнем забезпеченості їх інтересів. В результаті боротьби демократичних сил в останні 20-30 років у Франції, та і в інших зарубіжних країнах, стало формуватися право споживання. У французькій юридичній літературі воно розглядається іноді як галузь права, що регламентує відносини, пов'язані із споживанням, незалежно від того, про яке споживання йдеться виробниче чи особисте. Згідно з іншою, що переважає у Французькому правознавстві, точкою зору, правом споживання є

сукупність норм, спрямованих на захист інтересів рядового споживача товарів і послуг. При цьому під споживачем розуміють не підприємця, а фізичну особу, яка придбає той або інший продукт або послугу не для своєї професійної діяльності, свого промислу, а для цілей особистого або сімейного споживання. Закон України «Про захист прав споживачів» виходить саме з такого розуміння. Згідно з положеннями закону, споживач -це громадянин, що придбає товари, послуги для особистих потреб. Німецькі правознавці називають такого споживача кінцевим споживачем. В інших країнах законодавство також розділяє споживачів у виробничій сфері і кінцевих споживачів. Так, у ст. 12 англійського Закону «Про непорядні умови договорів» 1977 р. [62] йдеться про те, що в договорі сторона виступає як споживач по відношенню до іншої сторони, якщо вона під час виконання договору не займається комерційною діяльністю, а друга сторона займається нею. В ст.14 цього закону сказано, що термін "комерційна діяльність" об'єднує яку-небудь діяльність громадянина, а також діяльність якого-небудь державного департаменту і місцевого або центрального державного органу.

У параграфі 6 Закону ФРН «Про право відмови від договору, укладеного на ходу, та інших договорів такого типу»² від 16.01.86 р. вказується, що положення цього закону не застосовуються, якщо покупець укладає договір у процесі своєї підприємницької діяльності або інша сторона діє не в рамках підприємницької діяльності. Цей же принцип закріплюється в §24 Закону ФРН «Про загальні умови правочинів» [63] від 09.12.79 р., який передбачає, що ці правила не поширюються на загальні умови договорів, які укладаються комерсантами, якщо договір торкається здійснення його торгового промислу.

Основним нормативним актом, спрямованим на захист інтересів споживачів у Франції, є Закон №78-23 від 10.01.78 р. «Про захист і інформацію споживачів продуктів і послуг». Цей Закон ввів систему контролю за змістом договорів за участю споживачів. Були передбачені умови, які можуть бути

визнані в подібних договорах недійсними, якщо вони були нав'язані споживачеві економічно сильнішою стороною і дають останній невиправдані переваги. Декрет від 09.02.61 р. заборонив посилення клієнту незамовленого товару. Але не слід вважати, що у Франції до 60-70 років не було ніякого правового захисту споживачів. Ще Закон від 01.08.1905 р. «Про обманні дії і фальсифікацію продуктів і послуг» встановлював відповідальність за обман покупця товару або особи, що отримала послугу з боку комерсанта.

Угорський Закон «Про заборону недобросовісної комерційної практики» від 20.11.1990 р. також забороняє обман споживачів з метою збуту товарів. Законом було передбачено припинення не тільки помилкової реклами під час введення в обіг товарів і послуг, але й будь-якої інформації, що вводить споживачів в оману.

До такої інформації відносяться:

- неточне твердження або помилкове представлення точних фактів щодо істотних властивостей товару, його складу, використання, дії на здоров'я і навколишнє середовище;
- некоректне порівняння товарів;
- приховання фактів невідповідності товарів вимогам правових положень, звичаїв;
- маркування товарів товарними знаками, що вводять в оману;
- реклама товарів, які не знаходяться у розпорядженні споживачів або знаходяться в їх розпорядженні в недостатній кількості або в недостатньому асортименті.

Введенням в оману споживача, згідно даному закону є не тільки затвердження яких-небудь помилкових відомостей, але і замовчання деяких властивостей товару. Забороняється також зіставляти і порівнювати властивості різних товарів в рекламних цілях [62].

В Україні таке законодавство тільки почало створюватися. В 1996 році був прийнятий Закон «Про захист від недобросовісної конкуренції», але в ньому немає згадки про захист прав споживачів. У тому ж році був прийнятий Закон «Про рекламу», який забороняє представляти відомості або закликати до дій, які заподіюють або можуть заподіяти шкоду здоров'ю людей. Він також передбачає створення Міжвідомчої ради з реклами, яка покликана контролювати цей процес в Україні.

