

Яхно Т.П.,

к. е. н.,

доцент кафедри міжнародних економічних відносин,  
Львівська комерційна академія

## ЕФЕКТИВНИЙ ЛАНЦЮГ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОГО РИНКУ «СПОЖИВАЧ – ВИРОБНИК – ДЕРЖАВА»

**Анотація.** У статті визначено принципи оптимізації учасників споживчого ринку, представлено відповідні умови ефективності життєздатності удосконалення політики споживчого ринку та відповідний механізм державного регулювання споживчого ринку України.

**Ключові слова:** споживчий ринок, принципи регулювання, споживач, виробник, інтереси держави, рівень задоволення потреб населення.

**Постановка проблеми.** 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.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У сучасній вітчизняній і зарубіжній економічній літературі питанням регулювання споживчого ринку займалися О.М. Азарян, В.Г. Андрійчук, А.Ф. Бондаренко, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин, Л.І. Дідківська, Г.Н. Климко, В.І. Куценко, А.А. Мазаракі, Д.М. Стеченко, М.І. Туган-Барановський, А.В. Чайнов, А.М. Фрідман, Я.М. Антонюк, В.В. Апопій, М.Ф. Байдаков, П.Ю. Балабан, І.О. Бланк, П.І. Вахрін, Я.А. Гончарук, А.І. Гребньов, Л.О. Лігоненко, В.С. Марцин, М.П. Овчарук, Н.М. Ушакова, А.В. Войчак, Є.П. Голубков, Ф. Котлер, А.І. Кредісов, А. Хоскінг та ін.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Питання функціонування споживчого ринку і його регулювання вирішуються багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами, але механізм функціонування та взаємодії взаємовідносин «споживач – виробник – держава» ще недостатньо ефективний протягом трансформаційного періоду розвитку економіки країни.

**Мета статті** полягає у визначенні системи вдосконалення та регулювання функції оптимізації учасників споживчого ринку «споживач – виробник – держава».

**Виклад основного матеріалу дослідження.** У кожній розвиненій державі інтереси споживача – це складова частини захисту людини. Сучасний світ правильно побудований таким чином, коли споживач здійснює керівну функцію на ринку, а це можливо лише за активної життєвої позиції кожного громадянина країни, виробника продукції та державної підтримки.

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.

У 1985 р., беручи до уваги інтереси та потреби споживача, визначаючи, що вони дуже часто знаходяться в нерівних економічних та соціальних умовах, урахувавши, що споживачі мають право на доступ до безпечних та якісних товарів, були введені «Керівні принципи ООН для захисту інтересів споживачів», до яких належать [1]:

- сприяння створенню структур виробництва та розподілу;
- високий рівень етичних норм поведінки причетних до споживачів;
- сприяння створенню ринкових умов;
- сприяння створенню незалежних груп споживачів;
- сприяння країнам у боротьбі зі шкідливою діловою практикою;
- розширення міжнародного співробітництва в галузі захисту споживачів.

Водночас виробникам, а саме підприємствам разом з урядом, належить розробляти політику та завдання, створювати (або) зберігати належну інфраструктуру для впровадження, здійснення та контролю політики захисту інтересів споживачів. Особливу увагу слід приділяти забезпеченню того, щоб заходи щодо захисту інтересів споживачів проводились на благо всіх верств населення, особливо сільського.

Розвиток політики сучасного споживчого ринку повинен урахувати пріоритетний ланцюг відповідних взаємовідносин: «споживач – виробник – держава». Дана політика повинна відповідати наступним умовам ефективності функціонування та життєздатності удосконалення політики споживчого ринку, які, на нашу думку, є основними, а саме:

1. Безпека та якість продукції, які насамперед визначає безпеку для життя, здоров'я, майна споживача і навколишнього середовища за звичних умов його використання, зберігання, транспортування й утилізації, а також безпека виконання роботи. Належна політика повинна забезпечувати, щоб товари були безпечними як при їх призначеному, так і іншому можливому використанні. Споживачів необхідно інструктувати про правильне використання товарів та інформувати про можливий ризик при призначеному або іншому можливому використанні. Безпечність товару залежить від показників якості (табл. 1).

