

основные трансформационные изменения системы местных финансов в результате реализации мероприятий реформы и пути ее адаптации к новым условиям. Раскрыто базовые характеристики европейского подхода к финансовому обеспечению местных финансов и исследовано состояние их внедрения в украинских реалиях. Определены проблемные аспекты формирования украинской модели финансового обеспечения местных бюджетов.

Ключевые слова. Глобализационные процессы, децентрализация власти; местные финансы; местное самоуправление; местные бюджеты; финансовые ресурсы; ресурсный потенциал; источники доходов, Европейская хартия местного самоуправления.

Pershko L.A. Ratification of European Standards of Financial Support for Local Budgets.

This article explores the implementation of European standards and the use of modern financial technology to improve the financial support of local budgets of Ukraine. Defined the major transformational changes of local finances as a result of reform measures and ways to adapt to new conditions. Reveals the basic characteristics of the European approach to finance local financial security and investigated the status of their implementation in Ukrainian reality. Outlined problematic aspects of Ukrainian model of financial support of local budgets.

Keywords. Globalization processes, decentralization of power; local finances; Local Government; local governments; financial resources; resource potential; source of income of the Charter.

Дата надходження до редакції: 1.02.2017

Рецензент: д.е.н., доцент Данько Ю.І.

УДК 339.13.024

МОДЕРНІЗАЦІЯ СПОЖИВЧОГО РИНКУ УКРАЇНИ: ОСНОВНІ ЕТАПИ РЕАЛІЗАЦІЇ

Н. М. Попадинець, к.е.н., ДУ «Інститут регіональних досліджень ім. М.І. Долішнього НАН України»

У статті виділено основні проблеми розвитку споживчого ринку, пов'язані з внутрішніми і зовнішніми чинниками. Здійснено SWOT-аналіз розвитку споживчого ринку. Проведено класифікацію споживчого ринку. Визначені етапи та запропоновано напрями щодо структурно-функціональної модернізації споживчого ринку України.

Ключові слова: модернізація, конкурентоспроможність, проблеми розвитку, споживчий ринок, SWOT-аналіз.

Постановка проблеми. Розвиток економіки України в сучасних умовах вимагає системного підходу, синхронності та збалансованості в секторальному і територіальному розрізах. Споживчий ринок є невід'ємною частиною відтворювальної системи держави, забезпечує взаємозв'язок виробництва і споживання, реалізацію більшої частини товарів і послуг і істотно впливає на якість і рівень життя населення. Тому на сучасному етапі важливе значення в розвитку держави належить ефективному функціонуванню споживчого ринку.

Цей процес потребує логічної послідовності дій з урахуванням обраних напрямів і критеріїв розвитку споживчого ринку, постійному обміні інформацією, зіставленні отриманих на певних етапах результатів з бажаними. Усе це дозволить якісно і своєчасно коригувати напрями, плани й методи проведення модернізації споживчого ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Особливості розвитку споживчого ринку в Україні досліджувались низкою вітчизняних учених, а саме: О. Азарян [1], В. Андрійчук [2], В. Апопій [3],

В. Лагутін [4], Л. Лігоненко [5], І. Лошенко [6], Л. Мазник [7] та ін.

Метою статті є визначення основних проблем розвитку споживчого ринку та виділення етапів його модернізації.

Виклад основного матеріалу. Для ефективного розвитку споживчого ринку варто спиратися на виявлення його актуальних проблем для конкретного регіону (території), базуючись на сильних сторонах і використовуючи реально наявні можливості, враховуючи потенційні загрози і слабкі сторони, застосовуючи багаторівневий підхід (табл. 1).

Побудована матриця дозволяє використовувати ситуаційний підхід, реалізуючи принцип адаптивності, що є основоположним в управлінні споживчим ринком. Основою такого підходу є судження про те, що внутрішньоорганізаційні побудови (підсистеми підприємств споживчого сектору) – це реакції на зміни, що відбуваються у зовнішньому і внутрішньому середовищі при виникненні між ними протиріч. Вирішення таких протиріч стає можливим при реалізації політики структурно-функціональної модернізації.

