

КУЛЬЧИЦЬКА М. М.

магістр, викладач
ПВНЗ «Хмельницький економічний університет»
market.kheu@mail.ru

СПОЖИВЧИЙ СЕКТОР ЕКОНОМІКИ: СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Стаття присвячена дослідженню сучасного стану вітчизняного споживчого сектору економіки. У статті розглянуто основні характеристики та особливості споживчого сектору. Проаналізовано основні функції споживчого сектору та їх вплив на розвиток економіки. Охарактеризовано особливості впливу економічних законів на ефективність діяльності споживчих підприємств. Визначено основні проблеми розвитку підприємств споживчого сектору та шляхи їх вирішення. Визначено роль держави у стимулюванні розвитку підприємств споживчого сектору. В процесі проведеного дослідження визначено напрямки подальшого розвитку споживчого сектору економіки, а саме: розвиток вітчизняного виробництва товарів народного споживання, розвиток торгівлі споживчими товарами вітчизняного виробництва.

Ключові слова: споживчий сектор, розвиток, попит, пропозиція.

КУЛЬЧИЦКАЯ М. М.

магістр, преподаватель
ПВУЗ «Хмельницький экономический университет»
market.kheu@mail.ru

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СЕКТОР ЭКОНОМИКИ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Статья посвящена исследованию состояния отечественного потребительского сектора экономики. В статье рассмотрены основные характеристики и особенности потребительского сектора. Проанализированы основные функции потребительского сектора и их влияние на развитие экономики. Охарактеризованы особенности влияния экономических законов на эффективность деятельности потребительских предприятий. Определены основные проблемы развития предприятий потребительского сектора и пути их решения. Определена роль государства в стимулировании развития предприятий потребительского сектора. В процессе проведенного исследования определены направления дальнейшего развития потребительского сектора экономики, а именно: развитие отечественного производства товаров народного потребления, развитие торговли потребительскими товарами отечественного производства.

Ключевые слова: потребительский сектор, развитие, спрос, предложение.

KULCHYTSKA M. M.

master`s degree, lecturer
Private Institution of Higher Education "Khmelnyskyi Economical University"
market.kheu@mail.ru

CONSUMER SECTOR OF THE ECONOMY: CURRENT STATUS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

The article is devoted to defining modern state of the domestic consumer sector of the economy. The article describes the main characteristics and features of the consumer sector. Analysed the main functions of the consumer sector and their impact on the development of the economy. Described the peculiarities of the influence of the economic laws of the effectiveness of activities of consumer enterprises. Identified key problems of development of the enterprises of the consumer sector and ways of their solution. Defines the role of the state in promoting development of the enterprises of the consumer sector. In the course of the research determined the directions of further development of the consumer sector of the economy, namely: the development of domestic production of consumer goods, development of trade in consumer goods of domestic production.

Keywords: consumer sector, development, demand, supply.

Постановка проблеми. Важливою складовою, яка впливає на стан вітчизняної економіки, є рівень розвитку підприємств споживчого сектору. Споживчий сектор економіки

є досить складним та неоднорідним за своєю суттю. Це пояснюється тим що саме в даному секторі відображаються потреби окремої людини та суспільства загалом. Споживчий сектор класифікується за різними ознаками. Наприклад за складом потреб що повинен задовольняти споживчий сектор класифікується на сектор промислових та непромислових товарів, сектор споживчих послуг. Сектор споживчих послуг також є досить різноманітним, він включає широкий спектр послуг: від послуг, які є життєво необхідними, до соціокультурних послуг. Класифікація споживчого сектору також відбувається за галузями, які забезпечують потреби населення: до даного сегменту належать харчова промисловість, легка промисловість, медицина та ряд провідних галузей економіки країни. Враховуючи те, що споживчий сектор займає значну частину економічного простору країни, важко недооцінити вплив даного сегмента на стан економіки країни загалом. Таким чином аналіз стану вітчизняного споживчого сектору та перспективи його подальшого розвитку є досить актуальним питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження сучасного стану споживчого сектору економіки є надзвичайно актуальним для багатьох країн світу, в тому числі й нашої держави. Однак більшість досліджень вчених присвячені споживчому ринку, а не споживчому сектору економіки. Зокрема, аналізу стану споживчого ринку присвячені праці Бородюка В.С., Белявцев М.І., Шестопалова Л.В. та ряду інших. Також в літературі висвітлюється питання управління споживчим ринком, а не споживчим сектором загалом (С. Близнюк; Т. Черниченко; Л. Чирков та інші). Тому питання аналізу споживчого сектору економіки залишається мало дослідженим, що і зумовило актуальність даного дослідження.

