

УДК 504+332.12

СПОЖИВЧА ПОЛІТИКА: НАЦІОНАЛЬНІ ТА РЕГІОНАЛЬНІ ПРІОРИТЕТИ

О.А. Ліпанова

Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень НАН України, Одеса, Україна

Ліпанова О.А. Споживча політика: національні та регіональні пріоритети.

У даній статті висвітлено національні та регіональні пріоритети споживчої політики України і розглянуто механізми її реалізації. Також виділені інструменти екологізації споживчої політики.

Ключові слова: екологізації споживчого ринку, споживча політика, національні пріоритети, регіональні пріоритети

Ліпанова О.А. Потребительская политика: национальные и региональные приоритеты.

В данной статье рассматриваются национальные и региональные приоритеты потребительской политики Украины и рассмотрены механизмы ее реализации. Также выделены инструменты экологизации потребительской политики.

Ключевые слова: экологизации потребительского рынка, потребительская политика, национальные приоритеты, региональные приоритеты

Lipanova O.A. Consumer policy: national and regional priorities.

This paper focuses on national and regional priorities for consumer policy in Ukraine and discussed the mechanisms of its implementation. Also highlighted tools greening consumer policy.

Keywords: ecological consumer market, consumer policy, national priorities, regional priorities

Екологізація споживчого ринку у ринковій економіці виступає найважливішим фактором соціально-економічного розвитку регіону та екологічно безпечного довкілля. Дослідження в цій галузі набувають все більшої актуальності. Отже, споживча політика спрямована в першу чергу на підтримку інтересів споживачів та розширення сфери їх захисту.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Питання розвитку торгівлі з урахуванням екологічного фактору започатковано ще наприкінці ХХ ст., що знайшло своє відображення в ряді міжнародних наукових діячів таких як Р. Вернон, П. Крюгман, К. Ланкастер, М. Портер, Р. Петіга, М. МакГваера, Дж.Д. Меріфіда, Л. Соета та Т. Ціземера. Питання екологічної політики у розрізі споживчого ринку висвітлено у роботах К. Андерсена та К. Крутілли, вплив екологічного регулювання на обсяг виробництва і торгівлі – А. Філіпсона, Дж. Річардсона, Дж. Мутті та ін.

Серед вітчизняних вчених питання споживчої політики за умов екологізації економіки висвітлені в працях О. Веклич, О. Васюти, А. Качинського, Л. Мельника, А. Садекова, І. Синякевича, Ю. Туниці, В. Шевчука, В. Барановського, І. Грабинського, Л. Купінець, С. Харичкова, М. Хвесика та ін.

Постановка завдання

Проаналізувати існуючу ситуацію щодо впровадження елементів екологізації у розвиток споживчого ринку в регіональному вимірі.

Виклад основного матеріалу дослідження

Стратегічною метою розвитку споживчого ринку в економіці України, яка все ще перебуває на етапі трансформації, є покращання рівня життя населення, піднесення на новий якісний рівень усього комплексу соціально-економічних чинників, які забезпечують процес життєдіяльності суспільства. Із огляду на це, виникає об'єктивна необхідність аналізу сучасних тенденцій, які мають місце в розвитку вітчизняного споживчого ринку. Споживчий ринок є одним із найвагоміших сегментів національного ринку, він характеризує відносини, які складаються у процесі виробництва, обміну й споживання кінцевих товарів і послуг. Зважаючи на його соціальну роль і важливе місце в життєзабезпеченні населення (а саме – задоволення найнеобхідніших потреб людини),

споживчий ринок можна вважати підсистемою соціально-економічної системи країни з притаманними їй особливостями та завданнями функціонування.

