

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ВДОСКОНАЛЕННЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЇ БАЗИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ

М.Г. Безпарточний

Розглянуто напрями вдосконалення нормативно-правової бази функціонування та регулювання діяльності торговельних підприємств в аспекті забезпечення якості торговельного обслуговування споживачів та захисту їх прав, правового забезпечення розвитку суб'єктів господарювання торговельної сфери, запровадження нормативно-законодавчих актів щодо регулювання діяльності торговельних підприємств та формування умов ефективного функціонування місцевими органами державної влади.

Ключові слова: *торговельні підприємства, споживач, обслуговування, нормативно-правова база, законодавчі акти, функціонування, регулювання.*

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ НОРМАТИВНО-ПРАВОВОЙ БАЗЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ И РЕГУЛИРОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

М.Г. Безпарточний

Рассматриваются направления совершенствования нормативно-правовой базы функционирования и регулирования деятельности торговых предприятий в аспекте обеспечения качества торгового обслуживания потребителей и защиты их прав, правового обеспечения развития субъектов хозяйствования торговой сферы, внедрения нормативно-законодательных актов относительно регулирования деятельности торговых предприятий и формирования условий эффективного функционирования местными органами государственной власти.

Ключевые слова: *торговые предприятия, потребитель, обслуживание, нормативно-правовая база, законодательные акты, функционирование, регулирование.*

BASIC DIRECTIONS OF IMPROVING THE LEGAL FRAMEWORK OF FUNCTIONING AND REGULATION OF TRADE ENTERPRISES

M. Bezpartochnyi

The ways for the improvement of the existing legal framework relating to the sphere of trade to ensure the rights of consumers, the implementation of safe production, regulation of internal trade, to ensure effective operation and development of trade enterprises are considered.

While improving the legislation concerning the consumer protection it is advisable to arrange the rules and regulations of economic and legal liability for violation of the requirements for further definition of warranty period for storage and sale of products, failure of trade enterprise of examination production, etc.

The use of consumer legislation in the European Union in the field of consumer protection, in particular universal and special consumer rights, is very important.

Directions for the improvement of the existing legal framework for internal trade regulation deal with social orientation of trade enterprises to ensure that the needs of consumers in high-quality products and services at affordable prices, the introduction of modern standards of trading service, the creation of conditions for the development of organized forms of trade are high.

The efficiency improvement of the existing provisions in trade area with the characteristics of state regulation principles of domestic trade is ensured.

In order to provide the formation of effective modalities for the functioning and development of commercial enterprises the importance of the interaction of government trading activities with the subjects of the consumer market is noted.

The introduction of legislation would create appropriate legal and organizational conditions for the effective functioning and development of trade enterprises on the basis of competitive relations expansion, improve the quality of trade services and meet the needs of consumers, would ensure the effectiveness of modern organizational forms of trade and increase turnover and profits.

Keywords: *trade enterprises, consumer, service, legal framework, legislation, operation, regulation.*

Постановка проблеми у загальному вигляді. Здійснення господарської діяльності торговельними підприємствами передбачає врахування норм чинної нормативно-правової бази у сфері забезпечення ефективного торговельного процесу та обслуговування споживачів. Держава має створювати належні умови щодо забезпечення ефективного функціонування та подальшого розвитку торговельних підприємств шляхом розробки та впровадження відповідної регуляторної політики, а також здійснювати регулювання торговельної діяльності у межах законодавчої бази. Проте в умовах конкуренції та активної дії чинників зовнішнього середовища виникає необхідність удосконалення чинної нормативно-правової бази щодо регулювання внутрішньої торгівлі, захисту прав споживачів та дотримання безпеки товарів, що реалізуються торговельними підприємствами, гармонізувати низку законодавчих актів у сфері торгівлі відповідно до міжнародних норм. Тому важливим є дослідження напрямів удосконалення нормативно-правової бази функціонування та регулювання діяльності торговельних підприємств.

