

рік або 66,7% ринку. Решту 33,3% попиту задовольнятиме компанія «Міжнародні авіалінії України». Отриманий результат є дуже близьким до реального стану українського ринку авіаперевезень. З результатів розрахунків бачимо, що на ринку встановилась ціна, яка є дуже близькою до монопольної (щоб максимізувати прибуток, українським авіакомпаніям слід підвищити ціни на квитки в середньому на 1,27%).

Для порівняння, у Німеччині середня вартість польоту у розрахунку на 100 км становить близько 11 євро. В Україні даний показник майже вдвічі більший і становить 21,4 євро. Порівняно з країнами Європи, де цивільна авіація є мабуть основним та найдешевшим видом пересування і квиток в межах Євросони коштує від 1 до 45 євро, в Україні вартість квитка на внутрішніх лініях в одному напрямку може досягати від 150 до 500 доларів в залежності від класу салону літака.

Зазначимо, що застосовані у роботі моделі є дещо спрощеними, адже відповідно до них аналізувались дані лише стосовно середнього рівня цін на авіаквитки. Крім того при визначенні функції попиту враховувався лише ціновий фактор. Попри це використані моделі дали змогу виявити, що ціни на авіаквитки на українському ринку є дуже близькими до монопольних та штучно завищеними.

Отже, український ринок авіаперевезень потребує вжиття заходів державного регулювання, направлених на створення ефективного конкурентного середовища та забезпечення умов для входження на ринок нових конкурентоздатних іноземних та вітчизняних авіакомпаній, як класичного типу так і бюджетних, що суттєво вплине на вартість перевезень та якість обслуговування, наслідком чого дійсно буде реальне задоволення потреб, у першу чергу, українських пасажирів.

Література: 1. Theory of Games and Economic Behavior / John Von Neumann and Oskar Morgenstern: [Electronic resources]. – Access mode: <http://jmvidal.cse.sc.edu/library/neumann44a.pdf> 2. Мікроекономіка [Текст]: підручник / за ред. В.Д. Базилевича. – 2-ге вид., переробл. і доп. – К.: Знання, 2008. – 679 с. 3. Підсумки діяльності авіаційної галузі України за 2006 – 2011 роки: [Електрон.ресурс]. – Режим доступу: <http://avia.gov.ua/>

Височин І.В.,

*к.е.н., доцент, докторант кафедри економіки та фінансів підприємства КНТЕУ,
м. Київ, Україна*

УДОСКОНАЛЕННЯ ЗАКОНОДАВЧОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯК ПЕРЕДУМОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

На сьогодні внутрішня торгівля України продовжує характеризуватися достатньо високими темпами зростання і залишається видом діяльності, де зайнята третина усього працездатного населення країни. Швидке зростання обсягів оптового і роздрібного товарообороту супроводжується активізацією діяльності різних типів торговельних об'єктів, які здебільшого зосереджуються на екстенсивному нарощуванні торговельних площ шляхом формування мереж та їх поширення у регіони.

Подібне зростання переважним чином відбувається ситуативно і безсистемно, при відсутності чіткого визначення стратегічних пріоритетів розвитку сфери внутрішньої торгівлі, що суттєво підвищує ризики непрозорості фінансово-господарської діяльності, переважання неформальних норм і правил, розширення можливостей для провадження тіньової діяльності і подвійних стандартів.

Бачення торгівлі як одного з локомотивів зростання економіки України обумовило розуміння необхідності стимулювання розвитку даної сфери діяльності з боку держави. Регулювання внутрішньої торгівлі в Україні характеризується низьким ступенем втручання з боку держави: невтручання у процес взаємодії виробників і торговельних мереж; відсутність механізмів захисту внутрішнього ринку від експансії іноземних компаній; відсутність цінового контролю по більшості товарних позицій; відсутність уваги до питань підготовки кадрів; відсутність регулювання оптової торгівлі і посередницької діяльності у сфері торгівлі тощо.