Постановка завдання. Метою статті є аналіз сучасного стану споживчого сектору економіки та визначення напрямків щодо подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу дослідження. Трансформація економіки України у світовий економічний простір характеризується диференціацією форм господарювання підприємств споживчого сектору економіки, зокрема у сфері виробництва та збуту споживчих товарів. Важливою умовою досягнення максимального рівня прибутку підприємствами споживчого сектору економіки є вирішення проблеми обґрунтування обсягів виробництва і збуту споживчих товарів як на зовнішньому, так і на внутрішніх ринках. Головні питання суспільного виробництва: що виробляти (які товари та послуги й скільки), як виробляти (за допомогою яких засобів виробництва) та для кого виробляти (хто їх споживатиме) в кожній економічній системі розв'язуються по-різному.

Споживчий сектор виступає як форма господарських зв'язків між товаровиробниками та споживачами шляхом виробництва та купівлі-продажу товарів [2]. Здійснення цих актів пов'язане із певними організаційно-правовими й економічними відносинами. Конституючими параметрами споживчого сектору виступають попит, пропозиція, ціна, кон'юнктура, рівновага.

Базуючись на системних параметрах, споживчий сектор економіки виконує важливі економічні функції, до яких, зокрема, належать наступні [4]:

- узгоджувальна: узгоджує асортиментну структуру виробництва та споживання економічних ресурсів, балансує попит та пропозицію за обсягом і товарною структурою;
- регулювальна: регулює пропорції між виробництвом і споживанням шляхом встановлення цінових еквівалентів для обміну товарів;
- оцінювальна: виявляє цінність товару за допомогою визначення не лише кількості витраченої праці, а й її віддачі, порівнює витрати і результати;
- стимулююча: мотивація виробників до підвищення ефективності виробництва, створення товарів з найменшими витратами прибутку, реалізації у виробництві науково-технічних досягнень;
- ощадна: забезпечує економічність споживання, скорочення витрат обігу як у сфері виробництва, так і у сфері споживання.

Завдяки виконанню цих функцій споживчий сектор формує структуру й обсяг пропозиції та попиту, врівноважує їх, забезпечує збалансованість економіки, «викидає»

неконкурентоспроможні підприємства, морально застарілі вироби та виробництва. Споживчий сектор є надзвичайно динамічним, його межі постійно змінюються під впливом об'єктивних законів [7]. Так, під дією закону зростання потреб відбувається безперервне оновлення та розширення існуючого асортименту споживачів товарів і послуг. Під дією економічного закону конкуренти-товаровиробники змушені вживати заходів для зміцнення власного становища, зокрема, раціонально використовувати виробничі ресурси, впроваджувати досягнення науки і техніки у виробничий процес, зменшувати сукупні витрати на виготовлення та доведення товарів і послуг до кінцевого споживача тощо.

Для споживчого сектору економіки України є характерним велика кількість різноманітних товарів, особливу стурбованість викликає те, що більшість товарів та послуг мають низьку якість або взагалі можуть становити небезпеку для здоров'я та життя споживачів. Навіть за певного вдосконалення вітчизняного виробництва товари не завжди мають високу якість у зв'язку з недотриманням виробниками вимог законодавства, стандартів або їх відсутністю взагалі. Непоодинокими є випадки постачання таких товарів іноземного виробництва на ринок України, у тому числі, звісно, й незаконного. При цьому іноді імпорт небезпечних чи нестандартних товарів відбувається з країн із так званім «високим рівнем регуляції». Тобто вимоги щодо якості та безпеки товарів у них теж не завжди дотримуються.

Сучасний стан розвитку споживчого сектору характеризується значним збільшенням обсягів реалізації продукції, виконанням робіт, наданням послуг споживачам і заходами, спрямованими на просування продукції на ринок дистанційної торгівлі з використанням телекомунікації і мережі Інтернет. Посилене змагання за кінцевого споживача зумовило необхідність розвитку взаємовигідного співробітництва та кооперації учасників споживчого сектору з метою оптимізації діяльності, економії, синергетичного ефекту, кращого задоволення потреб споживача. Разом з тим необхідно зазначити, що особливістю функціонування споживчого сектору є те, що його інституційною складовою виступають організаційні та неорганізаційні (неформальні) ринки, які, як і суб'єкти господарювання, що здійснюють на них свою діяльність, є учасниками конкурентних відносин.