Зазначена наукова проблема має зв'язок із практичною діяльністю торговельних підприємств, які стикаються із безліччю

проблем щодо недосконалості низки законодавчих актів та потребують засобів правого захисту у сфері регулювання внутрішньої торгівлі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В економічній літературі існують публікації, які присвячені дослідженню проблем удосконалення нормативно-правової бази функціонування та регулювання діяльності торговельних підприємств, серед них чільне місце посідають праці І.В. Височин, Б.С. Грабовецького, В.А. Гросул, О.І. Лабурцевої, Л.О. Лігоненко, В.І. Лісовського, А.А. Мазаракі, Б.М. Мізюка, Н.Г. Міценко, М.А. Мудрої, О.А. Письменного, А.А. Садекова, А.М. Сафоненка, В.С. Сімонової, В.О. Соболева, А.Ю. Чорного, О.С. Шуміло тощо. Окремі аспекти щодо державного регулювання системи ціноутворення торговельних підприємств досліджено нами у наукових джерелах [1]. На наш погляд, з наукової точки зору залишаються малодослідженими проблеми щодо удосконалення нормативно-правової бази функціонування та регулювання діяльності торговельних підприємств у сфері забезпечення якості торговельного обслуговування та захисту прав споживачів, розробки нормативно-законодавчих актів щодо формування умов ефективного функціонування та розвитку торговельних підприємств.

Мета статті. Метою є узагальнення чинної нормативно-правової бази у сфері здійснення торговельної діяльності та визначення торговельними підприємствами положень щодо захисту прав споживачів, а також удосконалення низки законодавчих актів щодо регулювання внутрішньої торгівлі, розвитку торговельних підприємств, забезпечення якості торговельного обслуговування та реалізації безпечної продукції.

Виклад основного матеріалу дослідження. Чинна нормативно-правова база України у сфері торгівлі ґрунтується на забезпеченні ефективного функціонування та регулювання розвитку торговельних підприємств [8; 9], захисту прав споживачів [12; 14], дотримання суб'єктами господарювання торговельної сфери безпечності реалізованих товарів [10], формування якісного торговельного обслуговування [6] та концептуальних підходів щодо становлення і розвитку внутрішньої торгівлі України [11; 13].

Оскільки діяльність торговельних підприємств спрямована на задоволення потреб споживачів, зорієтуємо увагу на необхідності удосконалення чинної нормативно-правової бази захисту їх прав. В Україні існує відповідна система законодавства щодо захисту прав споживачів, проте з урахуванням стану споживчого ринку, прагнення торговельних підприємств забезпечити власну прибутковість, інколи без урахування етичних норм, та недотримання безпечності продукції, яку реалізують, що виявляється потраплянням до торговельних мереж

значної кількості неякісних, фальсифікованих та небезпечних для життя і здоров'я людей товарів, виникають порушення прав споживачів.

Відповідно до вимог Закону «Про захист прав споживачів» [12] в Україні створена і функціонує державна система захисту прав покупців, яка здійснює: розгляд заяв та звернень споживачів, надання консультацій із питань споживчого законодавства; перевірки господарюючих суб'єктів, вжиття заходів щодо добровільного врегулювання спорів та захисту законних прав та інтересів споживача, економічного та адміністративного впливу на порушників законодавства; досудовий захист прав споживачів; інформування та навчання населення; надання пропозицій щодо вдосконалення захисту прав споживачів тощо.

