

ЛІТЕРАТУРА

1. Амоша О. Проблеми та шляхи забезпечення соціальної орієнтації економіки України / О. Амоша, О. Новікова // Журнал європейської економіки. – 2005. – Червень. – Т. 4 (№ 22). – С. 173–184.
2. Гава Ю. В. Інтелектуальний капітал – шлях до економічного зростання України / Ю. В. Гава // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 4. – С. 129–134.
3. Грішнова О. А. Людський розвиток: навч. посіб. / О. А. Грішнова. – К.: КНЕУ, 2006. – 308 с.
4. Кендюхов О. Інституціональне середовище інтелектуального капіталу: вплив сучасних маркетингових тенденцій / О. Кендюхов // Научные труды ДонНТУ. – 2004. – Выпуск 69. – С. 72–77. – (Серия экономическая).
5. Наукова та інноваційна діяльність в Черкаській області. Статистичний збірник / за ред. М. Г. Литвина. – Черкаси: Головне управління статистики у Черкаській області, 2006. – 162 с.
6. Онікієнко В. В. Інноваційна парадигма соціально-економічного розвитку України / В. В. Онікієнко, Л. М. Ємельяненко, І. В. Терон; за ред. В. В. Онікієнка. – К.: РВПС України НАН України, 2006. – 480 с.
7. Підпригора О. Проблеми системи законодавства України про інтелектуальну власність / О. Підпригора // Інтелектуальна власність. – 2000. – № 3. – С. 7–12.
8. Полунєєв Ю. AGNITIO EST PROSPERITAS: від економіки товару до економіки знання [Електронний ресурс] / Ю. Полунєєв // Дзеркало тижня. – 2005. – № 19 (547). – 21–27 трав. – Режим доступу: <http://www.dt.ua/2000/2020/50089/>
9. Семикіна М. В. Інтелектуальний капітал: мотиваційні основи розвитку / М. В. Семикіна // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності: зб. наук. пр. – Маріуполь: ПДТУ, 2008. – С. 70–73.
10. Статистичний щорічник Черкаської області за 2006 рік / за ред. В. П. Приймак. – Черкаси: Головне управління статистики у Черкаській області, 2006. – 522 с.

УДК 336.458

РЕГІОНАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СПОЖИВЧОГО РИНКУ В УКРАЇНІ

С. В. Філяр

Нині на регіональних ринках недовольних товарів наявний досить різноманітний асортимент продукції як імпортного, так і вітчизняного виробництва. Попит на ці товари відносно стійкий, хоча не досить активний порівняно з продовольчими товарами. Проте, незважаючи на різноманіття продукції, пропозиція в роздрібній торгівлі не відповідає структурі споживчого попиту; асортимент товарів не завжди задовольняє покупця із середніми доходами, частка недорогих імпортних і вітчизняних видів продукції є незначною. Хоча ринок послуг і характеризується досить високим ступенем локалізації, оскільки більшість різних видів послуг мають чіткі територіальні

межі реалізації, на відміну від ринку споживчих товарів, суттєві проблеми є і в цій галузі економіки. Тому дослідження особливостей цих ринків є актуальним, особливо в контексті становлення в регіонах України економіки ринкового типу.

Вивченням проблем формування, функціонування і розвитку ринку товарів та споживчих послуг відображені у працях багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, серед яких І. К. Беляєвський, П. П. Борщевський, К. К. Вальтух, Б. М. Данилишин, С. І. Дорогунцов, А. Х. Карапетян, А. А. Конюс, І. І. Корженевський, О. І. Кочерга, Ф. А. Крутіков, В. І. Куценко, А. С. Лисецький, А. І. Левін,

П. П. Маслов, А. В. Орлов, В. Я. Райцин, М. І. Фащевський, Л. Г. Чернюк та ін. Однак багато питань, пов'язаних з вивченням розвитку ринку товарів і послуг в умовах стійкого зростання регіональної економіки, вивчені ще не досить широко, що об'єктивно вимагає більш глибокого теоретичного переосмислення, проблеми формування та ефективного функціонування ринку споживчих товарів регіону.

Метою статті є дослідження регіональних проблем формування та ефективного функціонування споживчого ринку в регіонах України на основі діагностики особливостей географії споживання та якісних характеристик продовольчих і непродовольчих товарів і послуг.

Особливості формування споживчого ринку в Україні зумовлені суттєвою диференціацією продукту, що функціонує на ринку, залежно від його призначення, якості та асортименту. Існують і серйозні якісні відмінності між товарами та послугами й торгівлею ними, найважливіші із них представлені в табл. 1 [1, с. 21].