Матриця SWOT-аналізу розвитку споживчого ринку

<p>Можливості (зовнішнє середовище):</p> <ul style="list-style-type: none"> - модернізація реального сектору економіки; - зміцнення інфраструктури споживчого ринку, використовуючи можливості мережевої торгівлі; - інтерес потенційних інвесторів; - гнучкість у проведенні адміністративно-територіальної реформи, удосконалення системи регулювання та підтримки споживчого ринку; - створення добросовісної конкуренції в споживчій сфері. 	<p>Загрози (зовнішнє середовище):</p> <ul style="list-style-type: none"> - відсутність законодавчої бази, що регулює діяльність і розвиток споживчого ринку; - наявність інтересів іноземних компаній в інвестуванні виробництв споживчих товарів; - недобросовісна конкуренція з боку господарюючих суб'єктів (поглинання, рейдерство тощо); - тіньовий рух капіталу і ресурсів; - корупційний вплив правових структур на розвиток споживчого ринку; - проникнення на ринок контрафактної, низькоякісної продукції.
<p>Сильні сторони (внутрішнє середовище):</p> <ul style="list-style-type: none"> - стійке зростання обсягів роздрібного обігу, громадського харчування та побутових послуг населенню; - наявність «точок зростання» і потенційних глобальних кластерів у споживчому секторі; - кількісне зростання й укрупнення організацій споживчої сфери, їх консолідація, що веде до можливості застосування нових інноваційних технологій; - розвинена мережа транспортних комунікацій; - наявність дешевої робочої сили для виробництв споживчих товарів і послуг. 	<p>Слабкі сторони (внутрішнє середовище):</p> <ul style="list-style-type: none"> - нерівномірність розвитку споживчого ринку в регіонах; - неможливість обліку споживчих переваг; - низька культура споживання, нездатна значною мірою впливати на конкуренцію у споживчому секторі; - зростаючі бар'єри для товаровиробників при постачанні продукції у великі мережеві компанії; - архаїчність структури самого споживчого ринку.

Складено автором.

Здійснення такого розвитку, по суті, передбачає, з одного боку, цілу систему змін, які дозволяють реалізовувати як короткострокові, так і довгострокові цілі, з іншого, – адаптуватися з мінімальними витратами до постійних змін, що відбуваються у зовнішньому середовищі.

Споживчий ринок можна класифікувати за такими ознаками [1; 2; 5]:

1. За типовою характеристикою:

– активний ринок – характеризується збалансованим попитом і пропозицією, тенденціями до росту і сприятливими рівноважними цінами;

– стагнаційний ринок – відрізняється малою кількістю укладених угод упродовж тривалого періоду, наявністю невідповідності попиту і пропозиції, незаповненим портфелем замовлень; також визначається падінням продажів товарів, попри зниження цін, зменшення кількості угод, пропозиція не знаходить попиту, ростуть товарні запаси.

2. За товарною ознакою: продовольчий і непродовольчий ринок.

3. За суб'єктним складом: ринок продавця і покупця.

4. За формою організації:

– приватний ринок, де здійснюється торгівля тільки між приватними фірмами та підприємствами;

– державний і кооперативний ринок, де продаж і купівля товарів здійснюються між різними суб'єктами ринку (держава і приватні фірми, кооперативи і держава, приватні фірми і кооперативи).

5. Економіко-правова характеристика

включає організацію діяльності на легальних ринках (тобто функціонують відповідно до норм законодавства), напівлегальних і нелегальних, що діють з частковим або повним порушенням законодавства, що полягає у зверненні необлікованих товарів, незареєстрованих торгових фірм.

6. За географічною ознакою: світовий, державний, міжрегіональний, регіональний, місцевий (локальний) ринки.

Роль споживчого ринку в соціально-економічному розвитку держави визначається тим, що він:

– робить істотний внесок в економічний розвиток країни, регіону, міста, є джерелом податкових надходжень до бюджетів усіх рівнів;

– створює додаткові робочі місця, що підвищує добробут населення;

– задовольняє потреби населення та інших суб'єктів ринку в матеріальних благах і послугах споживчого призначення відповідно до їх доходів і споживчих переваг;

– забезпечує взаємодію продавців і покупців за допомогою угод купівлі-продажу, погоджує розбіжні інтереси покупців і продавців на основі ринкових відносин;

– визначає кількісні та якісні характеристики попиту та пропозиції, регулює ціни;

– забезпечує участь регіону в міжрегіональних і міждержавних торговельно-економічних зв'язках;

– створює вигідні умови для роботи місцевих товаровиробників.

Розвиток споживчого ринку дає мультиплікативний ефект в інших секторах економіки (так,

наприклад, у банківському – збільшення обсягів споживчого кредитування) тощо.