У США рекламу контролюють Федеральні торговельні комісії. Комісія вважається провідним законотворцем та розробником нормативної бази і займається захистом прав споживачів. У Канадському парламенті є постійно діюча комісія, яка розробляє відповідні законодавчі акти, а Міністерство з питань захисту прав споживачів контролює виконання цих нормативних документів [62].

Французький Ордонанс № 86-1243 від 01.12.86 р. «Про свободу цін і конкуренції» встановлює, що в секторах або областях, де конкуренція цін була обмежена внаслідок існування монополії або тривалих труднощів з постачанням, або обмежена положеннями законів або регламентом, Держрада може своїм декретом регламентувати ціни після консультації з Радою з питань конкуренції. Тимчасові заходи проти надмірного зростання цін, продиктовані кризовим положенням, надзвичайними обставинами, публічною дією або явно ненормальним положенням на ринку в певному секторі економіки застосовуються на строк до шести місяців. Цей самий Закон з деякими обмовками заборонив продаж з премією і продаж з навантаженням. У Франції держава забезпечує захист споживачів через різні організації і служби. До них насамперед відносяться[62]:

- 1) служба запобігання обману покупців і контролю за якістю товарів, підлегла Міністерству сільського господарства. Ця служба займається

всілякими порушеннями кількісного і якісного характеру; її лабораторії стежать за дотриманням санітарних норм в торгівлі продовольчими товарами;

2) національний інститут споживання, створений у 1967 році. Цей інститут є державною організацією і знаходиться у віданні Міністерства споживання. Його завданням є надання допомоги об'єднанням споживачів. З цією метою він проводить тестування продукції, а результати його публікує в журналі «50 тіїііш сіє сошошгтМеїш» («50 мільйонів споживачів»).

Результатом їх діяльності є те, що в 1971 р. було введено обов'язкове проставлення цін на товарах; в 1972 р. етикетування продовольчих товарів; в 1982 р. стала обов'язковою вказівка продажної ціни товару за одиницю вимірювання в магазинах самообслуговування; також був регламентований продаж товарів удома. Були прийняті нові правила відносно деяких методів продажу (продаж з премією, розпродаж товарів зі знижкою). В 1976 році був створений Державний секретаріат з питань споживання [61].

Українські вчені В.К. Мамутов, А.А. Чувпіло вважають, що захист прав споживачів у європейському законодавстві слід розглядати як складову частину Європейського антимонопольного законодавства. Згідно з їх точкою зору, норми права, що захищають права споживачів, є третьою ланкою, яка замикає відносини між виробниками і споживачами. Перші дві це конкурентне і антимонопольне законодавство. Це твердження обґрунтоване і підтверджується зарубіжним законодавством. Так, англійський закон "Про справедливу торгівлю" 1973г., який представляється деяким англійським юристам законодавчим актом, що потенційно далеко [62] відображає значно поширене в Англії, та і в інших Європейських країнах, переконання про існування причинного зв'язку між положенням споживачів і «вільною конкуренцією». Цей Закон установлює систему державних органів, покликаних забезпечувати "справедливу торгівлю". До числа таких органів

відносяться: Генеральний директор з питань справедливої торгівлі, Консультативний комітет із захисту споживачів, а також Комісія з питань монополій і злиття у сфері захисту прав споживачів. Закон надає Генеральному директорові повноваження, реалізація яких значною мірою залежить від розсуду самого директора. Так, згідно зі ст. 34 закону, він має право вимагати від конкретних осіб припинити ведення комерційної діяльності, що завдає збитки як економічним інтересам, так здоров'ю і безпеці споживачів у Великобританії і є, на його думку, несправедливою по відношенню до останніх. Він має право вимагати від порушників зобов'язань вживати заходів з безпеки торгівлі, і якщо такого зобов'язання отримати не вдалося або воно не дотримується, Генеральний директор має право пред'явити до таких осіб позов у спеціальному суді з обмежувальної практики. У разі задоволення позову і невиконання наказу суду відповідачем останній може притягатися до відповідальності за неповагу до суду.