Таблиця 1

Розходження товарів та послуг

Товари	Послуги
Піддаються зберіганню	Не піддаються зберіганню
Торгівля товаром, не пов'язана з виробництвом	Торгівля послугами, пов'язана з їхнім виробництвом
Експорт товару означає вивіз товару з митної території за кордон без зобов'язання про зворотний ввіз	Експорт послуги означає надання послуги іноземцеві, тобто нерезиденту, навіть якщо він перебуває на митній території країни

М. А. Миколаєва виділяє такі характерні ознаки послуг [2, с. 147]:

- відсутність кількісних характеристик послуг як результату безпосередньої взаємодії виконавця й споживача-замовника;
- неможливість збереження послуги;
- опосередкований вимір якості послуги;
- невіддільність послуги від виконавця та споживача;
- нестабільність якості послуги;

- взаємозамінність послуг товарами.

Більшість науковців схиляються до необхідності класифікації послуг залежно від їх призначення, зокрема виділяють такі їх групи: побутові послуги; послуги пасажирського транспорту; послуги зв'язку; житлово-комунальні послуги; послуги установ культури; туристичні та екскурсійні послуги; послуги фізичної культури і спорту; медичні, санаторно-оздоровчі, ветеринарні послуги; послуги правового характеру; послуги банків; послуги в системі освіти; послуги торгівлі й громадського харчування, послуги ринків та інші послуги.

Відповідно до інструкції зі складання платіжного балансу МВФ, якою користуються практично всі країни світу, до складу торговельних послуг входять такі їх види (табл. 2) [3, с. 170].

З аналітичною метою величезну різноманітність торговельних послуг зазвичай групують за різними ознаками. У Світовому банку, наприклад, прийнятий розширювальний підхід до класифікації послуг, який включає також ознаку рух доходу [4, с. 93]. Послуги діляться на:

- факторні послуги (factor services) – платежі, що виникають через з міжнародний рух факторів виробництва, насамперед капіталу й робочої сили (доходи на інвестиції, роялті й ліцензійні платежі, зарплата, виплачена нерезидентам);
- нефакторні послуги (non-factor sendees) – інші види послуг (транспорт, подорожі та інші нефінансові послуги).

Цей поділ особливо важливий для обговорення проблем регулювання міжнародної торгівлі послугами в рамках ГАТТ/СОТ, які концентруються переважно на нефакторних послугах.

Ринок платних послуг має істотні регіональні особливості. Специфіка регіональних ринків послуг зумовлена дією як факторів попиту (грошові доходи, соціально-демографічна структура населення, національно-історичні звички й традиції тощо), так і факторів пропозиції (розвиток підприємств служби побуту, транспорту, зв'язку й ін.) [5, с. 118].

Таблиця 2

Класифікація торгівельних послуг

Вид	Підвид	Означають платежі між резидентами та нерезидентами за:
1. Транспорт	Пасажирський	Міжнародне перевезення пасажирів усіма видами транспорту й надання супутніх послуг
	Вантажний	«
2. Поїздки	Ділові	Товари і послуги, придбані нерезидентами, що подорожують з робочою поїздкою (відрядження)
	Особисті	Товари і послуги, придбані нерезидентами, що подорожують з особистих питань (туризм)
3. Зв'язок	Послуги поштового, кур'єрського, телефонного та іншого зв'язку між резидентами й нерезидентами	
4. Будівництво	Будівництво об'єктів за кордоном, здійснюване на тимчасовій основі резидентами	
5. Страхування	Страхування нерезидентів страховими компаніями-резидентами	
6. Фінансові послуги	Фінансове посередництво між резидентами й нерезидентами (комісія за відкриття акредитивів, за обмін валюти, брокерські послуги тощо)	
7. Комп'ютерні та інформаційні	Консультація у сфері комп'ютерних програм, інформаційні послуги (обробка даних, користування базами даних, передплата на інформаційні лінії), обслуговування комп'ютерів	
8. Роялті та ліцензійні платежі	Користування правами власності (торгівельна марка, патент і т. ін.) і використання оригіналів або прототипів (фільмів, рукописів) на основі ліцензії	
9. Інші бізнес-послуги	Посередницькі	Комісія за посередництво
	Лізинг	Лізинг і фрахт судів, літаків без екіпажів та іншого транспортного обладнання
	Інші професійні	Правові, бухгалтерські, управлінські, рекламні й інші послуги, а також послуги із проектування, картографії, нагляду за будівництвом, розвідування корисних копалин та ін.
10. Особисті, культурні й рекреаційні	Аудіовізуальні послуги	Виробництво фільмів, радіо- і телевізійних програм, компакт-дисків, гонорари артистів
	Інші	Показ виставок, проведення спортивних й інших заходів
11. Урядові послуги	Поставка товарів у посольства, консульства, представництва міжнародних організацій, операції ООН з підтримки миру	

