

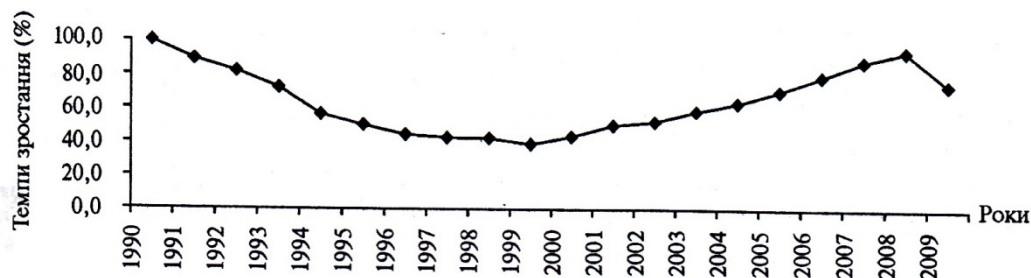
- комплексне інформаційне управління конкретними сферами життя регіону в умовах створення єдиного інформаційного простору.

*Школяренко О.О., Рустамова Г.М.*

## РИНОК СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ І ВПЛИВ НА СТРУКТУРУ ЕКОНОМІКИ

Ринок споживчих товарів є одним з найбільших в економіці України. На ньому домогосподарства забезпечують свої потреби в продовольчій і непродовольчій продукції іноземного та вітчизняного виробництва. Дослідження сектору споживчого ринку, де реалізуються вітчизняні товари, є важливим з кількох причин. По-перше, на ньому, як правило, формується попит на вітчизняні сировинні ресурси та інвестиційні товари, тобто він визначає вектор розвитку економічної діяльності в галузях, які виробляють сировину, напівфабрикати, верстати та обладнання. По-друге, збільшення обсягу продажу вітчизняних споживчих товарів є свідченням зростання продуктивності національної економіки, оскільки ці товари мають найбільшу додану вартість порівняно із сировиною та напівфабрикатами, використаними для їх виготовлення.

Ринок вітчизняних споживчих товарів є складовою частиною внутрішнього ринку України, де перебуває в обігу товарна продукція, яка користується попитом домогосподарств, підприємств та органів державної влади. Аналіз динаміки обсягу внутрішнього ринку України в 1991—2009 рр. показує, що він розвивався нерівномірно. Зокрема, за підсумком майже десятирічного зростання, обсяг внутрішнього ринку на кінець 2009 р. становив 74,3% рівня 1990 р., а в 2008 р. - 96,4% (рис. 1).



**Рис. 1. Динаміка обсягу внутрішнього ринку України в 1990–2009 рр.**

За обсягом внутрішнього ринку Україна не поступається переважній більшості країн світу. У системі міжнародних порівнянь за критерієм "розмір внутрішнього ринку" вона посіла 30-те місце серед 133 країн, які аналізувалися за методологією Всесвітнього економічного форуму у 2009—2010 рр. (у 2007—2008 рр. — 27-ме місце серед 131 країни). У звіті цієї організації внутрішній ринок України дістав найвищу оцінку з країн СНД, за винятком Росії, яка у

2009—2010 рр. за розміром внутрішнього ринку займала восьме місце в міжнародному рейтингу (у 2007-2008 рр. - 10-те з 131 країни).

