

УДК 330.101:330.522.7(477)

ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНІ МЕТОДИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ В УКРАЇНІ

Лазебна І.В., асистент, Київський національний торговельно-економічний університет

Лазебна І. В. Фінансово-економічні методи державного регулювання ринку споживчих товарів в Україні.

У статті визначено зміст та необхідність державного регулювання ринку споживчих товарів в Україні. Проаналізовано фінансово-економічні методи регулювання, що відіграють одну з найважливіших ролей в управлінні процесами на ринку споживчих товарів. Державне регулювання намагається доповнювати ринковий економічний механізм, і незважаючи на те, що ринкова система стала регульованою, державний вплив має свої межі, які визначаються можливостями ринкового механізму попиту і пропозиції за умов недосконалої конкуренції. Держава бере на себе лише ті функції, які не підвладні ринку і пов'язані з необхідністю задоволення суспільних потреб. У статті було проведено аналіз фінансово-економічних методів державного регулювання. Їх застосування дає змогу створити економічні умови на ринку, які спонукають суб'єктів ринку діяти в необхідному для потреб споживачів напрямі, вирішувати ті, чи інші завдання згідно з загальнодержавними інтересами та приватними (особистими), а також зберегти право на вільний вибір своєї поведінки. Податки сприяють стимулюванню розвитку національного виробництва, вони є ефективним інструментом реалізації державної політики стосовно заохочення бізнесу, ділової та інвестиційної активності, стабілізації ринкової кон'юнктури, нарощенню підприємствами товарної пропозиції.

Лазебная И. В. Финансово-экономические методы государственного регулирования рынка потребительских товаров в Украине.

В статье определено содержание и необходимость государственного регулирования рынка потребительских товаров в Украине. Проанализированы финансово-экономические методы регулирования, которые играют одну из важнейших ролей в управлении процессами на рынке потребительских товаров. Государственное регулирование дополняет рыночный экономический механизм, и, несмотря на то, что рыночная система стала регулируемой, государственное влияние имеет свои пределы, которые определяются возможностями рыночного механизма спроса и предложения при условиях несовершенной конкуренции. Государство берет на себя лишь те функции, какие не подвластны рынку и связанные с необходимостью удовлетворения общественных потребностей. Был проведен анализ финансово-экономических методов государственного регулирования. Их применение дает возможность создать экономические условия на рынке, которые побуждают субъектов рынка действовать в необходимом для потребностей потребителей направлении, решать те, или другие задания согласно общегосударственным интересам и частным (личными), а также сохранить право на свободный выбор своего поведения. Налоги способствуют развитию национального производства, они являются эффективным инструментом реализации государственной политики относительно поощрения бизнеса, деловой и инвестиционной активности, стабилизации рыночной конъюнктуры, стимулирования предприятиями товарного предложения.

Lazebna I. Financial and economic methods of state regulation of consumer goods in Ukraine.

Financial and economic methods of state regulation of consumer goods market in Ukraine. The article defines the significance and the need for state regulation of consumer goods market in Ukraine. Financial and economic methods of regulation that play one of the most important roles in the management processes for the consumer goods market are analysed. Governmental regulation tries to complement market economic mechanism and despite the fact that the market system became regulated, government influence has its limits, which are determined by potential of the market mechanism of supply and demand under conditions of imperfect competition. The state covers only those features that are not subject to market and related to meet social needs. We have analysed the financial and economic methods of state regulation. Their application allows to create economic market conditions that encourage market players to act in the desired direction for consumer needs and solve those other tasks in accordance with national and private (personal) interests and also keep the right to freely choose their behavior. Taxes help stimulate the development of domestic production, they are an effective instrument of public policy concerning the promotion of business and investment activity, stabilization of market conjuncture, increase commodity supply by companies.

Постановка проблеми. Будь який ринок не може розвиватися і функціонувати без регуляторних механізмів щодо здійснення ефективної політики, державного стимулювання розвитку ринку, покращення ситуації на ньому згідно з потребами та інтересами суспільства. Система саморегулювання ринку споживчих товарів діє не за всіма напрямками, тому коригування помилок ринку, згладжування негативних ринкових процесів, стимулювання зростання, створення умов ефективної конкуренції та боротьби з монополізмом, обумовлюють необхідність системного впливу держави на функціонування ринку споживчих товарів.