Функціонування споживчого ринку характеризується рядом істотних особливостей [6, с. 48]:

- послуги характеризується високим ступенем персоніфікації їх виробництва й споживання, систематичною повторюваністю, високим динамізмом розвитку;
- переважно локальний, прив'язаний до конкретних регіонів і територій країни характер надання основної маси товарів і послуг;
- постійно збільшується кількість альтернативних форм надання послуг соціального призначення й підвищується ступінь конкуренції між ними;
- підприємства, організації та установи споживчого ринку можуть бути стабільним і масштабним джерелом надходження засобів у бюджети всіх рівнів, особливо в місцеві бюджети;

- споживчий ринок може забезпечувати зростання кількості робочих місць, що призводить до підвищення зайнятості й зниження рівня безробіття;

- суб'єкти споживчого ринку мають високу швидкість обороту капіталу внаслідок більш короткого періоду його освоєння й віддачі за рахунок скорочення тривалості виробничого циклу;

- у сфері виробництва споживчих товарів і соціальних послуг переважають підрозділи малого й середнього бізнесу;

- виробники послуг спеціального характеру мають підвищену реакцію на кон'юнктуру ринку, яка постійно змінюється, через неможливість нагромадження й транспортування цих послуг за межі регіону, де вони були створені (крім послуг з підготовки кадрів).

Характеризуючи сучасний стан споживчого ринку будь-якої держави, необхідно зупинитися на рівні економічного розвитку регіону в цілому. Б. М. Штульберг, В. Г. Введенський, даючи характеристику розвитку регіонів, проводять групування суб'єктів за різними критеріями [7, с. 144]. За основу автори беруть групування регіонів за рівнем виробництва ВРП на душу населення (у відсотках до середнього значення).

За цим критерієм виділяють п'ять груп регіонів:

1-ша група регіонів із вкрай низьким рівнем розвитку (рівень виробництва ВРП на душу населення нижче 50 % від середнього рівня);

2-га група – рівень розвитку, нижчий за середній (від 50 до 80 %);

3-тя група – середній рівень розвитку (від 80 до 110 %);

4-та група – рівень розвитку, вищий за середній (від 110 до 140 %);

5-та група – високий рівень розвитку (більше 140 %).

Також автори пропонують проводити комбіновані групування:

- за рівнем розвитку й інтенсивності спаду промислового виробництва;

- за рівнем розвитку й рівнем забезпеченості бюджетів власними доходами;

- за рівнем розвитку й рівнем бідності (частка населення, доходи яких нижчі за прожитковий мінімум, %).

Просторово споживчий ринок визначається територією, на якій покупці можуть придбати товар або послугу. Одними з основних показників споживчого ринку є оборот роздрібною торгівлі й обсяг наданих платних послуг населенню. Оборот роздрібною торгівлі – вартість реалізованих населенню платних споживчих товарів для особистого споживання або використання в домашньому господарстві. Обсяг платних послуг населенню відображає обсяг споживання населенням різних видів послуг і статистично вимірюється сумою коштів, сплачених споживачем за надану йому послугу.

Під час оцінювання стану споживчого ринку важливого значення набуває аналіз пропорцій між окремими елементами споживчого ринку (співвідношення між споживанням

товарів і послуг, споживанням продовольчих і непродовольчих товарів тощо).

Формування розвинених регіональних ринків споживчих товарів і послуг – досить складний і тривалий процес, що включає структурні зміни у виробництві, обігу й споживанні товарів. Тому в кожному регіоні повинна бути розроблена довгострокова концепція розвитку регіонального споживчого ринку. Безумовно, подібна концепція повинна бути заснована на багатобічній, достовірній інформації про стан ринку споживчих товарів і послуг, що зумовлює необхідність розробки методики комплексної оцінки його стану.

