

виділити окремі елементи організації податкової служби в зарубіжних країнах, доцільність запровадження яких в Україну вважаємо обґрунтованою:

- поступове повернення податкової служби до структури Міністерства фінансів;
 - виведення податкової міліції із структури органів податкової служби та введення її до системи правоохоронних структур із належним нормативно-правовим забезпеченням;
 - перехід від існуючої моделі організаційної структури органів податкової служби України (яка об'єднує риси моделей «за видами податків» та функціональної) до більш сучасної із об'єднанням рис моделей «за видами платників» та функціональної;
 - визначення пріоритетними консультативно-навчальний та масово-роз'яснювальний напрями діяльності податкової служби України, поступово позбавляючи пріоритетності контролюючо-перевіркову роботу. Це потребуватиме реструктуризації штатного розпису вітчизняних податкових органів в сторону збільшення чисельності працівників відповідних підрозділів;
 - створення та функціонування в структурі органів податкової служби на обласному та місцевому рівнях відділів громадської допомоги платникам податків;
 - створення та функціонування в податкових інспекціях відділу оцінки майна у зв'язку із запровадженням в Україні податку на нерухомість, а також справлянням податку на спадщину, рухоме майно та подарунки;
 - підвищення ефективності організаційно-інформаційного забезпечення управлінської діяльності в системі податкових органів шляхом чіткої регламентації обміну інформацією між ними та відкритого доступу центрального податкового відомства до комп'ютерних баз даних податкових органів середнього та місцевого рівнів;
 - для підвищення достовірності інформації про рух коштів по банківських рахунках з метою оподаткування забезпечити проведення перевірки банківських рахунків у присутності платника податків – їх власника та обслуговуючого банку.
- Зважаючи на вищевказане актуальними для дослідження залишаються питання наукового, організаційно-правового

та матеріального забезпечення процесу залучення позитивного світового досвіду у діяльність українських податкових органів.

Література

1. Selected Federal Taxation Statutes and Regulations. – West Publishing Co., St. Paul, Minn, 1992. – P. 6054.
2. Андрущенко В.Л., Данілов О.Д. Податкові системи зарубіжних країн: Навчальний посібник / В.Л. Андрущенко, О.Д. Данілов. – К.: Комп'ютер прес, 2004. – 300 с.
3. Encyclopaedia Britannica in 30 Volumes. Volume 17. – 1997. – P. 1086.
4. Мещерякова О.В. Налоговые системы развитых стран мира: Справочник / О.В. Мещерякова. – М.: Фонд «Правовая культура», 1995. – 240 с.
5. Податкові системи зарубіжних країн / За загальн. ред. М.Я. Азарова. – К.: «Видавничий дім» Комп'ютерпрес, 2004. – 240 с.: іл., табл.
6. Крисоватий А.І. Податкові системи зарубіжних країн: Навчальний посібник / А.І. Крисоватий. – Тернопіль: Економічна думка. – 2001 р. – 258 с.
7. Таранов І. Організація та повноваження служб податкового контролю Німеччини / І. Таранов // Збірник наукових праць Академії ДПС України. – 2001. – №3 (13). – С. 131–138.
8. Morgan P Tax Prosedure and Tax Fraud in a Nutshell (Nutshell Series). 2nd ed. / West Information Pub Group. – 1998. – P. 213.
9. Лебедзевич Я.В. Світовий досвід організації податкового контролю / Я.В. Лебедзевич // Економічний вісник університету. Випуск №16/2. – Переяслав-Хмельницький, 2011. – С. 267–271.
10. Studies of International Fiscal Law. – London, 1995. – P. 166, 182–185.
11. Налоговые системы зарубежных стран: Учебник для вузов / Под ред. проф. В.Г. Князева, проф. Д.Г. Черника. – М.: Закон и право, ЮНИТИ, 1997. – 191 с.
12. Данілов О.Д., Фліссак Н.П. Податкова система та шляхи її реформування: Навчальний посібник / О.Д. Данілов, Н.П. Фліссак. – К.: Парламентське видавництво, 2001. – 216 с.
13. Tax Administration and Tax System in Poland // News Bulletin. Ministry of Finance. Warsaw. – 2000. – September.

П.Б. ЮР'ЄВА,
к.е.н., Національний університет Державної податкової служби України

Пріоритетні напрями формування сучасної торговельної політики України

Стаття присвячена проблемі підвищення ефективності державної регуляторної діяльності у торговельній сфері України. У статті обґрунтовано стратегічні пріоритети торговельної політики у відповідності до етапу ринкових трансформацій та стану соціально-економічного розвитку країни. Визначено основні заходи щодо забезпе-

чення формування цивілізованого та ефективного внутрішнього споживчого ринку.

Ключові слова: торгівля, торговельна мережа, внутрішній споживчий ринок, торговельні відносини, державне регулювання торгівлі, торговельна політика.