Ефективна політика повинна забезпечувати, щоб виробники, якщо їм стало відомо про виникнення непередбаченої

Таблиця 1

Характеристика показників якості продукції

Група показників	Трактування
Призначення	відображають корисний ефект від використання продукції
Естетичні	визначення продукції задовольнити потребу в красі
Надійності	властивість продукції зберігати у часі характеристики всіх параметрів
Економічні	використання сировини, палива, матеріалів продукції, які відображають її технічну досконалість за рівнем або ступенем споживання сировини
Технологічні	характеризують конструкторсько-технологічні рішення для забезпечення виготовлення продукції
Ергономічні	відображають взаємодію людини з виробом, дають змогу визначити зручність товару
Патентно-правові	характеризують патентну чистоту продукції та її істотний чинник у визначенні конкурентоспроможності
Транспортабельності	визначають пристосованість продукції до перевезень
Екологічні	визначають рівень шкідливих впливів на навколишнє середовище при експлуатації продукції
Економічні	характеризують витрати на розробку, виготовлення продукції, її експлуатацію

Джерело: складено автором

небезпеки вже після виходу товару на ринок, негайно повідомляти про це відповідні органи влади і, у разі необхідності, у випадку виникнення серйозного дефекту у будь-якому товарі виробники повинні вилучити його з обігу та ліквідувати дефект або замінити, або запропонувати інший товар; якщо в розумні строки це зробити неможливо, споживачеві має бути виплачена відповідна компенсація.

2. Економічні інтереси споживачів та їх захист, реальний, зумовлений економічними відносинами та принципами влади, мотив соціальних дій людей, як з боку виробників, так і з боку держави для задоволення потреб.

Слід зазначити, що до середини 70-х років ХХ ст. споживачі мало впливали на характер підприємницької діяльності. Це був час, коли попит перевищував пропозицію, а тому потреби споживачів виробники часто не брали до уваги і сприймали споживачів як певну масу, яка повинна сплачувати управлінські витрати, виступати в ролі суб'єкта у процесі розподілу підприємницької діяльності. З початком ери глобалізації все докорінно змінилося. Тепер виробникам доводиться концентрувати всю свою увагу на потребах споживача. Головне завдання, що постало перед виробниками продукції, – дати відповідь на такі запитання: чому споживач намагається придбати цей товар, а не інший; чому він вважає престижним мати саме цей товар; чому споживач змінив свою думку стосовно того чи іншого економічного блага. Дуже важливе значення має забезпечення гарантованого рівня споживання. У минулому безумовний пріоритет належав виробництву.

В умовах державного монополізму, хронічного дефіциту товарів споживач, по суті, не має права на належну якість

продукції. Ринкова економіка створює відповідні умови для такого права, відповідних вимог виробника перед споживачем продукції. Споживач може вимагати від виробника, щоб якість придбаної ним продукції відповідала обов'язковим вимогам державних стандартів, іншій нормативно-технічній документації та договорам. Вимоги повинні передбачати безпеку продукції, охорону здоров'я і життя громадян, охорону навколишнього середовища тощо. Виробник зобов'язаний передати споживачу (покупцю-замовнику) продукцію, що відповідає за якістю вимогам стандарту. Одним з важливих заходів захисту споживача є гарантійні зобов'язання. Вони полягають у тому, що виробник забезпечує нормальну роботу (застосування, використання) продукції, у тому числі комплектуючих виробів, протягом гарантійного строку. При цьому гарантійні строки на комплектуючі вироби мають бути не меншими, ніж гарантійний строк на основний виріб.

3. Ефективна система розподілення основних споживчих товарів та послуг.

В умовах ринкової економіки підприємства значну увагу приділяють проблемам оптимізації процесу просування товарів від виробника до споживача. Результати їхньої господарської діяльності багато в чому залежать від правильності вибору каналів розподілу товарів, форми і методи їх збуту, широти асортименту і якості наданих підприємством послуг, пов'язаних з реалізацією продукції. Розподіл наявних ресурсів каналу передбачає передусім вибір відповідних партнерів для реалізації стратегії каналу, аудит та оцінку ресурсів, які партнери погоджуються задіяти під час виконання функцій каналу розподілу, концентрацію ресурсів та ефективний розподіл між партнерами та функціями каналу для забезпечення запланованого рівня обслуговування кінцевих споживачів. Вибір і економічні показники партнера по каналу є основними чинниками, які визначають рівень ефективності маркетингового каналу. Усі складені плани щодо ефективної діяльності каналу виявляються цілковито марними, якщо до роботи в каналі не будуть залучені організації, здатні забезпечити їхнє виконання.

