

А. Носулич, аспирант,

О. Трубей, аспирант

КНТЭУ (Киев, Украина)

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ СФЕРЫ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ В УКРАИНЕ

В современных условиях хозяйствования развитие внутреннего рынка Украины происходит в условиях наличия многочисленных взаимосвязанных межотраслевых, региональных и межрегиональных связей. В связи с этим повышается роль оптовой торговли как эффективного элемента системы товародвижения.

В результате перехода страны от плановой к рыночной экономике, ликвидации центрального планирования и распределения товарных ресурсов произошло разрушение государственной монополии в сфере оптовой торговли. Альтернативная модель организации продвижения товаров, которая способна обеспечить реализацию экономических интересов участников потребительского рынка, на сегодняшний день еще не создана. Современное состояние оптовой торговли характеризуется стихийностью, нерациональностью, региональной диспропорцией развития оптово-посреднических структур, увеличением звенности товародвижения и, как следствие, необоснованным повышением цен на потребительском рынке.

В связи с этим возникает объективная необходимость усиления государственного регулирования данного сектора экономики, приоритетные направления которой должны быть направлены:

- на нормативно-законодательное определение и уточнение сущности и особенностей функционирования современных институтов оптового рынка;
- регулирование правовых отношений в сфере сбыта потребительских товаров путем создания договорного законодательства, что предусматривает разработку типовых форм договоров с торговыми посредниками, с учетом практики ведения бизнеса в условиях международной экономической интеграции и кооперации, а также особенностей функционирования национального товарного рынка;
- внедрение контрольно-наблюдательной и ограничительно-запретной системы мер, которая способствовала бы развитию эффективных институтов инфраструктуры оптового потребительского рынка;
- усовершенствование статистической отчетности и системы статистического наблюдения с учетом структурных изменений в сфере оптовой торговли;
- преодоление региональной диспропорции размещения посреднических структур путем государственной поддержки развития материального комплекса системы товародвижения (складского, транспортного и тарного хозяйства) с целью повышения эффективности функционирования потребительского рынка во всех областях Украины;
- разработку и внедрение механизма осуществления государственных заказов на социально значимые товары, создание их страховых запасов путем образования государственных оптовых предприятий, что позволит реально влиять на конъюнктуру соответствующих товарных рынков, ограничивать рост цен и противостоять инфляционным процессам;

- усовершенствование деятельности организаторов оптовых продаж (оптовых рынков, ярмарок, аукционов, товарных бирж);
- создание и поддержку информационных центров государственного и регионального уровней, способных предоставлять комплексную информацию о состоянии и развитии потребительского рынка;
- внедрение мер повышения экономической безопасности страны в сфере распределения товарных ресурсов с целью содействия продвижению на внутреннем рынке товаров национальных производителей.

Предложенные направления государственного регулирования сферы оптовой торговли позволят повысить эффективность функционирования рынка потребительских товаров Украины и, как следствие, обеспечат широкую доступность товаров целевым потребителям.

*Е.С. Петренко, д-р экон. наук, профессор
КУАО «Болашак» (Караганда, Казахстан)*

СОВРЕМЕННЫЕ СИСТЕМЫ ТОРГОВЛИ И РЕКЛАМЫ В РЕСПУБЛИКЕ КАЗАХСТАН

Активно растущая экономика Казахстана демонстрирует развитие всех сфер деятельности. Торговля как обслуживающий сегмент экономики обеспечивает продвижение созданных продуктов к конечному потребителю и завершает производственный цикл; обеспечивает качественный сервис и широкий выбор товаров и услуг и тем самым — реализацию прав человека и потребителя. Торговля Казахстана стремительно движется к цивилизованной, разнообразной системе. Розничный товарооборот республики в 2007 г. достиг 15,6 млрд дол. и вырос за год на 10 %. Отрасль активно уходит от примитивных рыночных форм, за минувший год доля торговли на базарах сократилась с 48 % до 23 % и к концу 2008 г. ожидается на уровне 15 %.

В Казахстане происходит бурное формирование сетей, доля которых в розничном товарообороте достигла уже 20 % с общим товарооборотом 550 млн дол. В ассортименте сетей наблюдается тенденция соотношения продовольственных и непродовольственных товаров с постоянным сокращением доли продуктов. Сегодня уровень *food-non-food* составляет 70 на 30, мировая тенденция говорит об оптимальной пропорции 60 и 40.

Супермаркеты Казахстана перерастают в нечто большее, чем просто большой магазин. Казахская розница проходит фазы своего развития быстрее, чем, к примеру, Россия и страны Центральной и Восточной Европы. Столь же стремительно меняется модель потребительского поведения и методы рекламного воздействия, применяемые в новых системах торговли.

Эстетику современного торгового центра красочно обозначил в знаменитой статье «Мир как супермаркет» Мишель Уэльбек, который сказал, что супермаркет — это настоящий современный рай, житейская борьба прекращается у его дверей... здесь ждет огромный, постоянно обновляемый ассортимент товаров, продукты нередко оказываются и в самом деле вкусными, а подробные сведения о содержании полезных веществ всегда указаны на упаковке.