Фінансово-економічні методи є саме тими засобами впливу, які опосередковано впливають на діяльність суб'єктів ринку. А цілі, які ставить перед собою держава, досягаються не примушенням, а створенням державою фінансових або матеріальних стимулів, здатних впливати на економічні інтереси суб'єктів господарювання і обумовлювати їхню поведінку, і змушує підприємців діяти в бажаному для держави руслі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі питання регулювання ринку споживчих товарів привертають увагу багатьох вчених. Зокрема, проблемами вивчення й аналізу процесів обміну, регулювання ринку займаються як українські, так і зарубіжні учені, зокрема О.О. Беляєв, А.С. Бебело, В.Геєць, Л.С. Головко, Л.І. Дідківська, О.М. Комиков, І. Р. Михасюк, С. Мочерний, Д.М. Стеченко, В.О. Точилін, С. М. Чистов, А.Чухно, Л. А. Швайка та ін. Вони визначають державне регулювання товарного ринку як управління соціально-економічним розвитком країни, тобто сукупність заходів державного впливу через державні органи на економічні об'єкти і процеси та осіб, що беруть у них участь з метою певного спрямування господарської діяльності суб'єктів національної економіки, узгодження та впорядкування їхніх інтересів і дій для реалізації конкретних цілей, щоб надати процесам організований характер, забезпечити виконання законів, відстоювати державні та суспільні інтереси, а також з метою створення нормальних умов для функціонування ринку та вирішення складних соціально-економічних проблем суспільства.

Мета статті. Розкрити зміст державного регулювання ринку споживчих товарів в Україні, його необхідність в рамках сучасних економічних процесів. Специфіка регулювання споживчих товарів повинна враховувати всі аспекти якості, доступності, відповідності товарів до норм та ін. А також висвітлити і проаналізувати фінансово-економічні методи державного регулювання ринку споживчих товарів та їх використання.

Основний зміст. Далеко не всі економічні функції і процеси можуть реалізуватися на основі ринкових відносин [1]. Зростання економічної ролі держави, її втручання в процес суспільного виробництва і висока концентрація останнього модифікували традиційний механізм саморегулювання економіки, різко обмежили дію стихійних ринкових сил. Держава прийняла на себе цілу низку регулюючих функцій, особливо щодо розвитку державного сектора економіки, а також ринкової кон'юнктури. Довголітня практика державного втручання в економіку дала змогу виробити відповідні методи і важелі, в результаті чого економічна система стала високоефективною. Політика державного регулювання дає можливість нейтралізувати численні руйнівні процеси і небажані відхилення, які періодично переривають і деформують рух економічного циклу [2; 3].

Ринок споживчих товарів залежно від зміни ситуації на ньому потребує постійного контролю та відповідного державного регулювання, особливо, враховуючи те, що цей ринок часто розвивається швидкими темпами. Система державного регулювання ринку споживчих товарів повинна включати в себе цілеспрямовані фінансово-економічні, податкові, політичні, правові, адміністративні та інші методи впливу на параметри цього ринку з метою формування базових засад функціонування досліджуваного ринку, спрямованих на забезпечення сприятливих умов для розвитку ринку та підприємств – виробників товарів, збільшення обсягів виробництва та поліпшення якісних характеристик товарів, усунення вад ринкового саморегулювання, стимулювання конкуренції та ділової активності, розвиток ринку споживчих товарів через вплив НТП та здійснення інноваційної політики, дотримання стабільного оптимального рівня цін на різні товари (особливо товари першої необхідності), справедливого розподілу доходів та забезпечення економічної безпеки на досліджуваному ринку.

Державне регулювання ринку споживчих товарів повинно, на наш погляд забезпечувати: контроль за дотриманням вимог щодо технології виробництва товарів та їх якості; оптимальний рівень цін на товари продовольчої групи; усунення таких проявів на ринку, як реалізація фальсифікованої, контрабандної чи контрафактної продукції, недобросовісної конкуренції тощо. Крім того державне регулювання необхідно скеровувати в напрямку забезпечення: приватної власності та права на автономні рішення підприємствами – виробниками товарів; формування здорового конкурентного середовища на ринку; сприяння розвитку громадських організацій захисту споживача; соціальної захищеності населення тощо.