Статья посвящена проблеме повышения эффективности государственной регуляторной деятельности в торговой сфере Украины. В статье обоснованы стратегические приоритеты торговой политики в соответствии с этапом рыночных трансформаций и состоянием социально-экономического развития страны. Определены основные мероприятия по обеспечению формирования цивилизованного и эффективного внутреннего потребительского рынка.

Ключевые слова: торговля, торговая сеть, внутренний потребительский рынок, торговые отношения, государственное регулирование торговли, торговая политика.

The article deals with enhancing the efficiency of government regulatory policy in the trading sector of Ukraine. The article presents rationale for strategic priorities of the trade policy depending on the stage of market transformation and social and economic development of the country; the article also defines main steps in the formation of a civilized and effective domestic consumer market.

Keywords: trade, trading network, domestic consumer market, trade relationship, government regulation of trade, trade policy

Постановка проблеми. Розвиток торгівлі не може відбуватися стихійно. Торговля – це первісноринкова сфера. Проте ринок не володіє досконалим механізмом забезпечення макроекономічної рівноваги та неспроможний до абсолютної саморегуляції. Ці недоліки компенсуються державним втручанням та регулюванням ринку. Але надмірне втручання держави у ринкові процеси може призвести до зворотного ефекту. Зокрема, суворе планування елементів споживчого ринку, тотальний розподіл товарних ресурсів, встановлення фіксованого рівня цін на споживчі товари для всіх об'єктів торгівлі призводить до деформації розвитку споживчого ринку, звуження сфери його діяльності, зниження ефективності діяльності суб'єктів ведення торгівлі тощо. Тому держава має проявляти себе там, де вона повинна це робити, причому повноцінно та максимально ефективно.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Дослідження теорії та методології державного регулювання торговельної сфери здійснювалися у працях К. Виестової, Голдшмідтта, О. Звереві, В. Лагугіна, А. Летенко, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, С. Малахіна, О. Покрещука, Ю. Родіонова, А. Статівка, В. Торопкова, О. Шалимінова, М. Штернгарца та інших науковців. Проте відсутність виваженої торговельної політики в Україні призвела до появи та нагромадження таких негативних явищ і тенденцій у сфері торгівлі, як деформації та диспропорції торговельної мережі, територіальна та регіональна диференціація рівнів споживання, експансія міжнародних торговельних операторів, тінізація торговельної діяльності, недобросовісна конкуренція, імпортозалежність внутрішнього товарного ринку тощо. У зв'язку з цим актуалізується потреба пошуку нових підходів до регулювання процесів та явищ, що відбуваються у торговельній сфері України.

Мета статті. З огляду на вище сказане метою статті є визначення пріоритетних напрямів торговельної політики України та механізмів їх реалізації.

Виклад основного матеріалу. Під «торговельною політикою», на наш погляд, слід розуміти форму економічної та соціальної політики держави, що передбачає вплив держави через інститути законодавчої, виконавчої та контрольної влади на торговельні процеси з метою їх зміни відповідно до законів ринку та стратегії соціально-економічного розвитку країни. Стратегічною метою торговельної політики України в сучасних умовах має стати формування цивілізованого та ефективного внутрішнього споживчого ринку, який має бути побудований на єдиних стабільних правилах торговельної діяльності та суворому їх виконанні. Реалізація стратегічної мети не є одноразовим актом і потребує вирішення ряду завдань, якими, на нашу думку, мають бути:

- формування дієвої організаційно-управлінської структури регулювання розвитку торговельної сфери;
- вдосконалення правового поля та створення нормативно-правової бази у сфері торгівлі, забезпечення ефективного державного контролю за дотриманням вимог цього законодавства;
- створення повноцінної системи інформаційного забезпечення торговельної сфери та вдосконалення методології її дослідження;
- підвищення рівня науково-технічного прогресу в торгівлі;
- формування системи якісного торговельного обслуговування споживачів;
- розвиток конкурентного середовища;
- забезпечення економічної безпеки внутрішнього ринку;
- оптимізація функціональної та територіальної структури торговельної сфери;
- здійснення ефективного захисту прав та контролю за дотриманням інтересів споживачів.

Кризові явища, що нині спостерігаються в економіці України, потребують нових підходів у сфері державного регулювання розвитку торгівлі. Існуюча модель державного регулювання не дозволяє оперативного реагувати на зміни, що відбуваються у торговельній сфері. Рівень управління торговельною сферою досить низький через порушення системи органів регулювання, зв'язків між її ланками та всередині них. У результаті цього управлінська система в торговельній сфері витрачає час на адаптацію до нових умов, розв'язання проблем, пов'язаних з організаційним впорядкуванням, і не може повною мірою реалізувати свої управлінські повноваження, а ефект від рішення, як правило, не досягається. Отже, виникає потреба у відновленні вертикальної структури регулювання торговельної сфери, але нового організаційного, функціонального та територіального формату.