Цей закон так само визначає дії і повноваження Комісії з питань монополій і злиття з таких питань, як існування або можливе існування монопольної ситуації, а так само здійснення або можливе здійснення злиття, яке дає підстави для проведення розслідування. При цьому під монопольною ситуацією мається на увазі така: коли не менше однієї чверті всіх товарів даного виду, що поставляються в Сполученому Королівстві, поставляється однією і тією ж особою або одній і тій же особі; або не менше за одну четверту частину всіх товарів певного виду, що поставляються в Сполученому Королівстві, поставляються учасниками однієї і тієї ж групи взаємопов'язаних корпоративних утворень або учасниками такої групи; або не менше за одну четверту всіх товарів даного виду, що поставляються в Сполученому Королівстві, поставляються учасниками однієї й тієї самої групи, яка складається з двох або декількох осіб, названих в частині (2) статті, або учасникам однієї і тієї самої групи, що складається з двох або декількох третіх осіб; або діє одна або декілька угод, результат або сукупний результат яких

виражений у тому, що товари певного виду взагалі не поставляються в Сполученому Королівстві (ст.6 розділу 1 закону). Закон також регулює питання конкуренції, відносячи їх до ведення Комісії з питань монополій і злиття[61].

Висновок до розділу 3

Сьогодні нормативно-правова база в Україні, крім вже згаданого Закону «Про захист прав споживачів», нараховує понад 30 законів та підзаконних нормативних актів, прийнятих для захисту прав громадян-споживачів. Насамперед зазначимо, що права споживачів захищає Конституція України, прийнята 28 червня 1996 р., стаття 42 якої проголошує: «Держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів». В Основному законі України закріплено одночасно чимало норм, які прямо або опосередковано стосуються питань захисту прав й інтересів споживачів. У частині I статті 50 Конституції закріплено право громадян на вільний доступ до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів та предметів побуту.

Розглянуто Світовий досвід захисту прав споживачів послуг пропонує, як правило, два основних механізми регулювання у цій сфері: через формальні правила, що реалізуються органами державної влади, а також через неформальні правила, що реалізуються саморегулюючими організаціями.

Економічний зміст стратегічних пріоритети державного регулювання споживчого ринку в Україні полягає у сприянні соціалізації споживчого ринку. З цією метою наголошується на необхідності здійснення ряду заходів державної політики, спрямованих на:

- подолання диспропорцій у галузевій і територіальній структурі споживчого ринку, насичення його вітчизняними конкурентоспроможними товарами і поступове витіснення

імпорту; удосконалення цінового регулювання на основі поступового переходу від адміністративних до стимулювальних методів регулювання цін;

- прийняття закону «Про внутрішню торгівлю»;
- підвищення ефективності системи захисту прав споживачів;
- формування ефективного конкурентного ринкового середовища взаємодії суб'єктів господарювання;
- спрощення процедури реєстрації та ліцензування, обмеження практики контрольно-інспекторських перевірок суб'єктів споживчого ринку; раціоналізацію товарних потоків на основі комплексу протекціоністських заходів здебільшого нетарифного характеру і обмежують широку експансію іноземних товарів на внутрішній споживчий ринок, що не суперечать вимогам СОТ тощо.

Це сприятиме знаходженню дієвих форм розв'язання суперечності між виробництвом і споживанням в українській економіці[62].

ВИСНОВОК

1. У сучасній науковій літературі немає єдиного погляду на сутність поняття «споживчий ринок», незважаючи на його значну поширеність та багаторічну історію використання. Розвиток теорії споживчого ринку дав змогу обґрунтувати авторський підхід до визначення його сутності, згідно з яким споживчий ринок тлумачиться як система соціально-економічних і організаційно-економічних відносин між його суб'єктами (виробниками, посередниками, споживачами), яка формується та розвивається у процесі

опосередкованого грошовою формою обміну товарів і послуг, призначених для задоволення особистих потреб (інтересів) споживачів, і спрямована на відтворення людського капіталу, забезпечення цілісності та неперервності процесу суспільного відтворення.

2. Споживчий ринок України регулюється Законом України «Про захист прав споживачів» від 15.12.93. Даний закон регулює відносини між виробником та споживачем, установлює права споживачів, визначає механізм захисту споживачів. Визначено наступні права споживачів:

Державний захист прав споживачів зводиться до:

- надання можливості вільного вибору товару;
- одержання знань і кваліфікації в процесі придбання товару (як їм користуватися);
- придбання товару законним способом;
- забезпечення захисту здійснюється виконавчими органами.