Отже, ринок споживчих товарів і послуг є одним із типів регіональних ринків, який виконує ряд важливих функцій в економіці регіону й становить систему відносин з організації обігу й реалізації споживчих товарів і послуг, що виникають між суб'єктами, які реалізують споживчі товари, надають споживчі послуги населенню з метою задоволення його потреб. На відміну від ринку споживчих товарів, ринок послуг характеризується досить високим ступенем локалізації, оскільки більшість різних видів послуг має чіткі територіальні межі реалізації. Крім санаторно-курортних і туристичних послуг, ринок яких можна розглядати в межах великого економічного району або країни в цілому, а також послуг пасажирського авіаційного, залізничного, річкового транспорту, що мають міжрегіональний характер, основна частина ринку послуг локалізується в межах населеного пункту, міста або міської агломерації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В. В. Організація і технологія надання послуг : навч. посіб. / В. В. Апопій, І. І. Олексин, Н. О. Шутовська та ін. ; за ред. В. В. Апопії. – К. : ВЦ «Академія», 2006. – 312 с.
2. Николаева М. А. Маркетинг товаров и услуг : учебник / М. А. Николаева. – М. : Изд. Дом «Деловая литература», 2001. – 304 с.
3. Боринець С. Я. Міжнародні валютно-фінансові відносини : підручник / С. Я. Боринець. – 2-ге вид., перероб. і допов. – К. : Т-во «Знання», КОО, 1999. – 305 с.

4. Мазаракі А. А. Світовий ринок товарів та послуг: товарна структура / А. А. Мазаракі. – К. : 1996. – 290 с.
5. Виноградов В. В. Экономика России : учеб. пособие / В. В. Виноградов. – М. : Юристъ, 2001. – 319 с.
6. Примак Т. О. Маркетинг : навч. посіб. / Т. О. Примак. – К. : МАУП, 2001. – 200 с.
7. Шульберг Б. М. Региональная политика России: теоретические основы, задачи и методы реализации / Б. М. Шульберг, В. Г. Веденский. – М. : Гелиос АРВ, 2000. – 208 с.

УДК 336.456

ПРОБЛЕМА ВІДТВОРЕННЯ НАСЕЛЕННЯ: РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ

О. М. Любченко, кандидат економічних наук

У сучасній Україні демографічна ситуація – досить зловоденна і наболіла проблема. Вона визначається структурою населення і характером його руху, видами, типами і режимом відтворення, рівнем народжуваності та смертності, кількістю шлюбів і розлучень. Нерівномірність у розвитку суспільства, природно-екологічні й соціально-політичні потрясіння, війни, репресії, якими багата українська історія ХХ ст., і супутні різкі погіршення рівня життя відчутно позначаються на режимі відтворення населення, призводять до падіння народжуваності, зростання смертності. До подібних наслідків призводять умови політичної і економічної нестабільності, які спричинені хаотичністю реформ і недосконалістю системи управління, з важко керованим процесом встановлення цивілізованих норм правової держави та ринкових відносин.

Питанням регіонального відтворення населення присвячені праці багатьох вітчизняних і зарубіжних науковців, зокрема, вагомий внесок зробили: О. І. Антонов, В. О. Борисов, С. С. Ветрова, А. П. Горбачик, В. М. Медков, Я. Б. Олійник, В. С. Стешенко, О. В. Швачко та ін. Загальна демографічна ситуація в Україні – це результат специфіки відтворення населення у різних населених пунктах і регіонах. Регіональні особливості демографічної ситуації формуються під впливом багатьох факторів. Тому на території України складається досить диференційована ситуація щодо відтворення населення, що і визначає актуальність даного дослідження.

Метою статті є дослідження регіональних особливостей відтворення населення регіону та проблеми реалізації його демографічного потенціалу.

В цілому, демографічна ситуація в Україні характеризується великою різноманітністю регіональних особливостей. Причому у різні історичні періоди вона мала свою специфіку. Так, якщо 1959 р. найбільший природний приріст населення був у Донецькій області (73,0 тис. чол.), Дніпропетровській (36,6 тис. чол.), Луганській (44,7 тис. чол.) та Харківській (26,4 тис. чол.) областях, а найменший – у Кіровоградській (11,1 тис. чол.), Херсонській (11,6 тис. чол.) та Чернівецькій (11,6 тис. чол.) областях, то у 1997 р. природний приріст населення був характерний лише для Закарпатської та Рівненської областей [1, с. 65].

Натомість сучасна ситуація характеризується активізацією процесів урбанізації населення та зростанням коефіцієнта щільності на промислово розвинених територіях. Станом на 01.01.2009 р. найбільша частка наявного населення сконцентрована в Донецькому (4500,5 тис. чол.), Дніпропетровському (3374,2 тис. чол.), Харківському (2782,4 тис. чол.) регіонах та м. Київ (2765,5 тис. чол.). Найменша чисельність наявного населення зареєстрована у м. Севастополі (380,1 тис. чол.), Чернівецькому (904,1 тис. чол.), Кіровоградському (1027 тис. чол.) та Волинському (1036,2 тис. чол.) регіонах (рис. 1).