Сьогодні модель державного регулювання розвитку торговельної сфери має розглядатися як трирівнева організаційно-управлінська система:

1. Загальнодержавний (держава в цілому).

2. Регіональний (регіони, райони, міста Київ та Севастополь).

3. Місцевий (міські та сільські населені пункти) рівні.

На кожному з рівнів необхідно створити відповідні структури з конкретним цілями, завданнями та функціями. При цьому їх роль має бути зведена до створення найбільш привабливого середовища для розвитку внутрішнього споживчого ринку шляхом реалізації середовищоформуючої, контрольної та інформаційної функції.

Загальнодержавний рівень – це рівень центральних органів державної влади, які мають концентруватись на загальних проблемах формування та реалізації ринкової торговельної політики. Пріоритетними завданнями макроекономічного регулювання торговельної сфери повинні стати: створення нормативно-правової бази в галузі торговельного права; забезпечення виконання загальноновстановлених норм та правил торговельної діяльності усіма учасниками ринку; підтримка необхідного рівня конкуренції та запобігання монополії на внутрішньому ринку; захист внутрішнього ринку від іноземної конкуренції в разі її посилення; налагодження та удосконалення взаємозв'язків торговельної політики з іншими напрямками державної політики; забезпечення економічної та соціальної стабільності споживчого ринку; удосконалення торговельних відносин; формування якісного торговельного обслуговування споживачів; визначення напрямів подальшого розвитку торговельної сфери. Насамперед необхідно відтворити міністерство торгівлі у складі КМУ, яке б забезпечувало реалізацію та координацію державної торговельної політики, яку формує ВРУ за поданням КМУ.

Регіональний рівень – це рівень регіональних (районних) органів державної влади, діяльність яких має бути спрямована на забезпечення виконання загальнодержавних завдань функціонування та розвитку торговельної сфери через формування та реалізацію регіональної торговельної політики. Крім того, регіональні органи повинні в межах своїх повноважень розробляти та впроваджувати нормативно-правові акти з питань торгівлі, тобто норми і правила, які б конкретизували загальнодержавні відповідно до специфіки регіону; здійснювати контроль за виконанням як загальнодержавних, так і регіональних нормативно-правових актів; визначати пріоритетні напрями розвитку торгівлі в регіоні; створювати та підтримувати ефективне конкурентне середовище на регіональному ринку; забезпечувати розвиток регіонального ринку на основі підтримки вітчизняних товаровиробників, створення сприятливого інвестиційного клімату та формування розвинутої інфраструктури; забезпечувати проведення дієвого контролю за дотриманням прав споживачів. Вважаємо, що на рівні регіонів органами державного регулювання розвитку торговельної сфери мають стати регіональні управління у сфері регулювання торгівлі, які б здійснювали регіональну торговельну політику, контролювали дотримання встановлених вимог і правил у сфері торгівлі, координували б роботу структурних підрозділів облдержадміністрації, райдержадміністрацій та органів місце-

вого самоврядування, інших організацій і установ незалежно від форми власності щодо найбільш повного забезпечення населення регіону товарами народного споживання, насамперед вітчизняного (місцевого) товаровиробника.

Місцевий рівень – це рівень місцевих органів місцевого самоврядування, які мають спрямовувати свою діяльність на вирішення проблем торговельного обслуговування на рівні населених пунктів. На цьому рівні державного регулювання необхідно забезпечити формування та функціонування ефективних споживчих ринків; створити сприятливе торговельне середовище та забезпечити умови ефективного господарювання суб'єктів ведення торгівлі; сформувати оптимальну організаційну, функціональну та територіальну структуру торгівлі населеного пункту; забезпечити якісне торговельне обслуговування на основі впровадження нових форм торгівлі; сформувати відповідну товарну пропозицію та запаси товарів для задоволення потреб населення та здійснювати контроль за діяльністю учасників торговельного обороту. Для реалізації цих завдань необхідно сформувати власну торговельну політику з урахуванням усіх територіальних факторів, реалізація якої має здійснюватись відповідно до загальнодержавних, регіональних завдань функціонування та розвитку торгівлі шляхом розробки та впровадження програм та планів. На місцевому рівні вже здійснюється ряд заходів з державного регулювання розвитку торгівлі, зокрема реєстрація суб'єктів ведення торгівлі, видача необхідних документів (ліцензій, патентів тощо) для здійснення торговельної діяльності та безпосередній контроль за діяльністю об'єктів торгівлі, проте їх не достатньо. Вже сьогодні стає зрозумілим, що серед пріоритетних завдань державного регулювання розвитку торгівлі «на місцях» є розробка відповідних нормативно-правових актів з регулювання торговельних відносин на рівні населеного пункту; формування єдиного державного реєстру об'єктів торгівлі населеного пункту; проведення системних і глибоких досліджень торговельного простору населеного пункту, на підставі яких мають розроблятися схеми розміщення об'єктів торгівлі та надаватися суб'єктам господарювання конкретні рекомендації щодо організації діяльності об'єктів торгівлі та їх розміщення. На наш погляд, ці функції мають бути зосереджені на рівні місцевих відділів у сфері державного регулювання розвитку торгівлі.