Водночас за обсягом внутрішнього ринку, розрахованим на 1 чол. населення, Україна значно поступається європейським державам, що свідчить про невисокий рівень купівельної спроможності споживачів. Так, у звіті Всесвітнього економічного форуму за критерієм "купівельна спроможність споживачів" Україна посіла 71-ше місце серед країн, які досліджувалися у 2009—2010 рр. [1] Обсяг внутрішнього ринку на 1 чол. населення характеризує вартість споживчих, інвестиційних товарів і послуг (включаючи імпортні), які може придбати один мешканець країни протягом року. Чим вищий рівень розвитку економіки, тим більше продукції кінцевого споживання виробляється для продажу на внутрішньому та зовнішньому ринках. Велика частка кінцевої продукції у випуску товарів і послуг свідчить про глибоку переробку природних ресурсів у національній економіці та значний рівень її технологічного розвитку у світовому господарстві. Зважаючи на це, актуальності набирає запитання: у якому напрямі розвивається економіка України за критерієм "частка вітчизняної споживчої продукції на внутрішньому ринку"? Для відповіді на нього доцільно скористатися статистичними даними щодо частки продажу споживчих товарів, вироблених на території України, через торговельну мережу підприємств. Це статистичне обстеження з достатньою вірогідністю кількісно характеризує оборот вітчизняних споживчих товарів на внутрішньому ринку (частка підприємств торгівлі становить більше половини обсягу роздрібного товарообороту). Крім того, доцільно використати дані щодо величини роздрібного товарообороту та капітальних інвестицій, які, відповідно, характеризують оборот споживчих та інвестиційних товарів на внутрішньому ринку. Тенденції розвитку цих трьох секторів внутрішнього ринку порівняно з випуском товарів і послуг в Україні показано на рисунку 2.

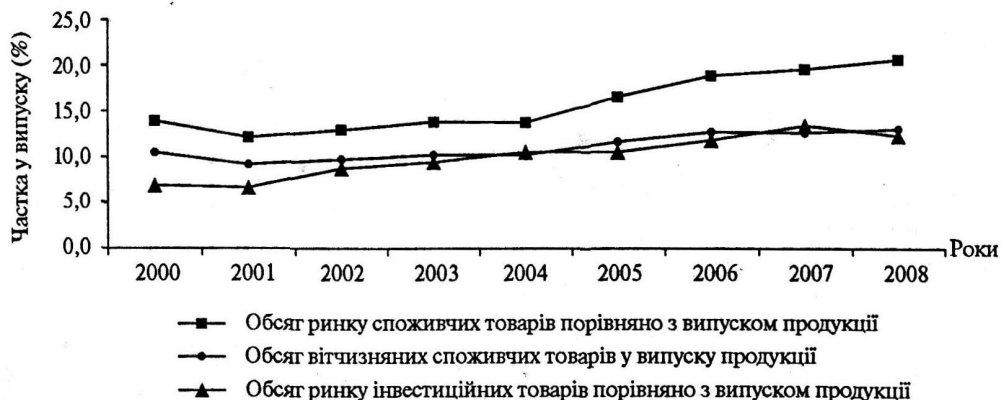


Рис. 2. Динаміка розвитку секторів споживчих та інвестиційних товарів внутрішнього ринку України у 2000—2008 рр.

Дані рисунка свідчать, що протягом періоду економічного зростання найбільш динамічно на внутрішньому ринку розвивався сектор споживчих товарів. Так, у 2000-2008 рр. їхня частка порівняно з випуском товарів і послуг зросла на

6,8%, тоді як інвестиційних — на 5,4%, а вітчизняних споживчих товарів — на 2,6%. Для економіки України наслідки такого уповільнення були вагомими — її конкурентоспроможність у світовому господарстві поступово зменшувалася. Вона втрачала здатність динамічно розширювати товарне виробництво продукції в межах світового господарства і, відповідно, кардинально збільшувати доходи домогосподарств, підприємств та держави в найближчій перспективі.

У 2009 р. тенденцію зменшення обсягів продажу вітчизняних споживчих товарів було призупинено під впливом світової економічної кризи. Зокрема, у 2009 р. частка вітчизняних споживчих товарів у торговельній мережі підприємств зросла з 63,1% до 67,4%, причому переважно за рахунок непродовольчих товарів. Основним чинником, що зумовив збільшення попиту на вітчизняні споживчі товари у 2009 р., було зростання їх цінової конкурентоспроможності, що стало можливим через девальвацію гривні й відповідне підвищення рівня цін на імпортовані товари.