Сучасні канали розподілу переміщують товари та послуги від виробників до споживачів. Вони долають бар'єри часу, відстані та права власності, які відділяють товари та послуги від тих, хто ними користуватиметься. Учасники каналу розподілу – виробники, оптови, роздрібні торговці та ін. – виконують одну або кілька функцій. На ринку розподілу товарів та послуг існують відповідні функції учасників каналів розподілу, а саме (рис. 1):



Рис. 1. Ключові функції розподілу товарів

Система розподілення за своєю сутністю є потужною організацією, яка, навіть складаючись із незалежних суб'єктів ринку, забезпечує доступність товарів і послуг кінцевим споживачам. Водночас суб'єкти ринку, які беруть участь у функціо-

уванні каналу розподілу, характеризуються розбіжністю цілей і позицій. Ці розбіжності не стають перешкодами тоді, коли встановлено низку обмежень, що полегшують діяльність кожного учасника каналу й забезпечують досягнення максимально високих результатів економічної діяльності [3].

На нашу 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.

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, у реальному житті українського споживача все виглядає значно гірше. 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. Сьогодні 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., яка здійснює наступні завдання [5]:

- державний контроль дотримання законодавства про захист прав споживачів;
- у межах своєї компетенції контролює дотримання законодавства про рекламу;
- державний ринковий нагляд у межах сфери своєї відповідальності;
- здійснює у межах своєї компетенції державний нагляд за дотриманням технічних регламентів, стандартів, норм і правил;
- здійснює в межах своєї компетенції заходи з виробництва та розповсюдження соціальної реклами;
- забезпечує міжнародну співпрацю у межах своїх повноважень, участь у роботі відповідних міжнародних організацій;
- 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;
- представляє Кабінет Міністрів України за його дорученням у міжнародних організаціях та під час укладення міжнародних договорів;
- сприяє органам місцевого самоврядування у реалізації їх повноважень щодо захисту прав споживачів;
- сприяє створенню необхідних умов для навчання та набуття населенням правових знань у сфері захисту прав споживачів;
- організовує надання споживачам консультацій з питань захисту їх прав;

- надає методичну допомогу органам виконавчої влади з питань здійснення заходів щодо реалізації державної політики у сфері захисту прав споживачів;

- сприяє реалізації в Україні «Керівних принципів» для захисту інтересів споживачів, прийнятих Генеральною Асамблеєю ООН 9.04.1985 р.;

- здійснює інші повноваження, визначені законами України та покладені на неї Президентом України.

Відповідний механізм державного регулювання повинен урахувати особливості соціально-економічного розвитку: стан економіки, роль державних інститутів, рівень розвитку матеріальних та духовних потреб населення, шкалу суспільних пріоритетів, правила управлінської діяльності та ін. Функціонування споживчого ринку представляє собою складний механізм взаємодії соціальних, економічних, правових, адміністративних, політичних та інших елементів, які групуються у відповідні принципи (рис. 2).



Рис. 2. Групи принципів державного регулювання споживчого ринку

Джерело: складено автором

До групи принципів цільового призначення відносять:

- взаємоузгодженість інтересів учасників ринку;
- підпорядкованість індивідуальних інтересів загальним;
- необхідність відповідних умов на ринку;
- достатність умов ринку;
- суміжність інтересів виробників та споживачів.

До другої групи процесуальних принципів можна віднести:

- оптимізаційні;
- рівноправність партнерів на ринку;
- відповідність спеціальних повноважень та ресурсів;
- відповідальність влади;
- адаптаційні.

До організаційних принципів належать:

- комплексність та системність;
- централізація управлінських процесів;
- відкритість;
- наукова обґрунтованість;
- політична та економічна єдність.

Отже, з боку держави необхідно розробляти відповідні заходи з точки зору норм безпечності та якості споживчих товарів на ринку, а саме: сприяти розробленню та використанню на національному і міжнародному рівнях добровільних та інших норм безпечності та якості товарів і послуг та відповідно їх популяризувати; заохочувати перевірки та видання свідоцтв про безпечність, якість і технічні характеристики основних споживчих товарів та послуг; коли через місцеві економічні умови будь-яка норма є слабшою за загальновизнані міжнародні норми, повинні докладатися всі можливі зусилля для скорішого посилення цієї норми.