Однак існує низка проблем, які мають вплив на його функціонування, зокрема:

- недостатня ефективність регулювання споживчого ринку товарів і послуг, зокрема: брак уваги державних органів влади до функціонування окремих видів економічної діяльності, що виробляють споживчі товари та послуги; відсутність положень у нормативних актах, що регулюють споживчий ринок; відсутність чіткого розмежування повноважень з регулювання діяльності торгових організацій на державному і регіональному рівнях [4];

- низький рівень розвитку інфраструктури споживчого ринку товарів і послуг, зокрема високі ціни на об'єкти нерухомості та вартість орендної плати, висока вартість проведення комунікацій;

- низька привабливість окремих регіонів: низький рівень життя і щільність населення; недостатній розвиток інфраструктури споживчого ринку в периферійних регіонах;

- низька конкурентоспроможність вітчизняних підприємств споживчого ринку, порівняно з іноземними: недостатньо ефективна підтримка малого і середнього бізнесу; недостатнє впровадження інновацій в окремі види економічної діяльності з виготовлення споживчих товарів.

Механізм модернізації споживчого ринку характеризується суперечливістю. З одного боку, він включає ринкове саморегулювання процесів модернізації, основним принципом здійснення яких має стати принцип ефективності розвитку споживчого ринку та конкурентоспроможності товарів і послуг, з іншого, – цей ринковий механізм має бути забезпечений адекватним суспільно-державним регулюванням з урахуванням державної складності та масштабності поставлених завдань, а також необхідності вибору адекватних їх досягненню методів та інструментів, моніторингу, діагностики, оцінки та корекції отриманих проміжних і кінцевих результатів.

У зв'язку з тим, що структурно-функціональна модернізація споживчого ринку це багаторівневий процес, для кожного рівня буде існувати свій механізм її здійснення.

Макроекономічний механізм модернізації споживчого ринку – це сукупність умов, ресурсів, факторів, наявних у національній економіці та задіяних для перетворення цієї сфери на новій інноваційній основі, задля максимально можливого задоволення зростаючих (кількісно і якісно) потреб населення держави [1; 7].

Головною характеристикою макроекономічного механізму є здатність адаптувати споживчі переваги до мінливої кон'юнктури національного ринку товарів і послуг, що досягається за допомогою цілеспрямованого впливу як на споживачів, так і виробників продукції.

Мезоекономічний механізм модернізації

споживчого ринку – це сукупність умов, ресурсів, чинників, що впливають на розвиток попиту та пропозиції задля повного задоволення на новій інноваційній основі зростаючих (якісно і кількісно) потреб населення [6].

Головна риса мезоекономічного механізму модернізації споживчого ринку – його здатність змінюватися відповідно до споживчих перевагам та кон'юнктури з урахуванням особливостей його соціально-економічного розвитку, що досягається в процесі реалізації цільових регіональних програм підвищення життєвого рівня населення.

Функціональний механізм модернізації споживчого ринку на мезоекономічному рівні має враховувати:

- стратегічне управління розвитком споживчого ринку, що включає передусім довгострокове планування і прогнозування, а саме: визначення стратегічних цілей, завдань і напрямів розвитку, темпів, пропорцій структурної торгової політики на певній території (території регіону);

- регулюючий вплив економічного характеру на розвиток споживчого ринку, що включає такі важелі, як різні фінансово-кредитні механізми, матеріально-технічне забезпечення розвитку відповідних видів економічної діяльності;

- правове забезпечення розвитку споживчого ринку, що забезпечує розробку сукупності нормативно-правових актів, що сприятиме підвищенню ділової та інвестиційної активності підприємств і підприємств споживчого ринку, а також регулює відносини державних і регіональних органів влади та управління;

- організаційну структуру управління споживчим ринком через фіксацію складу, функцій і взаємодії різних ланок адміністративно-господарського управління.

Для структурно-функціональної модернізації споживчого ринку на мезоекономічному рівні необхідно зробити оцінку його поточного стану, моніторинг, а також прогнозування темпів і пропорцій розвитку споживчого ринку загалом, що буде базою для коригувальних дій.

На рівні регіону мезоекономічний механізм модернізації споживчого ринку тісно пов'язаний з мікроекономічним механізмом, тому що всі зміни, що відбуваються всередині підприємств споживчого ринку, є відповідною реакцією на мінливі зовнішні умови задля сталого розвитку та максимізації прибутку.

Тому модернізацію споживчого ринку можна поділити на кілька етапів.

Перший етап структурно-функціональної модернізації споживчого ринку передбачає розвиток інституційної бази для нормального функціонування споживчого ринку та створення передумов добросовісної конкуренції.