Необхідним базисом розвитку цивілізованої внутрішньої торгівлі в Україні у перспективі є вдосконалення правового забезпечення функціонування внутрішнього ринку, розширення

можливостей державної влади, здійснення контролю за дотриманням законодавчих і нормативних документів у сфері товарного обігу. Як галузь економіки, внутрішня торгівля потребує систематизації відображення основ державного регулювання та правових і організаційних основ здійснення торговельної діяльності в окремому законодавчому акті - Законі України «Про внутрішню торгівлю», який дозволить законодавчо регламентувати економічні відносини у сфері внутрішньої торгівлі, визначить «рамкові» умови для здійснення торговельної діяльності.

В Україні починаючи з 1995 р. державними органами було розроблено понад сто нормативних актів, які регулюють торговельну діяльність. Проте чинна нормативно-правова база, що регулює відносини у сфері внутрішньої торгівлі, зокрема Постанова Кабінету Міністрів України від 15.06.2006 р. № 833, якою затверджено порядок провадження торговельної діяльності та правила торговельного обслуговування населення, не забезпечує належного рівня правового регулювання внутрішньої торгівлі. Це ж стосується й окремих Законів, в яких розглядаються особливі питання регулювання торговельної діяльності, а саме: «Про захист прав споживачів», «Про ліцензування певних видів господарської діяльності», «Про патентування деяких видів підприємницької діяльності». Можна констатувати, що сформований в Україні правовий механізм регулювання внутрішньої торгівлі є неповним. Багато питань, що мають важливе значення для подальшого розвитку торгівлі, залишаються поза правовим полем сучасного законодавства України, а метод внесення змін та доповнень у чинні численні нормативні акти, як показує практика, мало ефективний.

Профільний Закон України «Про внутрішню торгівлю» орієнтований на досягнення наступних взаємопов'язаних задач розвитку споживчого ринку та торгівлі: 1. Формування системної нормативно-правової бази розвитку торгівлі. 2. Створення передумов для розвитку цивілізованої торгівлі. 3. Захист прав та законних інтересів споживачів (покупців). 4. Гармонізація взаємовідносин «ритейлер – виробник (постачальник)». 5. Сприяння розвитку національного виробництва споживчих товарів. 6. Забезпечення легітимності торговельної діяльності. 7. Забезпечення соціалізації розвитку торгівлі, захист прав соціально незахищених верств населення. 8. Забезпечення рівноправного розвитку усіх форм та видів торговельного підприємництва. 9. Сприяння розвитку товаропровідної та торговельної інфраструктури. 10. Відновлення керованості розвитку торгівлі та відповідальності за порушення в цій сфері.

Проте не дивлячись на високу актуальність законопроекту вже багато років поспіль його положення підлягають постійним редакційним уточненням, змінювалася загальна концепція побудови даного Закону.

У ході обговорень окремих положень мав місце спротив малого та середнього бізнесу, а також власників роздрібних торговельних мереж. Дискусійними виявилися питання щодо обов'язкового використання в торгівлі реєстраторів розрахункових операцій; включення до асортименту не менш ніж 25% товарів національного виробництва; обов'язкова вимога до суб'єктів господарювання, які здійснюють дистанційну торгівлю, мати офісне приміщення; заборона для суб'єктів господарювання, які є платниками єдиного податку, провадити торговельну діяльність у магазинах площею понад 200 кв.м.; вимога щодо організації відокремленого продажу алкогольних і тютюнових виробів; регулювання строків розрахунку за поставлені товари; обмеження вимог торговельних мереж до постачальників щодо оплати маркетингових, рекламних та інших послуг по соціально важливих товарах; вимога щодо відповідності працівників сфери торгівлі кваліфікаційним характеристикам професій та ін. У ході обговорень окремі із названих проблемних питань відображені в тексті законопроекту, а деякі все ж таки не були підтримані.