Аргументовано, що умовою ефективного функціонування споживчого ринку є наявність особистого інтересу його учасників, реальна дієздатність товарно-грошового інструментарію і, насамперед, грошей, цін та інфраструктури, різноманітних форм власності та форм господарювання. Розвинута інфраструктура споживчого ринку сприяє реалізації взаємозв'язків між його суб'єктами та структурними елементами; забезпеченню вільного руху товарів; задоволенню попиту споживачів і безперервності процесу розширеного відтворення. Завдяки ефективній реалізації функцій інфраструктури забезпечується тісний взаємозв'язок процесу виробництва та споживчого ринку: з одного боку, обсяг виробництва визначає розміри і можливості обігу споживчих товарів і послуг (обсяг продажу споживчих товарів і послуг на ринку); з другого боку, сфера товарного обігу впливає на розвиток процесу виробництва, зумовлюючи його кількісні та якісні

параметри. Основним показником ефективності функціонування ринкової інфраструктури є задоволення зростаючих потреб населення, що динамічно зростають і змінюються і, підвищення культури споживання.

3. Досліджено закономірності та суперечності функціонування і розвитку споживчого ринку в Україні, наявність яких сприяє загостренню основної суперечності між виробництвом та споживанням, яка виявляється, у невідповідності між обсягами і структурою вітчизняного виробництва споживчих товарів і послуг, їх якістю, з одного боку, та рівнем, структурою і динамікою споживчого попиту, з іншого боку. Це є важливим фактором подальшого розвитку внутрішнього споживчого ринку і стимулюватиме розвиток людського капіталу та сприятиме економічному зростанню.

4. На основі дослідження світового досвіду виявлено, що особливістю функціонування споживчого ринку на сучасному етапі є його соціалізація. Соціалізація споживчого ринку – це процес спрямування діяльності його суб'єктів на досягнення єдності економічного і соціального у процесі виробництва, обміну, розподілу та споживання і на цій основі забезпечення потреб населення у споживчих товарах і послугах за прогресивними соціальними стандартами. Вона починається з виробництва споживчих товарів і послуг, необхідних для задоволення матеріальних і духовних потреб людини, і закінчується забезпеченням умов для відтворення людського капіталу, розвинутого професійно-кваліфікаційного та інтелектуально-освітнього потенціалу людини – основного фактору, який забезпечує економічний розвиток.

На мою думку, держава повинна вести конкретну політику для забезпечення розподілення основних товарів і послуг там, де воно стає складним, що може відбуватися, зокрема, у сільських районах. Це може бути допомога зі створенням відповідних складських та торговельних мереж у сільських центрах, стимулювання розвитку споживацької самопомоги та ефективніший контроль умов надання основних товарів та послуг у сільських

районах, а також за допомогою створення відповідних сільських кооперативів та пов'язаних з ними торговельних установ, розповсюдження інформації про них. Ефективність функціонування споживчого ринку тим вища, чим збалансованіша його кон'юнктура, чим більше обсяг платоспроможного попиту населення, чим якісніше процес задоволення потреб конкретних його цільових сегментів. Однак в Україні, де здійснюються глибокі економічні перетворення, більша частина перерахованих вище умов відсутня. Наша держава знаходиться на шляху трансформації колишнього механізму регулювання процесами обміну, що був властивий командній системі, у новий, адекватний ринковим умовам. Відповідно до цього економічна політика в країні покликана як можна точніше передбачити дії учасників ринку, виходячи із задач їх максимальної збалансованості та доцільності. сучасних соціально-економічних умовах України суттєво зростає роль інституту формування та управління ринковим механізмом і його впливу на економічне зростання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Клисакова А.В. Особливості споживчої поведінки та ролі домогосподарств в економіці України / А.В. Клисакова // Управління розвитком. – 2010. – № 21(97). – с. 98–100
2. Лошенко І. Р. Концептуальні підходи до становлення і розвитку споживчого ринку України / І. Р. Лошенко // Формування ринкових відносин в Україні. — 2007. — № 11. — с. 103.