Зауважимо, що в регулюванні розвитку торгівлі активну участь мають приймати і недержавні та громадські організації, серед яких уже досить успішно діють Торгово-промислова палата України, товариство із захисту прав споживачів. На нашу думку, ефективну участь у цьому процесі можуть скласти й об'єднання суб'єктів ведення торгівлі та спеціалізовані організації у сфері торгівлі. Вони можуть легко встановити проблемні місця в торговельній сфері, оскільки знаходяться у безпосередній близькості до торговельного процесу, адекватно визначити пріоритетні напрями розвитку, виходячи із своїх економічних інтересів, розробити ефективні засоби, що забезпечать рух в обраному напрямі, та

відпрацювати механізм реалізації даного вибору, оскільки мають певні навички та ресурси для цього.

Важливу роль у регулюванні розвитку торговельних відносин виконують і міжнародні торговельні організації, зокрема СОТ, Конференція ООН з питань торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Комісія ООН з права міжнародної торгівлі (ЮНСІТРАЛ), Міжнародний торговельний центр (МТЦ), Всесвітня митна організація (ВМО), Міжнародна торговельна палата (МТП), Спілка міжнародних ярмарків (СМЯ) тощо. Основні напрями діяльності цих міжнародних організацій такі: створення договірно-правової основи торговельно-економічних відносин; вироблення домовленостей щодо застосування на національному рівні комплексу торговельно-політичних засобів впливу на міждержавні торговельні зв'язки; сприяння досягненню домовленостей і розв'язанню спірних торговельних проблем; обмін інформацією та досвідом організації торговельно-економічних зв'язків. Звісно, це опосередковано впливає і на організацію та розвиток торговельних відносин усередині країни та на їх державне регулювання.

Однією з основних умов формування та реалізації політики державного регулювання розвитку торговельної сфери є існування повноцінної та стабільної правової бази. Сьогодні правове регулювання зазначеної сфери економіки здійснюється великою кількістю законодавчих та підзаконних нормативно-правових актів, які, на жаль, не містять чітких визначень та положень щодо організації та регулювання торговельної діяльності, не охоплюють усіх аспектів цих процесів та подекуди суперечливі, що закономірно обумовлює необхідність удосконалення правових основ торговельних відносин. І першочерговим завданням в цьому аспекті є прийняття закону «Про внутрішню торгівлю та торговельну діяльність» як законодавчого акта прямої дії, який би закріпив єдині правила гри на внутрішньому споживчому ринку всіх учасників торговельного процесу. Цей законодавчий нормативно-правовий акт, на нашу думку, має складатися з таких розділів: загальні положення: визначення основних понять, суб'єкти, об'єкти (види та форми) та принципи торговельної діяльності; право на здійснення торговельної діяльності та вимоги щодо її реалізації; взаємовідносини держави та внутрішньої торгівлі, тобто державне регулювання торговельної діяльності з визначенням основних засад регулювання, структури та компетенції органів регулювання, державний контроль за торговельною діяльністю; захист прав та інтересів суб'єктів торговельної діяльності; відповідальність за правопорушення у сфері торгівлі; порядок розгляду спорів, що виникають у процесі організації та здійснення торговельної діяльності. Зауважимо, що відповідно до положень концепції [2] було розроблено проект цього закону, проте вже декілька років він не реалізований. Ряд науковців та експертів у галузі торговельного права [1, 3] пропонують кодифікувати торговельне право. Однак в Україні сьогодні немає ні традицій, ні економіко-правових передумов для прийняття Торговельного кодексу. Більш реальним є впровадження саме закону.

Вважаємо, що для покращення правового поля в торговельній сфері України, крім створення єдиного закону, необхідно здійснити ще ряд заходів, а саме: доопрацювати Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України відповідно до сучасного рівня та пріоритетів розвитку країни; удосконалити ДСТУ 4303:2004 щодо видів та форм торгівлі, класифікації об'єктів торгівлі; внести зміни у ДК 009:2005 щодо розмежування оптово-роздрібної, дрібнооптової, оптової торгівлі та посередницької діяльності; ліквідувати невідповідності у чинних нормативно-правових актах; вдосконалити норми ліцензування та патентування торговельної діяльності; внести зміни до податкового, банківського та господарського законодавства спрямовані на підвищення ефективності та удосконалення торговельної діяльності; сформувати правову основу функціонування оптової, комісійної та електронної торгівлі; розробити нормативно-правову базу для впровадження сертифікатів діяльності у роздрібній торгівлі; регламентувати функціонування неорганізованого сектору внутрішнього споживчого ринку та підпорядкувати його загальним вимогам та правилам торгівлі; розробити нормативні основи управління якістю та асортиментом товарів; синхронізувати правову та нормативну основу організації торгівлі до відповідних норм ЄС; розробити нормативні акти з регулювання територіальної організації торгівлі тощо.