Серйозною проблемою сучасного розвитку споживчого сектору є значне поширення недобросовісної конкуренції. В Україні найбільш розповсюдженими проявами такої конкуренції є дії, пов'язані з неправомірним використанням знаків для товарів і послуг, фірмових найменувань, назв місць походження товарів, тобто дії, наслідком вчинення яких є нанесення шкоди діловій репутації підприємця, а також надання вітчизняному споживачеві контрафактної, неякісної та просто небезпечної продукції.

Спотворюють умови конкуренції в споживчому секторі і такі негативні явища, як «тінізація» економіки, результатом чого є розвиток неконтрольованих процесів — розподіл ринків, встановлення антимонопольних узгоджених дій, цінових картелів тощо; нерівність умов конкуренції, що зменшує мотивацію до високоефективної роботи; нераціональне державне втручання в економічне життя суб'єктів господарювання, непрозора процедура одержання фінансової допомоги, бюрократизм та корупція державного апарату; неадекватний сучасним вимогам розвиток сфери послуг, що не повною мірою і неякісно задовольняє потреби споживача; дефіцит товарів, якість і асортимент яких відповідають економічно обґрунтованій і доцільній ціні конкретного ринку та ін. [3].

Враховуючи ситуацію, що склалась можна зазначити, що важлива роль у функціонуванні підприємств споживчого сектору економіки і коригуванні його динаміки має належати державі. Це, перш за все, має полягати у проведенні гнучкої та ефективної інвестиційної політики щодо структурної перебудови народного господарства, кредитно-податкової політики в галузях, що виробляють товари народного споживання, зовнішньоекономічної політики із залученням іноземних інвесторів у галузі, що поставляють продукцію на ринок товарів споживання. Держава повинна стимулювати ділову активність у соціально значущих галузях економіки, до яких і належить споживчий сектор.

Пріоритетним напрямом на сучасному етапі розвитку країни є забезпечення внутрішнього споживчого сектору вітчизняними конкурентоспроможними товарами і

поступове витіснення з нього імпортованих товарів низької якості. Це необхідно для того, аби не тільки забезпечити економічну безпеку нашої країни, а й зменшити безробіття, підвищити якість надаваних послуг, що сприятиме зростанню доходів як споживачів, так і виробників, а відтак, стимулюватиме ріст споживчого сектору і, як наслідок, ріст ділової активності й споживчої культури на вітчизняних теренах.

Для досягнення цієї мети найперше необхідно створення конкурентоспроможного вітчизняного споживчого сектору. Причому формування і розвиток цього сегменту економіки повинні йти у двох напрямках:

- розвиток вітчизняного виробництва товарів народного споживання;
- розвиток торгівлі споживчими товарами вітчизняного виробництва.

У першому напрямку найбільш слабким є стимулювання підприємств харчової і легкої промисловості. Багато підприємств не мають фінансових ресурсів для придбання і впровадження сучасних технологій і поточних ліній по виробництву й пакуванню товарів, а високі відсотки по кредитах погіршують фінансове становище підприємств. Тому з метою стимулювання технічного озброєння підприємств для створення конкурентоспроможної продукції необхідна допомога держави і зокрема місцевих органів влади. Допомога споживчим підприємствам може бути надана у формі пільгових довгострокових кредитів на технічне переозброєння і реконструкцію під мінімальні відсотки, у формі пільг з місцевих податків, повного чи часткового звільнення від оподаткування прибутку на період строку окупності вкладених коштів. Ці заходи дозволять підприємствам харчової і легкої промисловості здійснити накопичення і вкладення коштів у подальший розвиток і розширення виробництва високоякісних товарів народного споживання.