Найважливіша роль в управлінні процесами на ринку відводиться фінансово-економічним методам і важелям, інструментам та стимулам у державному регулюванні ринку споживчих товарів. Їх застосування дає змогу створити економічні умови на ринку, які спонукають суб'єктів ринку діяти в необхідному для суспільства напрямі, відповідно до потреб споживачів, вирішувати ті, чи інші завдання згідно з загальнодержавними інтересами та приватними (особистими). Регулювання за допомогою економічних методів дає змогу суб'єктам господарювання зберегти право на вільний вибір своєї поведінки.

Рациональна податкова система як один з економічних методів державного регулювання, за допомогою якого можна досить ефективно впливати на процеси економічного зростання та соціального розвитку, і що забезпечує умови для активізації регулюючої функції податків, сприяє стимулюванню розвитку національного виробництва, нарощенню підприємствами експортного потенціалу тощо. Деякі споживчі товари ринку належать до високоприбуткових, тому оподаткування має свої особливості, зумовлені існуванням характерних для цього ринку додаткових податкових платежів (наприклад для ринку алкогольних напоїв та тютюнових виробів), встановлених нормативними актами України.

Сьогодні ПДВ є головною складовою податкової системи в 140 країнах світу, в т. ч. і в Україні. Вперше ПДВ запроваджується у Данії у 1967 р., 1968 р. – у Франції та Німеччині, у 1969 р. – в Нідерландах та Швеції. Серед розвинутих країн ПДВ немає лише у США. В Україні цей податок є найбільш прибутковим для державного бюджету: у 2011 р. до державного бюджету надійшло 130,1 млрд. грн., що на 43,8 млрд. грн., або на

50,7% більше відповідного показника минулого року [4]. Якщо інші податки призначені для наповнення бюджету (це краще робить прибутковий податок), регулювання споживання (це краще робить акциз) чи оновлення виробництва (це роблять "податок на відсталість технології", інноваційні та екологічні збори, штрафи, тощо), то ПДВ призначений, насамперед, для глобалізаційного перерозподілу [5, С. 25].

Вагомим економічним чинником регулювання ринку споживчих товарів є формування та застосування принципів акцизної політики, до інструментів якої можна віднести: встановлення розмірів та співвідношень ставок акцизу, формування умов та методів оподаткування, звільнення та/чи встановлення пільгового режиму оподаткування тощо. Основні правові положення акцизного регулювання регламентуються Податковим кодексом України. Розділ VI Податкового кодексу України [6] (далі – ПКУ) "Акцизний податок" поєднав у собі всі законодавчі акти, щоб досягти прозорості та стабільності законодавства з питань оподаткування акцизним податком. В ПКУ передбачено всі норми щодо оподаткування підакцизної продукції, встановлено ставки акцизного податку та визначено особливості оподаткування.

У структурі податкових надходжень Державного бюджету України питома вага акцизного збору становила у 2007 р. – 9 %, 2008 р. – 7,6%, 2009 р. – 14,3%. Надходження акцизного збору у 2009 р. становили 21,33 млрд. грн., що на 8,55 млрд. грн. більше 2008 р. [7, С. 59], надходження у 2011 р. становили 33,0 млрд. грн., що на 5,4 млрд. грн., або на 19,5% більше відповідного показника минулого року. Частка надходжень акцизного збору з вироблених в Україні товарів становила 76,3% загальних «акцизних» надходжень проти 83,3% у 2010 р. Основним чинником збільшення сплати акцизу до бюджету стали надходження акцизного податку з тютюну та тютюнових виробів, які зросли на 17,2% , та становили 48,9% [4]. Іншим інструментом реалізації державного регулювання досліджуваного ринку є мито, яке може використовуватись як ефективний інструмент протекціоністської політики в умовах відкритості економіки та її глобалізації. Регулювання здійснюється на підставі Закону України «Про державне мито» від 18 грудня 1991 р. [8].