Розглянута економічна тенденція, можливо, є єдиним позитивним результатом впливу світової економічної кризи на розвиток вітчизняної економіки. Їй слід приділяти належну увагу, оскільки збільшення обсягів продажу вітчизняних споживчих товарів є однією з основних підойм переведення економіки України на нове джерело економічного зростання - збільшення продуктивності використання природних ресурсів у процесі товарного виробництва. Проте сьогодні виникає ключове запитання - а чи зможе Україна скористатися цим шансом, щоб змінити структуру власного виробництва на користь споживчих товарів, тобто вивести економіку на рівень, якісно вищий порівняно з докризовим станом? Щоб дати відповідь на це запитання, необхідно проаналізувати, які чинники справлятимуть домінуючий вплив на ділову активність учасників внутрішнього ринку вітчизняних споживчих товарів у найближчі 2—3 роки.[2]

Тенденції зміни попиту домогосподарств на внутрішньому ринку споживчих товарів. Основною підоймою поживлення ділової активності на внутрішньому ринку споживчих товарів є попит споживачів, величину якого характеризує статистичний показник роздрібного товарообороту. В Україні доходи домогосподарств не зменшувалися. Це означає, що динаміку попиту на ринку споживчих товарів визначають нецінові чинники, які змінюють структуру витрат домогосподарств. Головним чином, серед них вивчаються такі: очікування споживачів щодо зміни доходів у майбутньому, їхня заборгованість за покупки, зроблені в попередні періоди, зміни у величині податків тощо.

Тенденції зміни пропозиції на внутрішньому ринку вітчизняних споживчих товарів. Основною підоймою стимулювання активності підприємств на ринку вітчизняних споживчих товарів є здатність отримувати прибутки. Збільшення їх величини, як правило, відбувається в результаті двох подій на ринку: зростання рівня цін на вітчизняні споживчі товари або зменшення витрат вітчизняних товаровиробників на виготовлення одиниці товарної продукції. І в першому, і в другому випадку у товаровиробників збільшуються стимули до розширення виробництва продукції, підвищення її пропозиції на внутрішньому ринку.

Дефіцит вітчизняних сировинних ресурсів. Зменшення виробництва на

внутрішньому ринку сировинної продукції призводить до підвищення рівня цін на неї та зростання собівартості товарів кінцевого споживання. В економіці України дефіцит окремих видів сільськогосподарської сировини набув ознак хронічного. Наприклад, товарне виробництво молока зменшувалося з 2006 р., а цукрових буряків — з 2007 р. У результаті у 2009 р., наприклад, середні ціни реалізації цукрових буряків сільськогосподарськими підприємствами (крім малих) зросли до 187,2% порівняно з 2008 р. Це, відповідно, спричинило в січні — грудні 2009 р. підвищення споживчих цін на цукор до 183,9% і на кондитерські вироби з цукру - до 123,5%.

Незадовільна швидкість нагромадження капіталу. Пропозиція споживчої продукції має тенденцію до зростання лише у випадку нагромадження достатніх інвестиційних ресурсів на підприємствах, що її виготовляють. Проте в Україні у 2009 р. на шляху оновлення виробничих потужностей вітчизняних підприємств виникли нездоланні перешкоди.

Це, насамперед, ускладнення процесу трансформації заощаджень домогосподарств у інвестиційні ресурси товаровиробників, що зумовлено рядом причин, з яких головна - втрата довіри населення до банківської системи. [3] Значною перешкодою є також зростання ризиків кредитування вітчизняних підприємств. У 2009 р. банківські установи перестали активно кредитувати сектор товарного виробництва через збільшення частки "проблемних" кредитів серед тих, які видавалися підприємствам у докризовий період. Крім того, вітчизняні підприємства, як вважають працівники банків, залишалися "перекредитованими".

Наведені чинники негативно впливатимуть на розвиток ділової активності на внутрішньому ринку і в найближчій перспективі. [4]

Висновки та пропозиції.