3. Структурна гармонізація економіки як чинник економічного зростання / [Білоцерківець О. Г., Бурлай Т. В., Гончар Н. Ю. та ін.] ; за ред. І. В. Крючкової ; Ін-т економіки прогнозування НАН України. — К. : Експрес, 2007. — 517 с.
4. Myhalenko, O. I. (2014). *Rehional'nyy spozhyvchyu rynok: lohystychnyy pidkhid* [Regional consumer market: logistics approach]. (Ph.D. thesis. Cherkasy State Technological University, Cherkasy, Ukraine). [in Ukrainian].
5. Sokolyk, M. P. (2012). *Dysproportsiyyi u rozvytku spozhyvchoho rynku Ukrayiny* [Imbalance in the development of the consumer market of Ukraine]. *Ekonomika i prohnozuvannya – Economy and Forecasting*, 3, 47-63. Kyiv: Institute for Economics and Forecasting of Ukrainian NAS. [In Ukrainian].
6. Закон України «Про захист прав споживачів» Розділ II ПРАВА СПОЖИВАЧІВ ТА ЇХ ЗАХИСТ Стаття 4. Права та обов'язки споживачів
7. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання : монографія / Л. О. Лігоненко [та ін.] ; за заг. ред. Л. О. Лігоненко. – К. : КНТЕУ, 2007. – 378 с.
8. Азарян Олена Михайлівна Організаційно-економічний механізм функціонування і регулювання споживчого ринку: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук 08.02.03 6./Азарян Олена Михайлівна; Національна Академія Наук України Інститут Економіки Промисловості – 20 с.
9. Білокінь Т. Г. Регулювання розвитку регіонального споживчого ринку : автореф. дис. канд. екон. наук : 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / Т. Г. Білокінь ; Черкаський державний технологічний університет. – Черкаси, 2012. – 20 с.
10. Григорчук П. І. Удосконалення механізмів розвитку регіонального ринку продовольчих споживчих ресурсів : автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / П.І. Григорчук ; Міжнародний університет бізнесу та права. – Херсон, 2012. – 20 с.

11. Гришина І. В. Формування механізму регулювання споживчого ринку : автореф. дис... канд. екон. наук : 08.02.03 – Організація управління, планування і регулювання економікою / І. В. Гришина ; Донецький національний університет. – Донецьк, 2006. – 20 с.
12. Данильченко В. О. Організаційно-економічне забезпечення регулювання регіонального споживчого ринку товарів : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 – розвиток продуктивних сил і регіональна економіка / В. О. Данильченко ; Національна академія природоохоронного і курортного будівництва. – Сімферополь, 2013. – 20 с.
13. Економічна безпека України в умовах глобалізаційних викликів : моногр. / [А. А. Мазаракі, О. П. Корольчук, Т. М. Мельник та ін.] ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. — 718 с.
14. Каплюченко Т. В. «Товар», «послуга», «споживач» як основні складові понятійно-категоріального апарату дослідження правового регулювання споживчого ринку ЄС / Т. В. Каплюченко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія : Юриспруденція. – 2015. – №13. – Т. 2. – С. 39-42.
15. Кириченко Ольга Миколаївна Державне регулювання експортного потенціалу харчової промисловості: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук 08.07.01/ Науково-Дослідний Економічний Інститут Міністерства Економіки та з питань європейської інтеграції України ./О. М Кириченко- 16 с.
16. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : моногр. / В. Д. Лагутін. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. — 327 с.
17. Лозинська Тамара Миколаївна Державне управління розвитком продовольчого ринку України в умовах глобалізації економіки: автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора наук з

- державного управління 25.00.02 – Механізми державного управління . / Т. М. Лозинська – 11 с.
18. Романенко В. А. Потенціал насичення внутрішнього ринку товарами вітчизняного виробництва: , д. е. н., професор кафедри економічної теорії та конкурентної політики КНТЕУ
 19. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання : монограф. ; за заг. ред. Л. О. Лігоненко. — К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. — 379 с.
 20. PRO [Електронний ресурс]. Інфляційний барометр – Режим доступу: <https://regulation.gov.ua/inflation/>
 21. Андрій Коломієць [Електронний ресурс] : Національна модель споживання : сутність та способи регулювання. - Режим доступу: [http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_02\(5\)/10kaossr.pdf](http://www.dridu.dp.ua/vidavnictvo/2010/2010_02(5)/10kaossr.pdf)
 22. Бізнесу і права Державний комітет статистики України [Електронний ресурс] : офіційний сайт. - Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
 23. Буковинська бібліотека онлайн [Електронний ресурс] : «Особливості поведінки споживачів на споживчому ринку та ринку організацій-споживачів» - Режим доступу: <http://buklib.net/books/23506/>
 24. Споживчий ринок [Електронний ресурс] : Департамент агропромислового розвитку та економічної політики - Режим доступу: <http://economy-zt.gov.ua/page/spozhyvchyi-rynok>
 25. Держава і право [Електронний ресурс] Споживчий ринок: поняття та учасники— випуск 37 с. Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/bitstream/handle/123456789/33966/06-Zvereva.pdf?sequence=1>
 26. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] Обсяг продажу і запаси товарів у торговій мережі підприємств роздрібною торгівлі за 2017 рік— Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
 27. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: Про соціально-економічне становище України – Режим доступу