Споживчий ринок сьогодні є однією з найперспективніших галузей економіки, що швидко розвивається. Вона має значну вагу у суспільному виробництві. Досить зазначити, що в розвинутих країнах частка сфери послуг у валовому внутрішньому продукті становить 60-70%. Нажаль, в Україні цей показник дещо менший і становить близько 40%. Майже всі суб'єкти господарювання тією чи іншою мірою надають послуги. Функціонування споживчого ринку екологічних послуг є досить перспективним. Нова економічна революція привела до його успішного розвитку, розширення і модифікування. Відбулися значні зміни в структурі споживчого ринку.

Ці характеристики не відображають тенденції розвитку світового ринку в екологічній сфері, продукція якого досягає від 1 до 4% обсягу зовнішньої торгівлі розвинених країн, причому темпи зростання продажів природоохоронних технологій і обладнання становлять 10 і більше відсотків у рік.

Експерти оцінюють світовий ринок екологічних товарів і послуг, як мінімум, в розмірі 500 млрд. дол. США. Його щорічний приріст перевищує 5%, а в окремих країнах ще більше. Так, наприклад, в країнах Балтії – до 8%, Канаді – на рівні 10% у рік. Ринок екологічних товарів і послуг у Східній Європі, включаючи СНД, оцінюється приблизно в 20 млрд. дол. США, а його середньорічний приріст – перевищує 1% [1].

У світовій практиці екологічний ринок є досить перспективним. У США він оцінюється в 165 млрд. дол. і має тенденцією зростання 4% у рік, Латинській Америці – 6,6 млрд. дол. (прогноз – 10 млрд. дол.), Індії – 1 млрд. дол. із щорічним приростом – 18%, Південній Кореї – 3,4 млрд. дол., а ринок Східної Європи – порядку 6 млрд. дол. із зростанням – 6%.

Ємність українського ринку екологічних послуг значною мірою визначається спрацюванням устаткування й технологічною застарілістю промислових підприємств. Так, в Україні близько 1700 підприємств екологічно небезпечні, у тому числі хімічні і шкідливі для здоров'я [2]. Змінити ситуацію може відновлення виробничих фондів, пов'язаних з охороною навколишнього природного середовища (наприклад, очисних споруд), проведення капітального ремонту наявних фондів, що вимагає значних капітальних вкладень.

В Україні існують певні перекося і диспропорції в розвитку сфери послуг, які ми отримали в спадщину. Однією з теоретичних засад політичної економії соціалізму була концепція непродуктивного характеру праці в сфері послуг, що, в свою чергу, призвело до недооцінки ролі сфери послуг у створенні валового внутрішнього продукту.

Попит на послуги в Україні зростає. Необхідність споживання розвитку ринку екологічних послуг пов'язана із зростанням добробуту, збіль-

шенням вільного часу, з ускладненням товарів, що потребують обслуговування. Галузі сфери послуг дуже різноманітні, що надає їм можливості зайняти в економіці країни особливе місце.

В сучасних еколого-економічних умовах особливо необхідним є розвиток споживчої політики. Екологічні фактори все більше впливають на цілі підприємницької діяльності, тому охорона довкілля є важливим економічним завданням. З огляду на це можна зазначити, що екологічні послуги на ринку споживання повинні бути одним із найпоширеніших видів спеціалізованих послуг. Вони надаються у галузі охорони навколишнього природного середовища, природокористування, екологічної безпеки тощо.

Однак у вітчизняній науці недостатньо висвітлено саме поняття екологічної послуги як економічної категорії. Це пов'язано з тим, що екологічні послуги на певному сегменті ринку перебувають як об'єкт підприємницької діяльності і водночас вони є суб'єктом становлення розвитку інших суб'єктів підприємницької діяльності. Постає питання більш детального висвітлення як самого поняття «екологічна послуга», так і систематизації та класифікації послуг даної категорії.

Вирішення цієї проблеми дозволить розробити систему заходів цілеспрямованого стимулювання процесів екологізації споживчої політики України.

Питання впровадження механізмів споживчої політики в систему державного управління в Україні стоять сьогодні надзвичайно гостро.