Усі заходи, що здійснюються на цьому етапі, не вимагають значного фінансування з боку держави та суб'єктів споживчого ринку. Для дося-

гнення основного результату – удосконалення інституційної бази для ефективного розвитку споживчого ринку – необхідно [3]:

– задля забезпечення єдиних правил правового регулювання на всіх рівнях управління систематизувати, проаналізувати і актуалізувати нормативно-правову базу, яка регулює діяльність споживчого ринку;

– при необхідності внести зміни в ті нормативно-правові акти, які не відповідають сучасному рівню розвитку торгівлі та технологій;

– ліквідувати суперечності, виявлені в низці положень окремих нормативно-правових актів;

– виключити неоднозначні тлумачення окремих положень в чинних нормативно-правових документах, максимально чітко сформулювати понятійний апарат видів економічної діяльності споживчого ринку;

– розмежувати функції і повноваження між державними органами влади у сфері регулювання споживчого ринку.

Це дасть можливість більш точно визначити можливі неточності, неузгодженості та прогалини в законодавстві. Деякі положення нормативних актів, що регулюють споживчий ринок, перешкоджають його розвитку. Ці положення потрібно привести у відповідність з останніми тенденціями.

Другий етап включає прискорений розвиток споживчого ринку. У ньому передбачається розробка і реалізація низки заходів, спрямованих на проведення структурно-функціональної модернізації споживчого ринку, зокрема: розробка основних напрямів розвитку інфраструктури споживчого ринку; виділення та надання необхідних площ для розміщення об'єктів споживчого ринку та побіжної інфраструктури на основі системи тен-

дерів і відкритих аукціонів. Виконання цих завдань призведе до: прискореного розвитку об'єктів інфраструктури споживчого ринку; забезпечення рівномірного і збалансованого розвитку споживчого ринку, що відповідатиме потребам населення; забезпечення прозорості та відкритості діяльності суб'єктів споживчого ринку; залучення в споживчий сектор представників малого та середнього бізнесу.

Третій етап передбачає подальший розвиток споживчого ринку. До початку цього етапу, при виконанні двох перших сформулюються нові територіальні центри, знизяться масштаби регіональної нерівності, на території регіонів буде створена і почне функціонувати розгалужена транспортна мережа, що дозволяє підвищити рівень міжрегіональної інтеграції та територіальної мобільності населення.

Висновки. Таким чином, для ефективного розвитку споживчого ринку необхідна взаємодія всіх учасників цього ринку із залученням органів державного управління. Це передбачає використання механізмів приватно-державного партнерства, поліпшення умов доступу вітчизняних підприємств до джерел довгострокових інвестицій, забезпечення виробництв високопрофесійними кадрами, фахівцями середньої ланки, раціональний захист споживчого ринку від експансії міжнародних мереж з урахуванням міжнародної практики в цьому секторі.

Отже, вирішення найактуальніших проблем модернізації споживчого ринку, створення макро-, мезо-, мікроекономічних умов його розвитку і розробка організаційно-правових основ його функціонування пов'язані з широкомасштабними перетвореннями всіх складових споживчого ринку України.

Список використаних літератури:

1. Азарян Е. М. Потребительский рынок: становление и развитие / Азарян Е. М. – Донецк : Ин-т экономики промышленности НАН Украины, 2002. – 304 с.
2. Андрійчук В. Г. Ринок товарів народного споживання: основні напрями і пріоритети формування (внутрішній та зовнішні аспекти) / Андрійчук В.Г. – К.: Укр. академія зовнішньої торгівлі, 1995. – 249 с.
3. Апопій В.В. Ринок споживчих товарів в Україні: проблеми сучасного розвитку /В. В. Апопій, Я. А. Гончарук // Економіка та прогнозування. – 2002. – № 2. – С. 115-123.
4. Внутрішній ринок України в умовах дисбалансів між виробництвом і споживанням / А.А. Мазаракі, В.Д. Лагутін // Економіка України. – 2016. – № 4. – С. 4-18.
5. Лігоненко Л. О. Теоретико-методичні засади управління розвитком споживчого ринку України / Л. О. Лігоненко // Актуальні питання економіки. – 2006. – Випуск 11. – С. 32-39.
6. Лошенко І.Р. Концептуальні підходи до становлення і розвитку споживчого ринку України / І.Р. Лошенко// Формування ринкових відносин в Україні. – 2007. – № 11. – С. 101-109.
7. Мазник Л. В. Територіальна диференціація споживчого ринку / Л. В. Мазник // Економіка України – 2003. – № 2. – С. 36-40.

Попадинец Н. Н. Модернізація потребителського ринку України: основні етапи реалізації.