З огляду на положення Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів їх конституційні права не можуть достатньою мірою бути захищені без розв'язання таких проблем:

- підвищення ролі споживача у суспільстві через створення умов для здорової конкуренції, упровадження сучасних концепцій формування якості та безпечності товарів та послуг, забезпечення умов здобуття громадянами системної споживчої освіти, сприяння діяльності громадських об'єднань споживачів;

- забезпечення координованих дій центральних, місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення ефективного вирішення комплексу завдань із дотримання захисту прав та інтересів споживачів;

- створення належних умов для функціонування в органах місцевого самоврядування структурних підрозділів із питань захисту прав споживачів;

- забезпечення створення освітніх навчальних програм та споживчої просвіти;

- налагодження співпраці і взаємодії органів виконавчої влади з органами місцевого самоврядування та громадськими організаціями споживачів;

- забезпечення належного рівня об'єктивності та достовірності інформації про товари й послуги з метою забезпечення споживачів можливістю зробити свідомий вибір серед ринкових пропозицій;

- забезпечення системного «зворотного зв'язку» зі споживачем;

- забезпечення судовою системою вирішення проблем захисту прав споживачів, особливо щодо відшкодування майнової та моральної шкоди тощо [14].

За результатами проведених нами досліджень відповідних

положень та норм чинної законодавчої бази у сфері захисту прав споживачів встановлено, що має місце низка порушень, за які законодавством не передбачено відповідальності, або ж ця відповідальність має незначний характер для торговельних підприємств. Тому виникає необхідність запровадження заходів господарсько-правової відповідальності за скоєння таких правопорушень, як: порушення вимог щодо визначення гарантійних термінів на зберігання й реалізацію продукції, відмови торговельного закладу у здійсненні експертизи продукції, невиконання вимог щодо обміну товару належної якості тощо. Крім того, з урахуванням досвіду законодавства країн Європейського Союзу у сфері захисту прав споживачів [15] доцільним є виокремлення універсального і спеціального споживчого права. Універсальне право захисту споживачів ґрунтується на можливості отримати інформацію про товари, їх якість, безпеку, право на гарантійний та післягарантійний сервіс. Спеціальне право формується у процесі купівлі товарів та надання торговельного обслуговування.

Позитивним напрямом у царині захисту прав споживачів відповідно до механізмів гармонізації чинного законодавства є встановлення безпеки різних видів продукції, зокрема позначення на етикетці інформації про наявність чи відсутність у ній генетично модифікованих організмів [10]. Така норма поширюється також і на торговельні підприємства.

Актуальним також, на наш погляд, є проблема здійснення електронної торгівлі та відсутності законодавства щодо загальних підходів до процесу торгівлі у мережі Інтернет. Чинним законодавством визначено лише організаційно-правові форми суб'єктів електронної торгівлі, а правила здійснення торгівлі стосуються лише торгівлі через торговельні заклади. Відсутні механізми захисту прав споживачів у разі придбання товарів через мережу Інтернет. Тобто існує нагальна необхідність розробки низки законодавчих актів щодо набуття юридичного статусу суб'єктів електронної торгівлі з обов'язковим позначенням місця розташування, представлення товарного асортименту як торговельних зразків, договірного супроводу процесу торгівлі товарами, надання гарантій у процесі продажу та післягарантійного обслуговування, визначення форм фінансових розрахунків, зобов'язань у процесі транспортування товарів до споживача тощо.

На нашу думку, з метою удосконалення основних положень законодавства у сфері захисту прав споживачів необхідно звернутися до світового досвіду вирішення зазначених проблем.

Нормативно-правова база у сфері захисту прав споживачів у

країнах Європейського Союзу спрямована на формування єдиних законодавчих стандартів, створення єдиної жорсткої системи вимог компенсації за неякісні товари, удосконалення законодавства стосовно безпеки товарів, посилення ролі споживачів у політиці Європейського Союзу шляхом формування спільного ринку та покращення інформування споживачів [17]. У Європейському Союзі діє споживча програма, основними завданнями якої є забезпечення високого рівня захисту прав споживачів шляхом удосконалення інформування, поліпшене консультування та краще представництво інтересів споживачів; забезпечення ефективного застосування правил захисту прав споживачів, особливо через розвиток співробітництва між органами влади та організаціями, відповідальними за впровадження і реалізацію норм споживчого законодавства, інформування, освіти та вирішення проблем, пов'язаних зі скаргами споживачів [16].