Важливе значення у формуванні та реалізації торговельної політики відіграє й інформаційно-методологічне забезпечення. Без цього неможливий повноцінний аналіз стану та розвитку торговельної сфери та прогнозування розвитку внутрішнього споживчого ринку, а отже, й ефективне регулювання розвитку торгівлі. На жаль, інформаційні можливості Держкомстату України ще далекі від досконалості. Зокрема, офіційна статистика не надає інформації про мережу об'єктів оптової торгівлі, їхню діяльність, забезпеченість товарами та людськими ресурсами; інформаційно не забезпечена електронна, розвізна, розносна торгівля, торгівля на особливих товарних ринках (ярмарках, торгах, аукціонах); відсутні комплексні статистичні спостереження щодо діяльності та розвитку форматів торгівлі; не формується масив інформації з витрат на державне управління торговельною сферою та економічних вигод для держави тощо. Все це вимагає удосконалення статистичної звітності, створення єдиного державного реєстру об'єктів торгівлі та у довгостроковій перспективі інформаційно-аналітичної системи. Щодо останньої пропозиції, то зазначена система має бути визначена у вигляді програм «Маркетинг», «Ринок», «Консалтинг», «Інвестиції», «Ресурси». В подальшому їй необхідно буде підключити до відповідних закордонних інформаційних систем та баз (банків) даних, що значно розширить можливості інформаційного забезпечення всієї торговельної діяльності (як внутрішньої, так і зовнішньої) та взаємовигідного обміну інформацією на комерційній основі на міжнародному ринку інформаційних послуг. Важливим, на наш погляд, є створення системи інформаційно-консультацій-

них послуг – центрів із надання організаційно–управлінської допомоги суб'єктам торгівлі, а також забезпечення ринковою та технічною інформацією в сфері торгівлі тощо.

Крім того, не розроблено жодних методологічних рекомендацій щодо планування та прогнозування розвитку торговельної сфери, що, звісно, негативно позначається на результатах цих процесів. Якість розроблюваних програм, планів і прогнозів залежить від професіоналізму виконавців. Безумовно, що для вирішення цієї проблеми важливе значення мають наукові дослідження у торговельній сфері і не лише поодиноких вчених, а й наукових колективів. У зв'язку з цим необхідно активно розвивати науково–дослідні структури та підрозділи з дослідження проблем у сфері торгівлі. Зокрема, нами розроблено власну методику планування територіальної організації торгівлі та прогнозування розвитку мережі роздрібної торгівлі [4, 5].

Підвищення рівня науково–технічного прогресу в торгівлі перш за все передбачає впровадження у вітчизняну практику торговельної діяльності прогресивних форматів об'єктів торгівлі, методів продаж та форм обслуговування, новітніх технологій у діяльність об'єктів торгівлі та нормативів торговельної діяльності. Для цього необхідно розробити такі стандарти: «Послуги роздрібної торгівлі. Загальні вимоги», «Роздрібна торгівля. Вимоги до обслуговуючого персоналу», «Торгівля. Методи забезпечення якості послуг», «Оптова торгівля. Класифікація об'єктів торгівлі», «Оптова торгівля. Методика торговельної діяльності», «Електронна торгівля. Визначення основних понять», «Електронна торгівля. Загальні вимоги щодо організації та діяльності» тощо.

На нашу думку, завдання щодо формування системи якісного торговельного обслуговування споживачів може бути виконано через забезпечення торговельної сфери висококваліфікованими кадрами. У торгівлі не можуть працювати люди, які мають недостатні знання у торговельній справі. Це стосується всіх категорій торговельних працівників – від керівників до підлеглих. Для цього необхідно не лише здійснювати професійну підготовку кадрів, а й їхню перепідготовку та підвищення кваліфікації. Причому держава бере безпосередню участь через систему освіти у галузі торгівлі. Проте ще й досі вона не відповідає західним стандартам і потребує подальшого вдосконалення та приведення у відповідність. Крім того, із цієї системи випали елементи перепідготовки та підвищення кваліфікації. На нашу думку, необхідно відновити центри з перепідготовки та підвищення кваліфікації. Вони можуть функціонувати при вищих навчальних закладах, які здійснюють підготовку кадрів для торговельної сфери, науково–дослідних центрах, які досліджують проблеми у сфері торгівлі. Не останню роль у цьому спроможні відігравати і спеціалізовані маркетингові фірми. Участь держави у підвищенні якості торговельного обслуговування має обов'язково доповнюватись відповідними діями з боку суб'єктів ведення торгівлі, які мають безпосередньо слідкувати за рівнем фахової підготовки своїх трудових кадрів,

здійснювати контроль за їх професійною діяльністю і, виходячи з цього, визначати потребу в їх перепідготовці та підвищенні кваліфікації, а також проводи стимулюючу політику з підвищення якості їх роботи.

