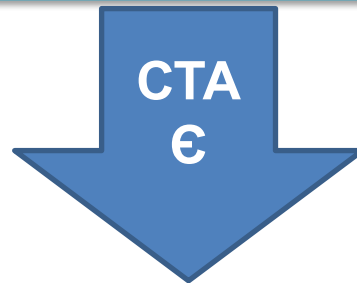


**Розвиток кон'
юнктури ринку
споживчих
товарів**



Важливою умовою досягнення
максимального рівня прибутку
вітчизняними підприємствами



вирішення проблеми
обґрунтування обсягів збуту і по
літики розподілу споживчих
товарів як на зовнішньому, так і на
внутрішніх ринках.



Функції СРТ:

- узгоджувальна;
- регулювальна;
- оцінювальна;
- стимулююча;
- ощадна.

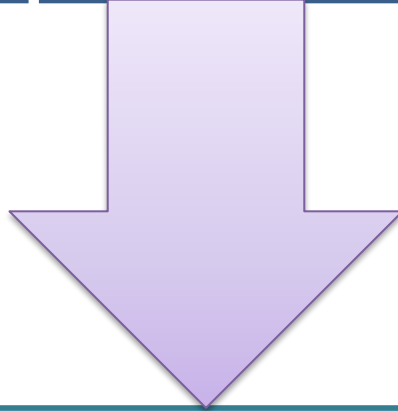
Завдяки виконанню цих функцій СРТ:

- формує структуру й обсяг пропозиції та попиту;
- врівноважує їх, забезпечує збалансованість економіки;
- «викидає» неконкурентоспроможні підприємства, морально застарілі вироби та виробництва.

Головні питання суспільного виробництва:

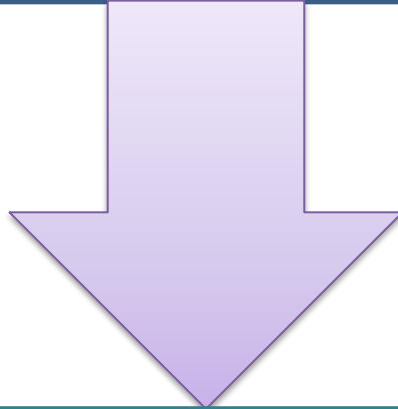
- що виробляти;
- як виробляти;
- для кого виробляти.

**Які товари і послуги
виробляти?**



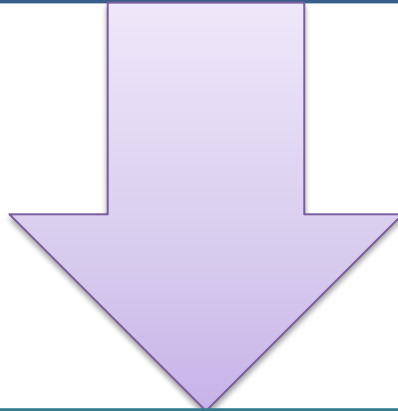
визначають покупці і продавці

Як виробляти товари?



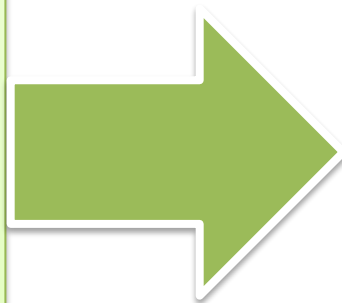
визначає конкуренція між виробниками

Для кого виробляти товари?



визначає попит

Серйозною
проблемою
сучасного
розвитку



значне
поширення
недобросовіс
ної
конкуренції

В Україні найбільш

розповсюдженими проявами є:

- дії, пов'язані з неправомірним використанням знаків для товарів і послуг, фірмових найменувань, назв місць походження товарів;
- дії, наслідком вчинення яких є нанесення шкоди діловій репутації підприємця;
- «тінізація» економіки

Результатом цього є розвиток неконтрольованих процесів:

- розподіл ринків;
- встановлення антимонопольних узгоджених дій;
- нерівність умов конкуренції;
- нераціональне державне втручання в економічне життя суб'єктів господарювання;
- непрозора процедура одержання фінансової допомоги;
- бюрократизм та корупція державного апарату;
- дефіцит товарів, якість і асортимент яких відповідають економічно обґрунтованій і доцільній ціні конкретного ринку і та ін.