Під впливом світової економічної кризи в економіці України в IV кварталі 2008 р. відбувся різкий спад ділової активності, що спричинило девальвацію гривні відносно основних світових валют. У результаті продукція вітчизняних підприємств дістала цінові переваги над іноземними аналогами, а девальваційний резерв створив нові потужні стимули для збільшення обсягів виробництва на внутрішньому й зовнішньому ринках. Це дає Україні унікальний шанс змінити структуру товарного виробництва на користь продукції кінцевого споживання, що має велику додану вартість. Для його реалізації потрібно не просто активізувати ділову активність, а й досягти високих темпів її зростання насамперед на внутрішніх ринках вітчизняних споживчих товарів, що, у свою чергу, формують похідний попит на інвестиційну продукцію. При цьому внутрішній ринок варто розглядати як "платформу" для економічної експансії на ринки споживчих, інвестиційних товарів і послуг інших країн.

Виконання такого масштабного завдання передбачає, що товарний сектор економіки України в середньостроковій перспективі почне зростати переважно за рахунок найбільших внутрішніх ринків вітчизняної високотехнологічної кінцевої продукції. Пріоритети її виробництва доцільно чітко окреслити в державних програмах, спрямованих на виготовлення таких споживчих товарів, як, на-

приклад, гібридні легкові автомобілі, бензин (Євро-4 і Євро-5), електропобутові прилади, електроінструменти, одяг, будівельні матеріали, фармацевтична продукція, органічна сільськогосподарська сировина, продовольчі товари тощо, а також на випуск інвестиційної продукції: пасажирських і транспортних літаків, міських автобусів, трамваїв, тролейбусів, верстатів та обладнання, електроніки, програмного забезпечення та ін. Крім того, ці програми мають створити потужний мотиваційний механізм розширення зазначених видів економічної діяльності. Продовжити час, необхідний для зміни структури товарного виробництва на користь вітчизняних споживчих та інвестиційних товарів, можна шляхом підвищення рівня їх нецінових переваг. Цей напрям державної політики пов'язаний із стимулюванням виробництва високоякісної та безпечної продукції. Він є важливим з огляду на те, що експансію вітчизняних споживчих та інвестиційних товарів на зовнішні ринки можна здійснити лише за єдиної умови — високої якості продукції та надійної безпеки її споживання. Крім того, держава, установивши підвищені вимоги до виробництва вітчизняної продукції, не тільки створить додаткові стимули для поліпшення її якісних характеристик, а й унеможливить імпорт на внутрішній ринок низькоякісних дешевих товарів, які гальмують зростання ділової активності. Вибір цього шляху потребує визнання пріоритету політики технічного регулювання та підвищення безпеки продуктів харчування. Сьогодні напрями політики не відповідають таким вимогам, незважаючи на певну увагу до них органів влади.

Розглянуті заходи є лише окремими елементами, на основі яких доцільно сформулювати концептуальні засади економічної політики України в посткризовий період. Без їх здійснення, наприклад, ефект від модернізації інфраструктури та базових ринків, передбаченої в Програмі економічних реформ на 2010—2014 рр. "Заможне суспільство, конкурентоспроможна економіка, ефективна держава", буде мінімальним, тобто таким, що розвиває не нові, а традиційні види економічної діяльності.

### *Література*

1. Точилін В.О., Осташко Т.О., Пустовойт О.В. та ін. Ринки реального сектора економіки України: структурно – інституціональний аналіз. За ред. д. е. н. професора В.О. Точиліна. К., Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2009, с.162-168.
2. Жаліло Я.А., Базелюк Я.Б., Белінська Я.В. та ін. Конкурентоспроможність економіки України в умовах глобалізації. За ред. Я.А. Жаліла. К., НІСД, 2005, с.57-77.
3. Латугін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання. Монографія. К., 2008, 327 с.
4. Осташко Т.О., Волощенко Л.Ю., Ленінова Г.В. Внутрішній агропродовольчий ринок України в умовах СОТ. Відпов. ред. д. е. н. проф. В.О. Точилін. К., Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2010, 208 с.