Державне регулювання розвитку торговельної сфери обов'язково має бути спрямоване на формування конкурентного середовища та його розвиток. З цією метою держава повинна створити рівні умови для усіх суб'єктів ведення торгівлі, не допускати зловживань монополістичним становищем, протидіяти ціновим домовленостям і узгодженим діям, обмежувати виникнення недобросовісної конкуренції. Особливого значення тут набуває антимонопольний контроль з боку держави за діяльністю супер– та гіперроздрібних мереж та підтримка малого підприємництва. Протягом останніх років державою було здійснено ряд заходів щодо стимулювання підприємницької діяльності, але бажаного ефекту вони не забезпечили. Тому першочерговими завданнями державної політики підтримки малого бізнесу повинні стати: впорядкування правового поля для малого підприємництва; удосконалення концепції та програм розвитку малого підприємництва; формування податкової свідомості та впровадження ефективної системи оподаткування – зменшення податкових ставок, створення гнучкої системи пільг, надання податкового кредиту з соціально–важливих напрямів торговельної діяльності, особливо у депресивних регіонах і сільській місцевості, удосконалення механізмів збирання податків і отримання податкових пільг, забезпечення надійного захисту прав суб'єктів ведення торгівлі–платників податків; спрощення процедури та фінансових витрат на реєстрацію суб'єктів ведення торгівлі та отримання дозволів на здійснення торговельної діяльності – зменшення кількості державних інститутів, що беруть участь у встановленні легітимності торговельної діяльності, забезпечення прозорості в діяльності державних органів, які видають дозволи на провадження торговельної діяльності, створення державних центрів, які б спеціалізувалися на наданні послуг з реєстрації та продовження торговельної діяльності; сприяння доступу до фінансових, інформаційних та матеріальних ресурсів шляхом формування та розвитку інфраструктури малого підприємництва – бізнес–центрів, бізнес–інкубаторів, кредитних спілок, гарантійних фондів кредитування, страхових, лізингових та консалтингових компаній.

Для захисту внутрішнього ринку в нових торговельних умовах в Україні передовсім необхідно забезпечити конкурентоспроможність українських товарів та суб'єктів господарювання. Для цього, на нашу думку, необхідно: розвивати власне виробництво товарів, розширювати асортимент та підвищувати їх якість; розробити та застосовувати стандарти якості товарів, здійснювати сертифікацію товарів та торговельних послуг відповідно до системи стандартизації та сертифікації ISO (Міжнародної організації із стандартизації); диверсифікувати торговельну діяльність шляхом впровадження нових форм торгівлі; проводити як разові, так і постійно ді-

ючі виставки—ярмарки вітчизняної продукції, роздрібні торгові ярмарки під гаслом: «Місто селу!» та «Село місту!», організувати виставково—торговельні центри; випускати та розповсюджувати каталоги продукції, яка випускається місцевими товаровиробниками; стримувати проникнення та завоювання внутрішнього споживчого ринку іноземними товарами за допомогою адміністративних обмежень зовнішньої торгівлі (ліцензування та квотування), антидемпінгових розслідувань, технічних бар'єрів та інших засобів нетарифного регулювання, що дозволені в рамках СОТ; не допускати домінування на внутрішньому ринку міжнародних торговельних мереж, а надавати перевагу залученню іноземних інвестицій на створення спільних об'єктів торгівлі.

Ефективними засобами підтримки вітчизняних товаровиробників та суб'єктів ведення торгівлі, можуть стати важелі податкового та цінового регулювання. Адже надмірна податкова складова та завищена торговельна надбавка призводять до підвищення реалізаційної вартості вітчизняних товарів і тим сам роблять їх неконкурентоспроможними.

Недосконалість системи оподаткування, непрозорість та нестабільність податкового законодавства, свавілля та зловживання представників контролюючих органів державної влади призвели до того, що значна частина торгівлі відійшла до тіньового сектору економіки. Тому першочерговим завданням у сфері податкового регулювання торговельної сфери є удосконалення всіх елементів оподаткування. Крім того, необхідно проводити ефективну роботу по боротьбі з корупцією в податкових органах. Проведення державою дій щодо вдосконалення системи оподаткування також повинно супроводжуватись заходами щодо формування податкової свідомості в суспільстві шляхом проведення масово—роз'яснювальної роботи органами Державної податкової служби серед безпосередніх суб'єктів ведення торгівлі — платників податків, а також серед учнів шкіл та студентів вищих навчальних закладів — майбутніх платників податків. Лише на такій ниві можливо вивести торговельний сектор економіки з тіні і тим самим забезпечити розвиток економіки та стабільність внутрішнього споживчого ринку.