Необхідно зазначити, що удосконалення нормативно-правової бази у сфері захисту прав споживачів у Європейському Союзі спрямовано не лише на формування системи технічного регулювання та споживчої політики, але й на елементи законодавчого регулювання та подальшого функціонування споживчого ринку і його суб'єктів, у т. ч. і торговельних підприємств.

Тому в основу удосконалення нормативно-правової бази функціонування та регулювання діяльності торговельних підприємств має бути покладена європейська модель захисту споживчого ринку, зокрема у царині захисту прав споживачів, а суб'єкти торговельної сфери можуть стати ефективним інструментом моніторингу перетворень у системі захисту прав споживачів щодо безпечності продукції виробника та рівня впровадження гармонізованих законодавчих норм. Крім того, важливу роль в системі захисту прав споживачів мають відігравати місцеві органи державного управління чи їх уповноважені структурні підрозділи, а також відповідні представники громадськості. Також, на рівні місцевого самоврядування, можуть бути створені відповідні інспекції з питань захисту прав споживачів, які мають здійснювати контролюючу, освітню та інформаційну функції за додержанням торговельними підприємствами законодавства про захист прав споживачів; розробки заходів розповсюдження соціальної реклами, створення необхідних умов щодо навчання та набуття населенням правових знань у сфері захисту прав споживачів; консультування споживачів із питань захисту їх прав; здійснення моніторингу за діями торговельних підприємств щодо вилучення з обігу неякісних товарів; розробки заходів щодо своєчасного попередження споживачів про виявлену небезпеку, яку становить та чи інша продукція; інформування органів

державної влади, органів місцевого самоврядування та громадськості про результати здійснення моніторингу та контролю; адаптації нормативно-правової бази відповідно до законодавчих актів Європейського Союзу. Доцільним є внесення змін до чинної нормативно-правової бази у сфері захисту прав споживачів положень щодо збільшення штрафних санкцій у разі реалізації неякісної та небезпечної продукції торговельними підприємствами, що, у свою чергу, спонукатиме останніх стежити за якістю товарів, які реалізуються.

Таким чином, упровадження окреслених нами аспектів щодо вдосконалення нормативно-правової бази функціонування та регулювання діяльності торговельних підприємств у царині захисту прав споживачів та торговельного обслуговування сприятиме насиченню якісною та безпечною продукцією, підвищенню рівня соціальної стабільності та забезпеченню ефективності системи запобігання надходженню небезпечних, фальсифікованих товарів або товарів неналежної якості в систему роздрібною торгівлі. Крім того, у межах формування ефективних партнерських зв'язків суб'єктів господарювання торговельної сфері з органами державного регулювання досягатиметься ефективність їх взаємодії, що сприятиме реалізації законодавства з питань захисту прав споживачів.

Іншим напрямом удосконалення нормативно-правової бази функціонування та регулювання діяльності торговельних підприємств є формування умов щодо забезпечення розвитку внутрішньої торгівлі. Чинна нормативно-правова база передбачає визначення стратегічних цілей та пріоритетів розвитку внутрішньої торгівлі України на період до 2016 р. [11], основними з яких є:

- задоволення потреб населення, зокрема малозабезпечених верств, у якісних товарах та послугах за доступними цінами, запобігання необґрунтованому зростанню цін на споживчому ринку, у тому числі на соціально значущі продовольчі товари;

- запровадження сучасних стандартів торговельного обслуговування, створення умов для розвитку організованих форм торгівлі;

- забезпечення доступності товарів для населення, підвищення конкурентоспроможності галузі, підтримка національних виробників товарів;

- забезпечення дотримання прав і законних інтересів підприємств – юридичних осіб, фізичних осіб – підприємців, що здійснюють торговельну діяльність, виробництво і постачання товарів, балансу економічних інтересів зазначених господарюючих суб'єктів;

- забезпечення дотримання прав і законних інтересів

споживачів;

- урегулювання відносин, пов'язаних з організацією та функціонуванням роздрібних ринків;

- поліпшення іміджу робітничих професій у сфері торгівлі та послуг, удосконалення системи підготовки спеціалістів вищими та професійно-технічними навчальними закладами;

- налагодження соціального діалогу між громадськими та профспілковими об'єднаннями, організаціями роботодавців у сфері торгівлі, центральними та місцевими органами виконавчої влади тощо.