З одного боку, ст. 42 Конституції України задекларовано, що «держава захищає права споживачів, здійснює контроль за якістю і безпечністю продукції та усіх видів послуг і робіт, сприяє діяльності громадських організацій споживачів».

З другого боку, нині в країні немає цілісної системи захисту прав споживачів, яка відповідає б європейським і світовим стандартам. Особливо важливою тут є необхідність комплексного вирішення проблеми взаємодії органів державного управління та громадських організацій у сфері захисту прав споживачів у контексті розвитку громадянського суспільства.

Вдосконалення системи державного контролю безпеки товарів і продуктів, покращення стану споживчого ринку країни можливо здійснити шляхом прийняття низки нормативно-правових актів.

Серйозною проблемою є також захист прав споживачів у сільській місцевості, де він практично відсутній. Ці питання слід вирішувати на місцевому рівні, крім діяльності органів влади, активно залучаючи органи місцевого самоврядування та членів громад.

З метою поліпшення доступу громадян до системи захисту прав споживачів у селах та невеликих містах, органи місцевого самоврядування по всій Україні створили понад сто незалежних органів захисту прав споживачів; у деяких сільських та селищних радах було створено посаду спеціаліста із захисту прав споживачів. Однак це лише невелика частина споживчої

політики держави, яку необхідно підтримувати та розвивати в країні.

«Керівний документ із питань захисту прав споживачів», затверджений у 1985 році та переглянутий у 1999-му:

- право на безпеку.
- право на отримання інформації.
- право на споживчу освіту.
- право на компенсацію.
- право бути вислуханим.
- право на вибір.
- право на задоволення основних потреб.
- право на здорове навколишнє середовище.

Саме тому по прикладу захисту прав споживачів у ЄС необхідно прийняти національні закони на забезпечення всіх восьми прав споживачів, або деяких із них. Головною метою національних заходів, як і у здійснюваних у ЄС, повинно бути забезпечення узгодженості між країнами, головним чином, шляхом встановлення мінімальних вимог щодо конкретних аспектів захисту прав споживачів.

Основною метою виділяється створення єдиного спільного ринку, на якому комерційні підприємства можуть вести торгівлю скрізь, де їм потрібно, і на якому споживачі можуть купувати товари скрізь, де їм потрібно, не зазнаючи труднощів і ускладнень, створюваних різними національними законами та ринковими культурами. Метою єдиного ринку стає сприяння конкуренції, а відтак – ефективності бізнесу та економічного зростання.

За даними звіту «Deloitte Touche Tohmatsu Limited» «Світовий сектор споживчих товарів» існує тенденція зростання 250 найбільших компаній у секторі виробництва споживчих товарів яке склало 8,4%, що майже на 10 відсоткових пунктів вище аналогічного показника минулого року, коли в даному секторі виробництва був відзначений спад на рівні 1,2% [1].

Загальний обсяг продажів 250 найбільших компаній світу виріс з 2,57 трлн. доларів США в 2009 році до 2,82 трлн. доларів США в 2010 році, за даними того ж звіту. Регіоном з найбільш високими темпами зростання продажів сектора споживчих товарів стала Латинська Америка, де цей показник склав 22,2%, на другому місці опинилася Північна Америка, де сукупні продажі в 2010 році зросли на 11% порівняно з 3,2% у 2009 році [1].

Український споживчий ринок завдяки зростаючому внутрішньому попиту, значно випереджає світові тенденції за темпами зростання – обсяг продажів споживчих товарів українських виробників в 2010 році виріс на 21%, схожа динаміка спостерігалась і в 2011 році [2]. Зважаючи на тенденції спаду покупних можливостей українських споживачів для зростання обсягів продажів виробники змушені постійно шукати нові шляхи отримання бажаного рівня прибутку.