Цінове регулювання торговельної діяльності спрямоване на стабілізацію рівня та недопущення значних коливань споживчих цін. Виходячи з рівня розвитку ринкової економіки та соціально—економічного становища в Україні цінове регулювання має розповсюджуватися на товари, що задовольняють життєдайні потреби людини, тобто товари щоденного попиту, вилучення яких із споживання вже ставить перед людиною проблему її виживання. Для цього держава може проводити інтервенційні операції, встановлювати фіксований рівень цін продажу, регулювати розміри торговельної надбавки тощо. Всі ці інструменти цінового регулювання використовуються в Україні, але недостатньо ефективно. У зв'язку з цим вважаємо, що: інтервенції мають здійснюватись за більшим асортиментом товарів та проводитись на основі відкритих прозорих тендерів; на найбільш важливі у життєза-

безпеченні населення товари, зокрема хліб, молоко, олія тощо має встановлюватись фіксований рівень цін продажу, а щодо інших товарів, можна застосовувати більш м'яку форму цінового регулювання — регулювання граничних розмірів торговельних надбавок; при встановленні граничних рівнів рентабельності необхідно виходити з такої суми економічної вигоди від реалізації товарів, яка б покривала операційні витрати та приносила хоча б мінімальний прибуток суб'єкту торгівлі з урахуванням впливу негативних соціально—економічних процесів у країні, зокрема інфляції, зростання цін на енергоносії тощо; за умови посилення конкуренції з боку імпортованих товарів чи недостатності вітчизняних товарів через значні обсяги його експорту застосовувати засоби тимчасового адміністративного регулювання — контингенти.

Актуальним завданням, що постає перед державою щодо регулювання розвитку торговельної сфери, є подолання функціональних і територіальних деформацій та диспропорцій. У системі державних заходів щодо реалізації цього завдання перш за все необхідно розробити державні цільові програми, комплексні програми у регіонах і плани розвитку та розміщення об'єктів торгівлі. Дієвою державною підтримкою розвитку торговельних мереж є формування інформаційної системи, яка, на наш погляд, має складатись із схем (у населених пунктах), атласів (на рівні регіонів), географічних інформаційних мереж (держави в цілому) розміщення об'єктів. Для регулювання торгівлі з позиції формування територіальної структури торговельної мережі необхідно встановити індикатори для визначення потреби в об'єктах торгівлі, зокрема ми пропонуємо показники, що характеризують потенціал торговельного простору. У загальному при розміщенні об'єктів торгівлі суб'єкт господарювання має виходити з економічної доцільності та переваг для споживачів. Критеріями розміщення об'єктів торгівлі на території населених пунктів має бути пішохідна, пішохідно—транспортна та транспортна доступність. При цьому межа критерію зростатиме у міру концентрації об'єктів торгівлі та покращення транспортного забезпечення у міських населених пунктах, а у сільській місцевості — в міру розсіяної побудови, скорочення чисельності жителів, територіальної віддаленості від інших населених пунктів.

Оптимізація структури торговельної мережі передбачає урізноманітнення форматів об'єктів торгівлі, поглиблення товарної спеціалізації, соціальної диференціації, розширення торговельних мереж, розвиток електронної, посилкової торгівлі та інших форм позамагазинного продажу. Для цього в рамках інформаційних систем мають бути сформовані масиви інформації з бажаними та перспективними форматами об'єктів торгівлі з їх характеристикою.

Особливої уваги потребує стан розвитку торговельної мережі у депресивних регіонах та сільській місцевості. Спільним між ними є незадовільний рівень соціально—економічного розвитку. Без належного розвитку їх економіки про якісні зрушення у сфері торговельного обслуговування не

може бути й мови. Тому мають розроблятися комплексні програми їх розвитку, обов'язковою складовою яких мають стати плани розвитку та розміщення об'єктів торгівлі. У сучасних умовах можна лише рекомендувати застосування економічних та адміністративних пільг для суб'єктів ведення торгівлі, щоб зацікавити їх працювати у малоефективних торговельних зонах, чи створення державних торговельних мереж. Основним форматами торгівлі у таких зонах мають стати об'єкти торгівлі, які спеціалізуються на низьких цінах, – дискаунти, фірмові магазини, споживчі ринки, автомагазини, соціальні магазини, демонстраційні зали, «магазини викидних або фіксованих цін».