Необхідно відзначити, що наразі існує проблема щодо запровадження Закону України «Про внутрішню торгівлю» [7] та удосконалення його окремих положень в аспекті регулювання внутрішньої торгівлі та забезпечення розвитку торговельних підприємств. Чинні положення мають ґрунтуватися та відповідати принципам державного регулювання розвитку внутрішньої торгівлі, а саме [3, с. 317–318]:

- організаційно-господарської незалежності. Цей принцип характеризується можливістю забезпечення гнучкості торговельних підприємств щодо вибору організаційно-економічних форм господарювання та зміни товарної спеціалізації шляхом оптимізації товарного асортименту відповідно до потреб споживачів та їх платоспроможного попиту;

- відкритості, що ґрунтується на доступності та забезпеченні якості торговельного обслуговування всіх категорій споживачів, урахуванні їх потреб;

- цивілізованості, що характеризується забезпеченням високого рівня якості торговельного обслуговування. Торговельні підприємства мають прагнути до забезпечення високих стандартів якості сервісу відповідно до міжнародних стандартів, а також розробляти відповідну сервісну політику, яка поєднує елементи торговельного процесу та логістичного обслуговування;

- самоокупності, що передбачає забезпечення прибутковості господарської діяльності, покриття витрат обігу та запобігання банкрутству торговельних підприємств;

- конкурентоспроможності, що ґрунтується на ефективному функціонуванні в умовах конкурентного середовища та конкурентної боротьби за умов дотримання антимонопольного законодавства;

- урегульованості, що охоплює управління діяльністю торговельних підприємств та торговельної сфери з урахуванням впливу чинників зовнішнього оточення через систему правових, інноваційних, інвестиційних тощо механізмів державного регулювання;

- контрольованості, що здійснюється через попередження і

профілактику порушень у сфері торгівлі.

На наш погляд, з огляду на сучасну кон'юнктуру споживчого ринку та господарську діяльність торговельних підприємства до основних напрямів удосконалення нормативно-правової бази у сфері регулювання внутрішньої торгівлі варто віднести приведення у відповідність законодавчих актів місцевими органами влади щодо розміщення торговельних об'єктів відповідно до генеральних планів населених пунктів, забезпечити формування торговельних закладів із реалізації соціально значущих товарів та цінової пропозиції відповідно до соціальної спрямованості споживачів, визначення та встановлення оптимального розміру торговельних площ на кількість споживачів з урахуванням нормативів та іноземного досвіду, забезпечення розвитку та доступності об'єктів роздрібною торговельною мережі у сільській місцевості, особливо у віддалених та малодоступних районах. Окремим положенням у чинному законодавстві щодо розвитку внутрішньої торгівлі мають бути передбачені механізми функціонування гуртових та роздрібних ринків, усунення з них реалізації продукції низької якості та фальсифікату, ліквідації стихійних ринків, упорядкування розміру оплати за торгівлю на ринках, стабілізації продовольчої та цінової ситуації, забезпечення ефективності контролю за якістю продукції тощо.

Результатами удосконалення чинної нормативно-правової бази у сфері регулювання внутрішньої торгівлі та забезпечення ефективного функціонування торговельних підприємств має бути розвиток усіх організаційно-економічних форм торгівлі, оптимізація торговельної мережі, урегулювання відносин між суб'єктами споживчого ринку шляхом цивілізованих ринкових відносин та використання економічних законів розвитку суб'єктів господарювання, підвищення рівня задоволення потреб споживачів та якості торговельного обслуговування, зменшення тіньового товарообігу, забезпечення ринкового ціноутворення.