Суттєву роль у розвитку вітчизняного споживчого сектору, на нашу думку, повинна відіграти і торгівля, яка покликана впливати на виробництво через вивчення споживчого попиту. Разом з тим проведені дослідження показали, що тільки 37,5% опитаних торговельних працівників у тій чи іншій мірі вивчають споживчий попит на товари, використовуючи такі методи, як опитування (6,3%), облік та аналіз продажів і товарних запасів (18,7%) тощо. Переважна частина торговельних працівників (62,5%) взагалі не вивчає споживчий попит населення, пояснюючи це великими витратами, браком часу, відсутністю кваліфікованих фахівців [8]. Внаслідок цього торгівля не виконує повною мірою одну зі своїх головних функцій – виявлення вподобань споживачів, вивчення споживчого попиту і формування на цій основі замовлень товаровиробникам. Крім того, торгівля повинна не тільки вивчати, але і формувати споживчий попит на нові споживчі товари, що з'являються на ринку.

Важливу роль у розвитку споживчого сектору мають відіграють так звані фірмові магазини, що представляють продукцію вітчизняного товаровиробника. Завдяки прямим поставкам продукції від товаровиробників вони можуть встановлювати відносно низькі ціни на товари, забезпечувати різноманітний асортимент при високій якості товарів. Крім того, фірмові магазини повинні забезпечувати реальне вивчення споживчого попиту і формування виробничої програми у відповідності зі зростаючими потребами споживачів.

Для стимулювання розвитку мережі фірмових магазинів місцеві органи влади можуть надати цим підприємствам ряд пільг. Наприклад, знизити вартість орендної плати чи надати муніципальні приміщення магазинам без стягнення оренди на певний строк. Крім того, місцевими органами влади можливе зниження ставок місцевих податків для стимулювання діяльності підприємств роздрібною торгівлю, що реалізують вітчизняні споживчі товари. Ці заходи будуть сприяти розвитку ринку вітчизняних споживчих товарів і поступовому скороченню частки імпортованих товарів на внутрішньому ринку країни.

Висновок. Таким чином, проведені дослідження дали змогу визначити основні напрямками розвитку споживчого сектору а саме:

- удосконалення економічного механізму управління галузями споживчого сектору в сфері ціноутворення;
- перегляд кредитної політики держави щодо споживчих підприємств, формування ринку фінансових послуг;

– вдосконалення системи державного регулювання споживчого сектору;
– підвищення вимог щодо якості споживчих товарів та послуг;
– стимулювання виробництва конкурентоспроможних споживчих товарів, вітчизняними підприємствами.

Об'єктивна необхідність пошуку напрямків розвитку споживчого сектору України вимагає ґрунтовного науково-методичного опрацювання питання формування стратегічних, тактичних і локальних цілей розвитку на рівні держави. Вивчення, узагальнення і висвітлення досвіду у вирішенні надзвичайно складної проблеми – реформування економіки і застосування надбань цього досвіду в Україні – головне завдання сучасної вітчизняної економічної науки.

Список використаних джерел

1. Бородюк В.С. Споживчий ринок: становлення і розвиток / В.С. Бородюк // Економіка України. – 2002. – № 11. – С. 81–87.
 2. Белявцев М.І. Інфраструктура товарного ринку / М.І. Белявцев, Л.В. Шестаповалова. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 416 с.
 3. Близнюк С.В. Особливості механізму управління регіональним споживчим ринком / С.В. Близнюк // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 6 (48). – С. 69–75.
 4. Інфраструктура товарного ринку : [навч. посібник / під ред. І.В. Сороки]. – К. : НМЦВО, МоІН України; НВФ «Студ центр», 2002. – 608 с.
 5. Прогназирование и планирование экономики : уч. пос. / [В.И. Борисевич; Г.А. Кандаурова и др.] ; под общ. ред. В.И. Борисевич, Г.А. Кандауровой. – Минск : Интерсервис: Єкоперспектива, 2001. – 380 с.
 6. Новоселов А.С. Теория региональных рынков : [уч. пос.] / А.С. Новоселов. – Ростов-на-Дону : Феникс; Новосибирск : Сибирское соглашение, 2002. – 448 с.
 7. Економічна енциклопедія : у 3 т. Е45. Т. 3 / [редкол. : С.В. Мочерний (відп ред.) та ін.]. – К. : Видавничий центр «Академія», 2002. – 952 с.
 8. Шевчук О.В. Сучасні тенденції розвитку ринку продовольчих товарів в Україні / О.В. Шевчук // Економіка АПК. – 2003. – № 8. – С. 146–149.
-