Формування споживчого ринку екологічних послуг зумовлене рядом факторів. Формування та удосконалення екологічно-орієнтованих ринків та

екологічних технологій збільшує потреби підприємств та організацій в підприємствах сфери послуг, що займаються ринковими дослідженнями, маркетинговими розробками, екологічними та технічними консультаціями, екологічним кредитуванням, ліцензуванням, сертифікацією та ін.

Необхідність скорочувати постійні витрати спонукає підприємства купувати послуги, а не брати на себе додаткові витрати, пов'язані із самостійним виконанням екологічних завдань, що дасть змогу зберегти гнучкість і позбавить необхідності у додаткових капіталовкладеннях для створення спеціалізованих екологічних відділів або підрозділів.

Зростаючі вимоги споживачів і громадських організацій з одного боку, і державного та міжнародного законодавства, з іншого, збільшує потреби у наданні високоякісних і фахових екологічних послуг, які у стані забезпечити лише спеціалізовані підприємства.

Внаслідок покращання економічного добробуту населення, зростає бажання споживачів купувати більш безпечні для власного здоров'я і здоров'я майбутніх поколінь товарів. Отже, необхідні заходи щодо фахового просування на ринки екологічно-чистої продукції і розробки системи екологічної освіти та виховання населення.

Конкуренція, ринкові вимоги та можливості підприємств спонукають їх зосередити свою діяльність на вузькоспеціалізованих питаннях.

При формуванні механізмів екологізації споживчого ринку Україні необхідно. По-перше, відкритість української економіки та її наближення до вимог і стандартів СОТ, попри складність процесів лібералізаційних реформ, має глибше включати забезпечення системи захисту національних інтересів на внутрішньому ринку. Потреба цієї захисної функції зумовлена аналогічними діями найважливіших торговельних партнерів України, зокрема, країн ЄС, Китаю, країн – членів Митного Союзу, які здійснюють рішучі кроки щодо захисту спільного внутрішнього середовища, застосовуючи повний спектр організаційно-фінансових механізмів для масштабного впровадження цільових програм імпортозаміщення, фінансового сприяння національним виробникам, системного розширення інвестиційного та споживчого платоспроможного попиту внутрішнього ринку.

По-друге, остання світова фінансова криза виявилася потужним стрес-тестом для держав, які накопичували дисбаланси, не нагромаджували достатніх фінансових резервів забезпечення захисту внутрішніх ринків, адекватних зовнішнім загрозам.

По-третє, безпрецедентне нагромадження боргових зобов'язань, особливо у розвинених країнах, значна частка яких скеровувалася на підтримку внутрішніх ринків, істотно обмежує можливості використання бюджетно-податкових механізмів стимулювання розвитку внутрішнього ринку. Фінансові механізми стимулювання внутрішнього ринку є потужним чинником корекції ринкових

механізмів, а тому їхнє застосування повинно виправдовуватися високим суспільним ефектом, а їх запровадження – має бути чітко регламентовано та здійснюватися на прозорій основі.

Четверте, механізми стимулювання внутрішніх ринків розширюються, і в Україні не достатньо опрацьовується прогресивний досвід зарубіжних країн. Йдеться насамперед про інноваційні фінансові механізми та інструменти з підтримання ліквідності, коли традиційні фінансові механізми виявилися недовірними. Наприклад це стосується методів «кредитного пом'якшення», під якими сьогодні розуміється широкий викуп приватних боргових цінних паперів (включаючи іпотечні облігації та сек'юритизовані активи) до моменту відновлення кредитної пропозиції.

Зрозуміло, що для України розбудова механізмів екологізації споживчого ринку повинна узгоджуватися з існуючими можливостями. Разом з тим, в умовах нарощення нестабільності глобальної економіки, Україна не може припуститися стратегічної помилки втрати внутрішнього ринку для національного виробника.

У вересні 2012 за даними компанії GfK Ukraine з маркетингових та соціальних досліджень в Україні спостерігається погіршення споживчих настроїв українців. Значення індексу споживчих настроїв (ICN) у вересні дорівнює 81,8, що на 4,8 п. менше, ніж у серпні. Спад відбувся за рахунок погіршення всіх складових індексу окрім індексу доцільності робити великі покупки (x5). Про це свідчать дані дослідження споживчих настроїв в Україні, яке щомісяця здійснює GfK Ukraine.