З метою забезпечення розвитку торговельних підприємств в умовах конкуренції пропонується вдосконалити чинну законодавчу базу щодо формування та запровадження єдиних вимог до організації торговельної та виробничо-торговельної діяльності у сфері роздрібною торгівлі, урегулювання відносин із виробниками та посередниками щодо постачання продукції гуртовим та роздрібним підприємствам відповідно до механізмів оплати за товарні ресурси, а також запровадження відповідальності за диктат із боку виробників (посередників) щодо реалізації їх продукції через торговельні заклади у визначених обсягах та за встановленими виробником (посередником) цінами. Важливим завданням органів державного управління

розвитком торговельних підприємств є розробка та впровадження методики планування розвитку роздрібно́ї торговельної мережі шляхом визначення нормативів щодо оптимального забезпечення населення торговельними площами.

За результатами удосконалення нормативно-правової бази формується механізм реалізації системної державної політики розвитку та регулювання торговельної діяльності, який передбачає створення законодавчих актів та положень, які регламентують організаційні, юридичні й економічні аспекти розвитку внутрішньої торгівлі та торговельних підприємств. Упровадження низки законодавчих актів дасть змогу створити належні правові й організаційні умови для забезпечення ефективного функціонування та розвитку торговельних підприємств на основі розширення конкурентних відносин, підвищення рівня якості торговельного обслуговування та задоволення потреб споживачів, забезпечення ефективності сучасних організаційно-правових форм торгівлі та збільшення обсягів товарообігу та прибутку.

Висновки. Таким чином, у зв'язку із необхідністю забезпечення ефективного функціонування та розвитку торговельних підприємств, а також регулювання внутрішньої торгівлі виникає необхідність удосконалення чинної нормативно-законодавчої бази. Основними напрямками удосконалення є дотримання та гарантування прав споживачів, забезпечення безпеки реалізованої продукції, формування системи якості торговельного обслуговування, розвиток торговельних підприємств, упровадження норм міжнародного законодавства та гармонізація національного законодавства у сфері торгівлі й обслуговування споживачів.

Запровадження окреслених напрямів удосконалення чинної нормативно-законодавчої бази сприятиме впорядкуванню торговельної діяльності, розвитку різних форматів торгівлі на конкурентних засадах, забезпечить скоординовану діяльність органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування, дозволить залучити інвестиції у розвиток потенціалу торговельних підприємств чи створення нових торговельних об'єктів, підвищити рівень захисту прав споживачів, покращить господарський стан торговельних підприємств. Систематизація та гармонізація чинних законодавчих актів у царині внутрішньої торгівлі сприятиме забезпеченню гарантій законності торговельної діяльності, дозволить посилити вплив державного регулювання торгівлі за рахунок економічних методів на процеси, що відбуваються на споживчому ринку в межах антимонопольного та споживчого законодавства.

Перспективами подальших наукових розвідок у цьому напрямі є

розробка механізмів моніторингу та контролю державних органів управління за дотриманням чинної нормативно-правової бази торговельними підприємствами.

Список джерел інформації / References

1. Безпарточний М. Г. Механізми державного регулювання системи ціноутворення торговельних підприємств / М. Г. Безпарточний // Наукові дослідження молоді : III звітна наук.-практ. конф. : [матеріали]. – Рівне-Дубно : Ассоль, 2011. – С. 13–16.

Bezpartochnyy, M.H. (2011), “Mekhanizmy derzhavnoho rehulyuvannya systemy tsinoutvorennya torhovel'nykh pidpryyemstv” [“Naukovi doslidzhennya molodi”]. Materialy III zvitnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi. Zbirnyk tez], vydavnytstvo TOV firma “Assol”, Rivne-Dubno, pp. 13-16.