важлива роль у створенні
вільного споживчого ринку і
керуванні його динаміки

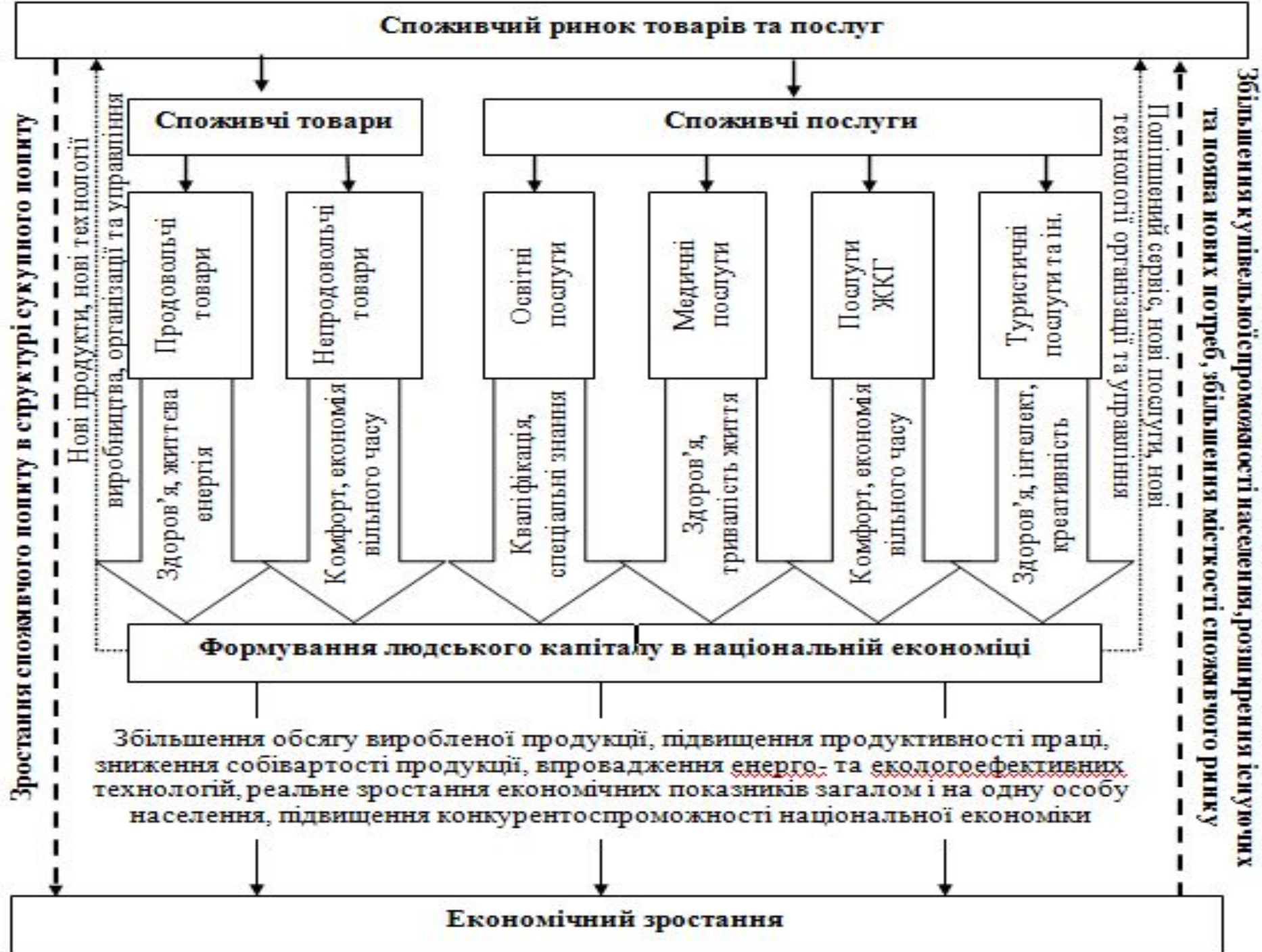
має належати
державі

Функціонування і розвиток внутрішнього споживчого ринку

відбувається під істотним впливом
глобалізаційних процесів і виявляється у
таких основних формах:



- розширення міжнародних потоків товарів і послуг;
- збільшення кількості придбаних або об'єднаних торговельних підприємств за участю транснаціональних мереж;
- наявність укладених угод про міжнародну співпрацю;
- виникнення глобальних систем транспорту, комунікацій і логістики та ін.



Доступ зарубіжних роздрібних мереж до внутрішнього споживчого ринку має 2 сторони:



• Позитивну:

- впровадження сучасних виробничих та торговельних технологій;
- здійснення інвестицій;
- підвищення рівня зайнятості;
- підтримка конкурентного середовища для національних компаній на місцевому споживчому ринку



• Негативну:

- монополізація національних споживчих ринків;
- зниження конкурентоспроможності як окремих національних товаровиробників споживчих товарів, так і цілих галузей, нав'язування культури масового споживання.

Два протилежних сегменти споживчого ринку:

- ринок, придбання товарів на якому доступне багатим верствам населення;
- ринок, товари якого доступні малозабезпеченим і бідним громадянам