http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publiat_u/2018/dop/06/dop_ses0418_w.doc

28. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]: Внутрішня торгівля Статистичний бюлетень «Продаж і запаси товарів у торговій мережі» – Режим доступу: [https://regulation.gov.ua/inflation\](https://regulation.gov.ua/inflation/)
29. Потребительский рынок Украины накрыла очередная волна роста цен [Електронний ресурс]: – Режим доступу: http://vybor.ua/news/economy/a_koltunovich_potrebiteľskiy_rynok_ukrainy_nakryla_ocherednaya_volna_rosta_cen.html
30. Регіональний ринок споживчих товарів: сутність [Електронний ресурс] / Н. М. Попадинець / / Регіональна економіка 2017, №1 – Режим доступу http://irbisnbnv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21CO M=2&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&Z21ID=&IMAGE_FILE_DOW NLOAD=1&Image_file_name=PDF/regek_2017_1_4.pdf
31. Урядовий портал [Електронний ресурс] : Єдиний веб-портал органів виконавчої влади України - Режим доступу: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/250050387>
32. Херсонська область [Електронний ресурс] : Стан споживчого ринку - Режим доступу: <http://gopri-rda.gov.ua/ua/page/stan-spozhyvchogo-rinku>
33. Розвиток споживчого ринку в Україні [Електронний ресурс] : Стан споживчого ринку - Режим доступу: <https://ukrreferat.com/chapters/rizne/rozvitok-spozhyvchogo-rinku-v-ukraini-.html>
34. Внутрішня торгівля: регіональні аспекти розвитку : монографія / О. М. Азарян [та ін.] ; за заг. наук. ред. О. О. Шубіна, Я. А. Гончарука ; Донец. держ. ун-т економіки і торгівлі ім. М. І. Туган-Барановського ; Укоопспілка ; Львів. комерц. акад. – Донецьк ; Львів : ДонНУЕТ, 2007. – 404 с.

35. Березін О. В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку : монографія / О. В. Березін. – К. : Центр учбової літ-ри, 2008. – 184 с.
36. Лагутін В. Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання : монографія / В. Д. Лагутін. – К. : КНТЕУ, 2008. – 327 с.
37. Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети : монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава : ПУЕТ, 2011. – 121 с.
38. Система регулювання внутрішньої торгівлі України : монографія / В. В. Апопій [та ін.] ; за ред. В. В. Апопія та І. М. Копича. – К. : Академвидав, 2012. – 424 с.
39. Лошенко І. Р. Концептуальні підходи до становлення і розвитку споживчого ринку України / І. Р. Лошенко // Формування ринкових відносин в Україні. — 2007. — № 11. — С. 103.
40. Розвиток споживчого ринку в Україні [Електронний ресурс] : Стан споживчого ринку - Режим доступу: <https://ukrreferat.com/chapters/rizne/rozvitok-spozvivchogo-rinku-v-ukraini-.html>
41. ЕКОНОМІКА [Електронний ресурс] : Характеристика споживчого ринку та ринку організацій-споживачів у контексті маркетингового середовища підприємства - Режим доступу: http://novaekonomika.ucoz.ua/load/materiali_dlja_uchniv/10_klas/kharakteristika_spozvivchogo_rinku_ta_rinku_organizacij_spozvivachiv_u_konteksti_marketingovogo_seredovishha_pidpriemstva/17-1-0-175
42. [Про затвердження Державної програми активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки [Електронний ресурс] : Про захист прав споживачів— Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1023-12>
43. № 124-VIII від 15.01.2015}