2. Височин І. В. Державне регулювання торговельної діяльності в Україні та світі: порівняльний аналіз / І. В. Височин // Вісник Київського національного торговельно-економічного університету. – 2010. – № 1. – С. 11–23.

Vysochyn, I.V. (2010), “Derzhavne rehulyuvannya torhovel'noyi diyal'nosti v Ukraini ta sviti: porivnyal'nyu analiz”, *Visnyk Kyivsk'oho natsional'noho torhovel'no-ekonomichnoho universytetu*, No. 1, pp. 11-23.

3. Виноградська А. М. Комерційне підприємництво: сучасний стан, стратегії розвитку : монографія / А. М. Виноградська. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – 807 с.

Vynohrads'ka, A.M. (2004), *Komertsiyne pidpryyemnytstvo: suchasny stan, stratehiyi rozvytku*, Tsentri navchal'noyi literatury, Kiev, 807 p.

4. Возіянова Н. Ю. Державне регулювання інституціональних змін у розвитку внутрішньої торгівлі / Н. Ю. Возіянова // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Сер. Гуманітарні науки. – 2010. – № 3. – С. 219–228.

Voziyanova, N.Yu. (2010), “Derzhavne rehulyuvannya instytutsional'nykh zmin u rozvytku vnutrishn'oyi torhivli”, *Visnyk Donets'koho natsional'noho universytetu ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovsk'oho. Ser. Humanitarni nauky*, No. 3, pp. 219-228.

5. Покатаєва О. В. Державна регуляторна політика щодо механізму ціноутворення на товари і послуги для населення / О. В. Покатаєва // Держава та регіони. – 2009. – № 3. – С. 142–150.

Pokatayeva, O.V. (2009), “Derzhavna rehulyatorna polityka shchodo mekhanizmu tsinoutvorennya na tovary i posluhy dlya naselennya”, *Derzhava ta rehiony*, No. 3, pp. 142-150.

6. Порядок провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України № 833 від 15 червня 2006 р. – Режим доступу : <www.zakon.rada.gov.ua>.

“Poryadok provadzhennya torhovel'noyi diyal'nosti ta pravyl torhovel'noho

obsluhovuvannya naselelnya: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny No. 833 vid 15 chervnya 2006 r.”, available at: www.zakon.rada.gov.ua

7. Про внутрішню торгівлю [Електронний ресурс] : Проект Закону України. – Режим доступу : <www.liga.net>.

“Pro vnutrishnyu torhivlyu: Proekt Zakonu Ukrayiny”, available at: www.liga.net

8. Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності [Електронний ресурс] : Закон України №1160-IV від 11 вересня 2003 р. – Режим доступу : <www.rada.gov.ua>.

“Pro zasady derzhavnoyi rehulyatornoyi polityky u sferi hospodars'koyi diyal'nosti: Zakon Ukrayiny No. 1160-IV vid 11 veresnya 2003 r.”, available at: www.rada.gov.ua

9. Про затвердження Порядку провадження торговельної діяльності та правил торговельного обслуговування населення [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України № 833 від 15 червня 2006 р. – Режим доступу : <www.rada.gov.ua>.

“Pro zatverdzhennya Poryadku provadzhennya torhovel'noyi diyal'nosti ta pravyl torhovel'noho obsluhovuvannya naselelnya: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny No. 833 vid 15 chervnya 2006 r.”, available at: www.rada.gov.ua

10. Про затвердження Порядку етикетування харчових продуктів, які містять генетично модифіковані організми або вироблені з їх використанням та вводяться в обіг [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України № 468 від 13 травня 2009 р.. – Режим доступу : <www.rada.gov.ua>.