Оцінка поточного становища не змінилась і має значення 80,6. Складові цього індексу змінилися наступним чином:

- індекс поточного особистого матеріального становища (x1) втратив 3,2 пункту та дорівнює 80,5;
- індекс доцільності робити великі покупки (x5) набув 3,2 пункту до значення 80,7.

Очікування щодо розвитку економіки країни погіршилися на 8,1 пункту до значення 82,6. Складові цього індексу змінилися наступним чином:

- індекс очікуваних змін особистого матеріального становища (x2) втратив 6,8 пункту і набув значення 88;
- індекс очікуваного розвитку економіки країни впродовж найближчого року (x3) обвалився на 11,9 пункту до значення 76,6;
- очікування розвитку економіки країни впродовж найближчих п'яти років (x4) знизилися на 5,6 пункту до 83,3.

У розбудові механізмів екологізації споживчого ринку маємо керуватися імперативом підвищення якісних параметрів споживання. Нині структура та характер споживання на внутрішньому ринку України відповідає низькому технологічному укладу, що не дозволяє створити умови для нагромадження інвестиційного потенціалу підвищення рівня технологічності.

Важливо виходити з того, що екологізація споживчого ринку має стосуватися не тільки

галузевого, а й територіального виміру, а забезпечення модернізації в регіонах – є передумовою вирішення проблем модернізації національної економіки. Але потрібен системний пошук перспективних проектів у регіонах, формування поруч із державними програмами, регіональних програм, націлених на розширення інвестиційного попиту внутрішнього ринку та збільшення виробничих потужностей національних регіонів у його забезпеченні. Для цього зокрема, необхідна робота із формування сприятливого адміністративного середовища, підготовка інфраструктури для національних та іноземних інвесторів, організаційно-технічне сприяння впровадженню інновацій та їх комерціалізації, кадрове забезпечення інвестиційних проектів. Перелічені напрями важливі для збалансованого розвитку регіонів та мобілізації їх модернізаційного потенціалу.

Забезпечення механізмів екологізації споживчого ринку України в коротко- та середньостроковій перспективі відбуватиметься за несприятливих зовнішніх умов, зокрема:

- розгортання боргової кризи у периферійних країнах Єврозони та підвищення ймовірності її переростання в банківську кризу на локальних та міжнародних фінансових ринках;
- істотної волатильності світових цін на основні біржові товари (насамперед енергоносії та продовольство), а також на фінансових ринках;
- уповільнення світової економічної активності;
- посилення інфляційного тиску в країнах з ринком, що формується та країнах, що розвиваються.

У зв'язку з цим бюджетне планування до 2014 р. повинні орієнтуватися на забезпечення нової доктрини розвитку споживчого ринку України, яка має враховувати:

- державні цільові програми імпортозаміщення на визначених галузевих ринках, насамперед машинобудуванні;
- державну комплексну програму модернізації економіки (оновлення основних фондів);
- держані програми розміщення на території України ліцензійного виробництва.

Фінансова політика України у 2012-2014 рр. має стимулювати зміну тенденцій у поставках імпортного обладнання у напрямі підтримки утворенням спільних стратегічних модернізаційних альянсів з іноземними компаніями на території України, активізувати процес залучення технологій, які мають отримати пільгові режими та міждержавне фінансово-організаційно сприяння.

З боку уряду повинен бути призначений орган, який несе відповідальність за моніторинг і забезпечення виконання вимог безпеки, і який також:

- здійснює ринковий нагляд, беручи та перевіряючи зразки продукції;
- вимагає розміщення попереджувальної інформації у випадках, коли вживання продукції пов'язане з ризиком;
- вживає заходів у випадку виникнення проблем – вимагаючи тимчасового призупинення

продажів продукції або повного її виведення з ринку;

— створює можливості та механізми подання скарг споживачами щодо потенційно шкідливої продукції, або щодо подання інформації про фактичні інциденти, пов'язані з невідповідним рівнем безпеки.