В рамках митно-тарифної політики визначаються принципи формування митного тарифу та інших видів мит, рівень та вид ставок мита, порядок їх справляння, характер побудов та рівень товарної деталізації, перелік товарів і країн, що підпадають під пільговий режим обкладення митом тощо [9]; забезпечення внутрішнього ринку товарами першої необхідності – достатнього обсягу і за доступними усім верствам населення цінами (хліб, молоко, сіль). Це забезпечується за допомогою фінансування чи вибіркового субсидування певних галузей народного господарства або окремих підприємств, надання державних замовлень на виробництво певних видів продукції, надання дотацій, податкових пільг окремим видам економічної діяльності (виробництво дитячої харчової продукції).

Мито, як і акцизний збір, є непрямим податком, який входить у ціну продукції, тому на наш погляд, через нього, з метою забезпечення справедливого балансування інтересів усіх суб'єктів економічної діяльності, держава може сприяти захисту внутрішнього ринку від конкуренції з боку іноземних товарів, впливати на конкурентоспроможність вітчизняної продукції щодо імпортованої на внутрішньому ринку тощо.

Податки на споживання, що застосовуються в Україні (ПДВ, акцизний збір, мито), повинні справляти вплив на всі джерела доходів. Але тут слід враховувати той факт, що найбільший тягар цих податків лягає на кінцевого споживача. Вони знову таки ж впливають не на всі джерела доходів однаково, а в основному на заробітну плату. Цими податками ми найбільше скорочуємо платоспроможний попит населення, а значить, і обсяги виробництва товарів народного споживання. Це відбувається через нерівномірний розподіл податків між джерелами доходів. Тому, при розробці ставок оподаткування необхідно брати до уваги рівень реальних доходів населення. Не можна забувати аксіому: з падінням попиту з боку населення згасає й виробництво.

Одним з інструментів зменшення негативних проявів господарської діяльності є штрафи, які накладаються на винуватця їх появи. Так з 1 січня 2011 р. було істотно збільшено мінімальний штраф за оптову та роздрібну торгівлю коньяком, алкогольними напоями, горілкою, лікєро-горілочаними виробами та вином за цінами, нижчими від мінімальних оптово-відпускних або роздрібних, який становить 100% вартості отриманої партії товару, розрахованої виходячи з мінімальних оптово-відпускних цін , але не менше 5000 грн. [10, С. 17] (до 31.12.2010 мінімальний штраф дорівнював 1000 грн.) відповідно до ч. 2 ст. 17 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» від 19.12.1995 № 481/95-ВР. (зі змінами і доповненнями від 04.07.2012).

Серед методів фінансово-економічного державного впливу виділяють також цінове регулювання, при якому уряд може вдаватися до окремих методів регулювання цін. Засади державного регулювання цін закладено в Законі України "Про ціни і ціноутворення" N 507-XII від 03.12.90 р. Державне регулювання ціноутворення в розвинутих економіках полягає лише у визначенні ступеня та форм обмеження вільного ціноутворення. В свою чергу цінове регулювання повинно відбуватися на ринках, де існують природні чи штучні монополії, які диктують цінові вимоги, використовуючи своє виняткове становище на ринку, а також на споживчі товари, які мають суттєве соціальне значення для населення. Державне регулювання цін здійснюється шляхом встановлення фіксованих цін, граничних рівнів цін або граничних відхилень від державних фіксованих цін тощо. Водночас Уряд України може застосовувати інші методи державного регулювання цін. Кабінет Міністрів України визначає перелік продукції, на які затверджуються відповідними органами державного управління державні фіксовані й регульовані ціни, а також перелік повноважень органів державного управління щодо встановлення і застосування цін і контролю за ними.

Формулювання закону надають практично необмежені можливості втручання держави у встановлення цін. Відповідно до Закону, регулювання цін поширюється на "ресурси, які справляють визначальний вплив на

загальний рівень і динаміку цін, на товари і послуги, що мають вирішальне соціальне значення”, але не уточнюється, про які саме товари йдеться. Під таке нечітке формулювання підводиться фактично половина всієї продукції, що випускається, тобто Уряд може регулювати споживчі ціни на будь-які товари.