“Pro zatverdzhennya Poryadku etyketuvannya kharchovykh produktiv, yaki mistyat' henetychno modyfikovani orhanizmy abo vyrobleni z yikh vykorystannnyam ta vvodyat'sya v obih: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny No. 468 vid 13 travnya 2009 r.”, available at: www.rada.gov.ua

11. Про затвердження Програми розвитку внутрішньої торгівлі України на період до 2016 року [Електронний ресурс] : Проект Постанови Кабінету Міністрів України. – Режим доступу : <www.rada.gov.ua>.

“Pro zatverdzhennya Prohramy rozvytku vnutrishn'oyi torhivli Ukrayiny na period do 2016 roku: Proekt Postanovy Kabinetu Ministriv Ukrayiny”, available at: www.rada.gov.ua

12. Про захист прав споживачів [Електронний ресурс] : Закон України № 3682-XII від 15 грудня 1993 р. – Режим доступу : <www.rada.gov.ua>.

“Pro zakhyst prav spozhyvachiv: Zakon Ukrayiny No. 3682-KhII vid 15 hrudnya 1993 r.”, available at: www.rada.gov.ua

13. Про Концепцію розвитку внутрішньої торгівлі України [Електронний ресурс] : Постанова Кабінету Міністрів України № 1449 від 12 грудня 1997 р. – Режим доступу : <www.rada.gov.ua>.

“Pro Kontseptsiyu rozvytku vnutrishn'oyi torhivli Ukrayiny: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny No. 1449 vid 12 hrudnya 1997 r.”, available at: www.rada.gov.ua

14. Про схвалення Концепції державної політики у сфері захисту прав споживачів [Електронний ресурс] : Розпорядження Кабінету Міністрів України № 777-р від 5 червня 2013 р. – Режим доступу : <www.rada.gov.ua>.

“Pro skhvalennya Kontseptsiyi derzhavnoyi polityky u sferi zakhystu prav spozhyvachiv: Rozporyadzhennya Kabinetu Ministriv Ukrayiny No. 777-r vid 5

chervnya 2013 r.”, available at: www.rada.gov.ua

15. Consumers Affair [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.ec.europa.eu>.

“Consumers Affair”, available at: www.ec.europa.eu

16. The European Consumer Voice in Standardization <www.anec.org>.

“The European Consumer Voice in Standardization, available at: www.anec.org

17. The European Consumer’s Organization [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <www.beuc.org>.

“The European Consumer’s Organization”, available at: www.beuc.org

Безпарточний Максим Григорович, канд. екон. наук, доц., кафедра економіки підприємства, ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі». Адреса: вул. Ковалю, 3, м. Полтава, Україна, 36014. Тел.: (053)2221831; e-mail: confer.piel@yahoo.com.

Безпарточний Максим Григорьевич, канд. екон. наук, доц., кафедра економіки підприємства, ВУЗ Укоопсоюзу «Полтавський університет економіки і торгівлі». Адреса: вул. Ковалю, 3, г. Полтава, Україна, 36014. Тел.: (053)2221831; e-mail: confer.piel@yahoo.com.

Bezpartochnyi Maksim, PhD. in Economics, Associate Professor, Chair of Economics Enterprises, Poltava University Economics and Trade. Address: str. Kovalya, 3, Poltava, Ukraine, 36014. Tel.: (053)2221831; e-mail: confer.piel@yahoo.com.

Рекомендовано до публікації д-ром екон. наук О.В. Березіним, д-ром екон. наук Т.А. Костишиною.

Отримано 1.08.2014. ХДУХТ, Харків.

УДК 339.142:339.13

РОЗДРІБНИЙ ТОВАРОБОРОТ У СИСТЕМІ ПОКАЗНИКІВ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

О.Д. Тімченко

Розкрито сутність роздрібного товарообороту як економічної категорії та показника діяльності підприємств торгівлі. Відзначено місце роздрібного товарообороту в системі показників діяльності підприємств торгівлі. Визначено його новий зміст та роль як в організації суспільного відтворення, так і в забезпеченні ефективної діяльності торговельного підприємства.