**Висновки.** Споживчий ринок є надзвичайно мінливим, різностороннім та динамічним. Межі ринку безперервно роз-

ширюються або звужуються, відбуваються суттєві структурні зрушення, змінюються обсяги товарної маси та обсяги послуг, що на ньому циркулюють, змінюються ціни. Усі процеси споживчого ринку відбуваються під дією об'єктивних законів, які спрямовані на регулювання ринку. У свою чергу, закон, поглиблення розподілу і спеціалізації праці, інтеграція, прогрес виробництва призводять до появи нових видів предметів споживання і розвитку потреб населення. Це і закон постійного зростання особистих потреб людини, що призводить до високої частоти зміни та розширенню асортименту споживчих товарів та послуг, що виробляються, закон вартості, який вимагає еквівалентного обміну, бо в основі порівняння різних предметів споживання лежить праця, що в них закладена.

Проте ринкова саморегуляція споживчого ринку в умовах зростання обсягів і рівня економіки, ускладнення господарського розвитку, посилення низки протиріч між виробником і споживачем, посилення монополістичних тенденцій та глобалізаційних викликів не в змозі забезпечити ефективний і стабільний розвиток споживчого ринку та формування оптимальних соціально-економічних пропозицій. Як показали приклади розвитку світової економіки, саморегуляція в деяких країнах призвела до спаду національного виробництва, зростання державного боргу, значного безробіття, зниження доходів, скорочення попиту. Ринкова саморегуляція повинна доповнюватися системою певних дій та важелів впливу з боку держави.

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.

#### *Література:*

1. Ринки реального сектора економіки України: структурно-інституціональний аналіз / В.О. Точилін, Т.О. Осташко, О.В. Пустойт [та ін.] ; за ред. д-ра екон. наук, проф. В.О. Точиліна ; НАН України, Ін-т екон. та прогноз. – К., 2012. – 640 с.
2. Кавтиш О.П., Гречко А.В. Теоретико-методологические подходы к определению национальной инновационной системы /

О.П. Кавтиш, А.В. Гречко // Инновационная экономика. – 2011. – С. 225–226.

3. Покришка Д.С. Інвестиційне забезпечення інноваційних процесів в економіці України / Д.С. Покришка ; Національний інститут стратегічних досліджень. – К., 2009. – № 48. – С. 1–2.
4. Корецький В.Л. До проблеми безпеки харчування та моніторингу якості життя населення України / В.Л. Корецький, Н.М. Орлова // Проблеми харчування. – 2006. – № 1. – С. 42–44.
5. Клісакова А.В. Особливості споживчої поведінки та ролі домогосподарств в економіці України / А.В. Клісакова // Управління розвитком. – 2010. – № 21(97). – С. 98–100.
6. Завербна Н.В. Напрями удосконалення політики доходів і витрат населення в умовах інтеграції України у світове господарство / Н.В. Завербна, А.С. Завербний // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. – Львів : Львів. політехніка, 2007. – № 605. – С. 207–212.
7. Гладун О.М. Вибіркові обстеження населення: методологія, методика, практика : [монографія] / О.М. Гладун – Ніжин : Аспект-Поліграф, 2008. – 348 с.

#### **Яхно Т.П. Эффективная цепь развития потребительского рынка «потребитель – производитель – государство»**

**Аннотация.** В статье определены принципы оптимизации участников потребительского рынка, представлены соответствующие условия эффективности жизнеспособности совершенствования политики регулирования потребительского рынка и механизм государственного регулирования потребительского рынка Украины.

**Ключевые слова:** потребительский рынок, принципы регулирования, потребитель, производитель, интересы государства, уровень удовлетворения потребностей населения.

#### **Yahno T.P. An effective chain of consumer market development «consumer – producer – state»**

**Summary.** The article defines the principles of optimization of Consumer Market, presented the relevant conditions improve policy efficiency viability of the consumer market and the mechanism of state regulation of the consumer market of Ukraine.

**Keywords:** consumer market, principles of regulation, consumer, manufacturer, interests of the state, level of needs of the population.