Державне регулювання цін на товари, які справді його потребують, повинно спрямовуватись на недопущення інфляції, заохочувати нормальну конкуренцію, підтримувати прожитковий мінімум, що, в свою чергу, сприятиме стабілізації довгострокового розвитку економіки та соціальної сфери.

Активна участь держави в соціально-економічному розвитку країни є атрибутом соціально орієнтованої ринкової економіки. Розумний симбіоз ринкових і державних регуляторів дає можливість забезпечувати реалізацію соціально-економічних цілей розвитку суспільства: досягти високої ефективності виробництва, стабільного економічного розвитку і соціальної справедливості. Незважаючи на здатність ринку до саморегулювання необхідне також втручання держави для збільшення ефективності такого регулювання, тому держава не втрачає свої позиції в політиці державного регулювання ринку для його розвитку та становлення.

Висновки. В якості підсумку зазначимо, що при здійсненні впливу на функціонування та розвиток ринку споживчих товарів, необхідно дотримуватись певних розумних меж, держава повинна “запустити” механізми ринкової самоорганізації і обережно коригувати негативні відхилення, які там виникають, ні в якому випадку не можна позбавляти населення можливості самостійно діяти, перевантажувати його відповідними наказами та розпорядженнями з усіх питань, що представляють суспільний інтерес, оскільки такий підхід позбавить населення бажання проявляти нормальну економічну ініціативу.

У розрізі проведеного нами аналізу державного регулювання ринку споживчих товарів визначено концептуальні засади фінансово-економічних методів управління досліджуваним ринком. В сучасних умовах вагомим значення набуває формування основних принципів та методів ефективної державної політики регулювання ринку, що є підґрунтям для дослідження сучасного стану розвитку внутрішнього ринку та його окремих складових, а особливо дослідження організаційно-економічного механізму розвитку ринку, а також визначення шляхів підвищення державного регулювання, розробки методичних засад моніторингу та прогнозування ринку споживчих товарів.

Список використаних джерел:

1. Беляєв О.О. Держава і перехідна економіка: механізм взаємодії: Монографія / О.О. Беляєв, А.С. Бебело, О.М. Комиков. – К.: КНЕУ, 2003. – 51-111 с.
2. Гончарова Н.П. Інституційні підвалини державного регулювання економіки / Н.П. Гончарова // Економіка та держава. – 2008. - № 7. – С. 7-11.
3. Панасюк Б.Я. Державне регулювання економіки як мистецтво / Б.Я. Панасюк // Фінанси України. – 2008. - № 5. – С.42-55.
4. Бюджетний моніторинг: аналіз виконання бюджету за 2011 рік. – Режим доступу: http://www.ibser.org.ua/UserFiles/File/Budget-Monitor/KV_IV_2011_Monitoring_ukr.pdf
5. Сігайов А. Ефективне адміністрування ПДВ: проблеми і перспективи / А. Сігайов // Економіка України. – 2007. - № 7. – С. 25.
6. Податковий кодекс України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua>
7. Сідельнікова Л. Гармонізація акцизного оподаткування / Л. Сідельнікова // Вісник Тернопільського Національного економічного університету. – 2011. - № 3. – С. 59.
8. Закон України «Про державне мито» від 18 грудня 1991 р. (зі змінами і доповненнями від 01.11.2011 р.). – Режим доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/>
9. Волосович С.В. Митно-тарифне регулювання в умовах реструктуризації економіки України. / Державне регулювання торгівлі в ринкових умовах: матеріали міжнар. наук.-практ. конф. (Київ, 24-26 жовтня 2001 р.) / Київський національний торговельно-економічний університет, відп. ред. А.А. Мазаракі. – К., КНТЕУ, 2001 р.
10. Куцміда Н. Алкогольний акциз / Н. Куцміда // Дебет-кредит. – 2011. - № 9. – С.17.

Ключові слова: необхідність державного регулювання ринку, державне регулювання ринку споживчих товарів, економічні методи регулювання, податки, акцизи, мито, ціна, штрафи.

Ключевые слова: необходимость государственного регулирования рынка, государственное регулирование рынка потребительских товаров, экономические методы регулирования, налоги, акцизы, пошлины, цена, штрафы.

Keywords: need for state regulation of economy, state regulation of consumer goods, economic methods, taxes, excise duty, the price, fines.