Термінологія, які вживається у законопроекті, спирається на вже існуючу нормативно-правову базу, зокрема, положення Цивільного, Господарського, Податкового кодексів, діючих Законів, Постанов тощо. Звісно, таким чином можна досягти «технічної» погодженості нормативно-законодавчих актів, але чи буде досягнута задача розвитку законодавчого забезпечення, його оновлення та покращення? Навпаки, термінологія та положення цього Закону мають стати поштовхом для ревізії усієї існуючої нормативно-законодавчої бази, яка визначає засади провадження торговельної діяльності в Україні.

Закон «Про внутрішню торгівлю» розроблявся за участі безпосередніх учасників ринку, профільних урядових структур та науковців, які здійснюють дослідження саме з проблематики розвитку торгівлі, а непрофільні нормативно-законодавчі акти часто розробляються без

залучення фахівців із відповідних сфер діяльності, в результаті і виникає термінологічна плутанина, некоректність у позначенні і тлумаченні понять.

За ініціативи Міністерства економічного розвитку і торгівлі України створена платформа для проведення конструктивних дискусій, далі потрібно мати прагнення всіх зацікавлених сторін до спільного пошуку шляхів розв'язання проблем, взаємних поступок і підтримка депутатським корпусом положень і норм законопроекту.

Гаваза Є.В.,

*аспірант відділу ціноутворення та кон'юнктури ринку ННЦ «Інститут аграрної економіки»,
м. Київ, Україна*

ВИРОБНИЦТВО ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ ЯК СКЛАДОВА СТАЛОГО РОЗВИТКУ СІЛЬСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА

Останнім часом проблема безпеки та якості продовольчої продукції набуває все більшої актуальності у всьому світі. Стрімке розповсюдження практики застосування біотехнологій в сільському господарстві та надмірна хімізація традиційного землеробства спричинили деградацію агроєкосистем та забруднення навколишнього природного середовища. Для прикладу, „вклад” АПК в забруднення ґрунтів оцінюється в 50%, водних ресурсів – 40-50%. На тлі цих процесів зростання екологічної свідомості населення посприяло тому, що якість на сьогоднішній день стала одним із найважливіших факторів конкурентоспроможності сільськогосподарської продукції.

В той же час на продовольчих ринках розвинених країн постійно зростає частка органічної, тобто гарантовано екологічно безпечної продукції з відсутністю в її складі ГМО, нітратів, гормонів, антибіотиків і т.д. Виробництво органічної продукції цілком відповідає концепції сталого розвитку завдяки збереженню та відтворенню агроєкосистем, підвищенню родючості ґрунтів та стійкості тварин до хвороб, захисту біологічного різноманіття.

Органічне сільське господарство сприяє не лише формуванню стійких агроєкосистем і забезпечує високі якісні стандарти агропродовольчої продукції, але і в ряді випадків спроможне позитивно вплинути на показники ефективності функціонування аграрного сектору в частині зниження витрат на закупівлю мінеральних добрив, засобів захисту рослин, стимуляторів росту, паливно-мастильних матеріалів тощо (таблиця).

Для України, враховуючи високу питому вагу сільського населення, недостатньо працевлаштованого та бідного в матеріальному плані, розвиток органічного землеробства являється перспективним ще і завдяки отриманню сільськими мешканцями додаткових доходів від „зеленого” туризму, базовою складовою якого є екологічно орієнтоване фермерство, а також можливість працевлаштування.

Таблиця

Вигоди для учасників ринку органічної продукції

Суб'єкт ринку	Вигоди
Виробники	Збільшення рентабельності
Торговці	Розширення асортименту, Збільшення обороту
Споживачі	Покращення здоров'я
Мешканці сільської місцевості	Безпечне довкілля, Додаткові робочі місця, Підвищення заробітної плати, Розвиток «зеленого туризму»
Держава	Підвищення рівня зайнятості, Збільшення надходжень до бюджету, Зменшення витрат на подолання наслідків забруднення навколишнього середовища

Пріоритетність розвитку органічного сільського визначена в Державній цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 року, де планується „довести обсяг частки органічної продукції у загальному обсязі валової продукції сільського господарства до 10 відсотків” [1]. Крім того, 18 вересня 2012 р. Верховна Рада України ухвалила Закон „Про