В статті виділені основні проблеми розвитку потребителського ринку, пов'язані з внутрішніми і зовнішніми факторами. Осуществлен SWOT-анализ развития потребителського ринку. Проведена класифікація потребителського ринку. Определены етапы и предложены

направлення по структурно-функціональній модернізації потребителського ринку України.

Ключевые слова: модернізація, конкурентоспособність, проблеми розвитку, потребителський ринок, SWOT-аналіз.

Popadynets N. Modernization of Ukraine's Consumer Market: Major Stages of Implementation.

The article dwells on major problems of consumer market development related to internal and external factors. The SWOT-analysis of consumer market development is conducted. The classification of consumer market is provided. The stages and directions of structural and functional modernization Ukraine's of consumer market are suggested.

Keywords: modernization, competitive ability, development problems, consumer market, SWOT-analysis.

Дата надходження до редакції: 22.04.2017

Рецензент: д.е.н., професор Монастирський Г.Л.

УДК 336.71:368.8

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ БАНКОСТРАХУВАННЯ

В. В. Тринчук, к.е.н., доцент, Інститут післядипломної освіти та бізнесу, м. Київ

В. В. Кучеренко, аспірант, Київський національний торговельно-економічний університет

У статті досліджено економічну природу банкострахування, здійснено огляд моделей розвитку банкострахування в різних країнах світу, виділені найважливіші сучасні тенденції та проблеми розвитку співпраці банківських установ та страхових компаній в іноземних країнах. З метою адаптації позитивного зарубіжного досвіду визначено можливі напрямки для ефективного формування та розвитку національної моделі банкострахування.

Ключові слова: банківська установа, страхова компанія, банкострахування.

Постановка проблеми. У зв'язку з посиленням конкуренції на ринку фінансових послуг, банки та страховики постійно диверсифікують джерела своїх доходів, розробляють й впроваджують нові спільні продукти, розвивають альтернативні форми взаємодії.

Останнє десятиліття на фінансовому ринку України реалізується концепція взаємодії банківських установ і страхових компаній. Сутність даного виду взаємодії фінансових установ полягає в інтеграції банків і страхових компаній з метою координації продажів, поєднання страхових і банківських продуктів, налагодження спільних каналів їх розповсюдження, розширення клієнтської бази та виходу на нові сегменти ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку банкострахування присвятили праці Н. Аванесова[3], Лі Аллен [16], В. Волкова[2], Ф. Джолі[6] А. Єрмошенко[8], С. Козьменко і К. Багмет [19], В. Кремень[1], Ю. Клапків[5], В. Козирев[7], Г. Ніша та Е. Мукерджі [14], Р. Пікус і Г. Олійник[4], С. Рупалі [17], Б. Шарма і Р. Вхатея [18].

Невирішені частини досліджуваної проблеми. Наявність значної кількості авторів, які тією або іншою мірою торкалися проблем банкострахування свідчить про безперечне теоретичне і практичне значення дослідження інтеграційних процесів у фінансовому секторі.

Проте, при розгляді питання щодо пошуку шляхів удосконалення вітчизняної моделі розвитку банкострахування, саме ґрунтовне вивчення та врахування зарубіжного досвіду набуває усе більшої актуальності.

Мета та завдання дослідження. Метою

даного дослідження є аналіз та узагальнення сучасного стану, тенденцій і проблем формування та розвитку банкострахування в зарубіжних країнах, визначення його особливостей з метою використання іноземного досвіду щодо співпраці банків та страхових компаній в Україні. Досягнення поставленої мети передбачає вирішення таких завдань: з'ясувати економічну сутність банкострахування, здійснити огляд моделей розвитку банкострахування в різних країнах світу з метою адаптації зарубіжного досвіду та ефективного формування і розвитку національної моделі банкострахування.

Виклад основного матеріалу. В ході дослідження зосередили увагу як трактується термін «банкострахування» різними науковцями та практиками в сучасній економічній літературі.

У вузькому значенні – продаж страхових продуктів через мережу банку, а у широкому – залучення банківських установ в процес виробництва, маркетингу та розповсюдження страхових послуг [1, с.100]. Дискусійним є питання залучення банку в процес виробництва страхових продуктів. У вузькому – зустрічаємо також тези про те, що в умовах трансформації економіки ефективним методом мінімізації кредитного ризику банку може стати саме банкострахування [2, с.55-56].

Науковців об'єднує спільна думка стосовно того, що під банківським страхуванням слід розуміти продаж страхових продуктів через мережу банків, вважає Н. Аванесова [3, с.6]. Недоліком банкострахування вчена визначає можливе падіння довіри до банківської установи з боку тих клієнтів, які вважатимуть інтегровані продукти