Соціальна орієнтація економіки України вимагає активної участі державних органів влади у забезпеченні належної якості та безпеки споживчих товарів, як це здійснюється у розвинених країнах світу. Для цього в Україні було здійснено ряд заходів щодо адаптації національної системи технічних стандартів до міжнародних. Проте ще й досі не відпрацьовано механізм її реалізації через ряд невіршених питань правового, економічного, організаційного та соціального характеру. За результатами наших досліджень, вважаємо, що до заходів, які забезпечують вирішення завдання споживчої політики, належать такі: вдосконалення структури органів із захисту прав споживачів, зокрема розширення їх компетенції та створення розгалуженої системи торговельних інспекцій; налагодження дієвої співпраці між рівнями та видами органів з регулювання прав споживачів: Держспоживстандартом, асоціаціями українських товаровиробників, органами фітосанітарного контролю; розвиток інформаційної інституціональної системи із репрезентації структур по захисту прав споживачів у засобах масової інформації та Інтернеті; розробка дієвої політики захисту прав споживачів, яка б підвищувала довіру та впевненість споживачів у захисті їх прав – вдосконалення законодавства з захисту прав споживачів та забезпечення його реалізації; створення ефективної системи контролю, захисту та попередження ввезення в країну та виробництво неякісних та фальсифікованих товарів – здійснення постійних перевірок наявності сертифікатів на товар та відповідності йому наявних товарів та проведення незалежної експертизи представниками органів захисту прав споживачів, вдосконалення системи пакування та маркування товарів, здійснення суб'єктами ведення торгівлі постійного моніторингу ринку, регулярних перевірок та контрольних закупівель своїх товарів в об'єктах торгівлі; формування системи управління якістю та асортиментом товарів на об'єктах торгівлі – створення спеціалізованого структурного підрозділу чи введення в штат посадової особи-експерта з якості продукції, яка б здійснювала контроль за якістю товарів, а саме: встановлення наявності сертифіката на товар, їх тестування на якість, забезпечення та перевірка умов їх зберігання, визначення та перевірка терміну їх придатності; проведення виховної роботи серед

споживачів – забезпечення їх поінформованості та сприяння набуттю споживчої освіти, всебічних знань та навичок, що допомагають купити якісний товар та за необхідності відстоювати свої права, якщо вони порушені.

Для виконання поставлених завдань торговельна політика має ґрунтуватись на чотирирівневій системі принципів (загальні, територіальні, функціональні та управлінські принципи).

У сучасних умовах реалізація торговельної політики держави має здійснюватись за допомогою таких заходів: правове регулювання організації та здійснення торговельної діяльності; ліцензування та патентування торговельної діяльності; сертифікація товарів та торговельних послуг; регулювання цін на товари та послуги торговельної сфери; податкові обмеження та стимулювання; розробка та реалізація комплексних та цільових програм розвитку торгівлі; планування та прогнозування розвитку та розміщення об'єктів торгівлі; контроль за дотриманням торговельного законодавства, прав споживачів та захист їх інтересів; фінансування, кредитування та страхування торговельної діяльності; інформатизація суб'єктів ведення торгівлі та споживачів тощо.

Висновки

Таким чином, державне втручання у процеси та явища, що відбуваються у торговельній сфері, є об'єктивною необхідністю. Адже якщо держава не регулює торговельну діяльність, то вона регулюється монополіями та тінювим капіталом. Очевидно, що перехід до цивілізованого та ефективного внутрішнього споживчого ринку вимагає нових підходів до управління торговельною сферою. Важливими у цьому аспекті є розробка та реалізація системної державної торговельної політики.

Література

1. Козлов С. Віртуальна реальність проекту Торговельного кодексу [Електронний ресурс] / С. Козлов // Юридична газета. – 2004. – 8 грудня. – №22(34). – Режим доступу: <http://www.yur-gazeta.com/oarticle/1180/>
2. Концепція розвитку внутрішньої торгівлі України [Електронний ресурс]: постанова КМУ від 20.12.97 р. №1449 / Кабінет Міністрів України. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=1449-97-%EF>.
3. Покрещук О. Місце торговельного кодексу в правовій системі України / О. Покрещук // Підприємство, господарство і право. – 2001. – №5. – С. 3–6.
4. Юр'єва П.Б. Моделювання перспективного розвитку роздрібно-торговельної мережі України / П.Б. Юр'єва, Г.В. Мамонова // Формування ринкових відносин в Україні: збірник наукових праць. – Київ: НДЕІ, 2010. – Вип. 3 (106). – С. 88–92. Особистий внесок: розроблено прогноз розвитку роздрібно-торговельної мережі України.
5. Юр'єва П.Б. Територіальне планування організації торгівлі: методологічні та методичні аспекти / П.Б. Юр'єва // Економіка та держава. – 2011. – №11.