Підвищення здатності споживачів до активізації дій щодо подальшого покращення споживчої політики передбачає навчання та освіти, існування конкретної інформації про товари та послуги, а також юридичні права, які легко можна забезпечити. Зазвичай, інформаційні потреби забезпечуються через встановлення вимог до етикеток, надання ефективних інструкцій, мінімального обсягу фактичної інформації у рекламі та зазначення ціни. Державні органи також публікують загальну інформацію, а освітні курси зі споживчих питань можуть бути включені до шкільних програм. Юридичні права можуть передбачати право на повернення виробів, які не працюють, або стосовно яких споживачам було надано оманливу інформацію.

Висновки

Ринок споживання екологічних послуг в Україні знаходиться в стані свого становлення. Сучасний етап його розвитку характеризується невідрегульованістю, стихійним формуванням попиту і відсутністю певних умов, які можуть сприяти його розвитку та функціонуванню.

Як і раніше сприятиме зростанню галузі ситуація на споживчих ринках, що розвиваються, зокрема, збільшення чисельності середнього класу

та зростання споживчого попиту на внутрішніх ринках. І саме ті виробники споживчих товарів, які найкраще зможуть проаналізувати і використати отриману інформацію про споживачів, закупників і покупців, стануть лідерами в області реалізації стратегічних і тактичних інновацій, побудови ефективних відносин з покупцями і закупівельниками і, нарешті, завоювання ринку.

Роль держави у забезпеченні фінансових механізмів екологізації розвитку споживчого ринку повинна бути сконцентрована навколо забезпечення національних програм імпортозаміщення у секторах, стратегічно важливих для модернізації національної економіки. Для цього у бюджетах наступних років слід підготувати рішення щодо: податкового та митного стимулювання; державно-приватного партнерства; формування міжнародних модернізаційних альянсів; фінансування інформаційно-інфраструктурної підтримки проєктів модернізації.

В цьому контексті держава має стимулювати фінансову підтримку підприємств, задіяних у сфері інновацій та науки, особливо – високотехнологічних виробництв. Відкладені у часі проблеми модернізації не можуть бути вирішені одним днем. При цьому без стратегічного фінансового плану вирішення накопичених проблем, Україна зіткнеться з сценарієм виробничої стагнації, яка загрожуватиме набагато серйознішими наслідками, аніж існуючі виклики сьогоденної мобілізації національних потужностей для вирішення проблем модернізації економіки.

Список літератури:

1. Звіт «Deloitte Touche Tohmatsu Limited» «Світовий сектор споживчих товарів» [Електронний ресурс] // Режим доступу: www.deloitte.com/view/uk_UA/ua/press-ukr/
2. Міністерство екології та природних ресурсів України: [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.menr.gov.ua/> (Дата звернення 20.10.2012 р.)
3. Галушкіна Т.П. «Зелена економіка» як ідеологія сучасних трансформаційних зрушень [Текст] / Т.П. Галушкіна, В.Є. Реутов // Екологічний вісник. – 2010. – № 6. – С. 24-25.
4. Галушкіна Т.П. «Зелений» вектор розвитку економіки України // Економіст. – Київ, 2011. – № 11. – С. 102-105.

Надано до редакції 09.11.2012

Ліпанова Олена Анатоліївна / Olena A. Lipanova
work_tp@ukr.net

Посилання на статтю / Reference a Journal Article:

Споживча політика: національні та регіональні пріоритети. [Електронний ресурс] / О.А. Ліпанова // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2012. – № 3-4 (4-5). – С. 172-176. – Режим доступу до журн.: <http://economics.opu.ua/files/archive/2012/n4-5.html>