- 44.[Про затвердження Державної програми активізації розвитку економіки на 2013-2014 роки [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів № 187 із змінами, внесеними згідно з постановою КМ № 459 від 118 03.07.2013. – Режим доступу :],
- 45.Шевчук О. В. Вплив економіко-організаційних форм торгівлі на функціонування споживчого ринку України / О. В. Шевчук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка». – 2006. – № 89. – С. 56–58. (0,5 д.а.)
- 46.Шевчук О. В. Вплив економіко-організаційних форм торгівлі на функціонування споживчого ринку України / О. В. Шевчук // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Економіка». – 2006. – № 89. – С. 10-11.
- 47.Юридичний путівник споживача : навч.-практ. посіб. / Теліпко В. Е. [та ін.] ; за заг. ред. В. Е. Теліпко. – К. : Центр учбової літ-ри, 2010. – 368 с.
- 48.Українські ринки втрачають покупців – вони йдуть у супермаркети [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://propozitsiya.com/ua/ukrayina-vtrachaye-zvychni-rynky-zbutu-ekspert>
49. Вареник Н. Ринок іде з... ринку [Електронний ресурс] / Н. Вареник. – Режим доступу : http://www.uaib.com.ua/news/mass_media/141761.html
- 50.Дмитренко М. Й. Економіка України в глобальному просторі: філософія економічного розвитку / М. Й. Дмитренко, М. М. Свічинський // Фінансовий простір. – 2011. – № 4 (4). – С. 22–30.
- 51.13. Ігнатенко М. М. Управління розвитком ринку споживчих товарів та послуг [Електронний ресурс] / М. М. Ігнатенко. – Режим доступу : <http://elib.hduht.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2658/1/18.pdf>
52. Державна служба статистики України. Офіційний сайт. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>

53. Харько О. Купівля товарів на ринках втрачає популярність [Електронний ресурс] / О. Харько.— Режим доступу : <http://ua.textreferat.com/referat-17234-6.html>
54. Филлюк Г. Тенденції розвитку споживчого ринку України / Г. Филлюк, О. Шевчук // Товари і ринки. – 2011. – № 1. – С. 24–36.
- 55.. Пустовойт О. Ринок споживчих товарів України: тенденції розвитку і вплив на структуру економіки / О. Пустовойт // Економіка України. – 2011. – № 1. – С. 59–69.
56. Соколик М. П. Диспропорції у розвитку споживчого ринку України / М. П. Соколик // Економіка і прогнозування. – 2012. – № 3. – С. 47–63.
- 57.GOV.UA [Електронний ресурс] / Уряд скасував державне регулювання цін на продовольчі товари та послуги на ринках.— Режим доступу : <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/250054696>
- 58.Конституція України. – К.: Українська видавнича фундація. – 1996.
- 59.Интервью главы Государственной инспекции по вопросам защиты прав потребителей С. Орехова журналу “Эксперт Украина” 2012 г. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.dsiu.gov.ua>
- 60.Закон України від 15 листопада 2001 р. № 2788 – III „Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення”. – К., 2001.
- 61.Закон України від 13 вересня 2001 р. № 2681-III „Про якість та безпеку харчових продуктів і продовольчої сировини”. – К., 2001
- 62.Захист прав споживачів за кордоном. – [Електронний ресурс]. Правова регламентація торговельної діяльності – Режим доступу : <http://uchebniks.net/book/182-pravova-reglamentaciya-torgovelnoyi-diyalnosti-navchaniy-posibnik-zvyeryeva-ov/27-63-zaxist-prav-spozhivachiv-za-kordonom.html> захист прав споживачів за кордоном— Режим доступу :http://p-for.com/book_267_glava_22_6.3._Zakhist_prav_spozhivach%D1%96.html
- 63.Урядовий кур’єр – [Електронний ресурс]. Права споживача – Режим доступу : <https://ukurier.gov.ua/uk/articles/ne-obrazhajte-spozhivacha/>

- 64.Срошенко А.А. «Особливості управління споживчим ринком на сучасному етапі» / А.А. Срошенко // Управління та адміністрування: зб. наук. ст.. студ. У. заоч форми навч./відр.ред. Н. Л. Новікова – Ч. І. – Київ: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2018- с. 223-230.