**Дольний Сергій Миколайович. Регіональні аспекти стратегії активізації сільського ринку непродовольчих товарів : Дис... канд. екон. наук: 08.06.01 / Українська академія зовнішньої торгівлі. — К., 2003. — 237 арк. : рис., табл. — Бібліогр.: арк. 181-189**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Дольний С.М. Регіональні аспекти стратегії активізації сільського ринку непродовольчих товарів.**  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01. – економіка, організація і управління підприємствами, Українська академія зовнішньої торгівлі, Київ, 2003.  В дисертації визначено основні чинники, які впливають на формування потреб сільського населення в непродовольчих товарах в регіональному та соціально-економічному розрізі, здійснено прогнозні розрахунки найвагоміших з них.  Проведено маркетингові дослідження формування та розвитку сільського ринку непродовольчих товарів по таких напрямах як оцінка рівня забезпеченості потреб сільського населення непродовольчими товарами, визначення ємності ринку товарів легкої промисловості в сільському регіоні, аналіз стану та розвитку товаропровідної мережі на рівні сільського регіону.  Розроблено маркетинговий варіант моделі інфраструктури каналів розподілу на регіональному непродовольчому ринку. Проведено оцінку інвестиційних проектів, направлених на підвищення інвестиційної привабливості сільського регіону, розроблено пропозиції щодо механізму підвищення комерційної привабливості та активізації торгових процесів на рівні сільського регіону. | |
| |  | | --- | | Проведене дисертаційне дослідження дозволяє зробити наступні висновки.  1. В контексті сільського регіону, як підсистеми соціально-економічної системи країни суттєва роль належить сільському ринку. Останній являє собою частину внутрішнього ринку, сферу прояву певних економічних відносин з приводу розподілу та перерозподілу загального продукту, його реалізації шляхом обміну грошових доходів сільського населення на товари. Оскільки ці відносини приймають товарно-грошову форму, то наявність товарного і грошового обігу є обовязковою умовою функціонування внутрішнього ринку, в тому числі і сільського.  2. Під впливом зміни середовища, в якому живе і працює сільський споживач, зокрема ринкової трансформації АПК, змінюються його споживчі звички. При цьому до основних чинників, які впливають на формування споживчих звичок та можуть розглядатись в якості маркетингових ознак сегментування сільського ринку належать: доход, сімейні традиції, статус людини, культурно-освітній рівень.  3. При розробці методики оцінки потреб сільського населення в непродовольчих товарах необхідно базуватись на обліку грошових доходів та чисельності сільського населення; виявленні змін в особливостях придбання непродовольчих товарів сільським населенням на основі систематичних маркетингових досліджень.  4. Результати проведеного обстеження сільського населення показали наступні тенденції у споживанні непродовольчих товарів: подальше зниження фактичної забезпеченості сільського населення непродовольчими товарами у порівнянні з бажаною; збільшення розриву у продажу основних непродовольчих товарів сільському населенню у регіональному розрізі; суттєві відмінності у забезпеченості товарами по окремих соціальних групах, сім’ях різного рівня доходу, різного демографічного складу; зниження рівня розвитку сфери торгового обслуговування, а також ремонту побутової техніки, одягу та взуття.  5. Сучасний стан та тенденції розвитку товаропровідної мережі на рівні сільського регіону характеризуються наступним: постійне зниження кількості роздрібних торгових підприємств та розмірів їх торгових площ; нерівномірне розміщення торгової мережі за типами поселень та регіонами; ріст розриву між максимальними та мінімальними показниками забезпеченості сільського населення торговою площею; структурні зміни в роздрібній мережі, її реструктуризація (швидкими темпами зростає кількість приватних підприємств, при скороченні частки державних та частки споживчої кооперації); різке скорочення спеціалізованих магазинів та універмагів в загальній торговій мережі. Основними типами магазинів по торгівлі непродовольчими товарами є магазини “Промислові товари” та “Товари повсякденного попиту”.  6. На основі визначених перспективних напрямів структурної перебудови галузей народного господарства розроблений варіант маркетингової моделі інфраструктури сільського регіонального непродовольчого ринку. В цій моделі торгівля є центральним напрямом в розвитку інфраструктури, інші її агреговані елементи - виробнича та соціально-побутова інфраструктура села складають той загальний фон, на якому формується й розвивається торгівля та взагалі сільський ринок. Розрахунок параметрів основних елементів рекомендованої моделі базується на матеріалах аналізу і прогнозу демографічних показників сільського населення; розрахунках показників перспективної потреби сільського населення в основних непродовольчих товарах та послугах; прогнозних показниках розвитку матеріально-технічної бази торгівлі по регіонах України і сільських поселеннях.  7. Найбільш перспективними стратегіями розвитку на сільському ринку, стосовно підвищення інвестиційної привабливості, є інтеграція заготівельної, виробничої і збутової діяльності. Для таких інтегрованих структур визначено основні цілі та стратегії їхнього розвитку. У створенні заготівельно-збутових, переробно-збутових, постачальницько-збутових і інших сільськогосподарських кооперативів суттєву роль повинна відіграти споживча кооперація. Основними складовими цього процесу доцільно визначити: 1) створення на базі сільських споживчих товариств мережі різних видів первинних кооперативів; 2) створення первинних кооперативів та великих сільськогосподарських підприємств за участі райспоживспілок, районних (міжрайонних) кооперативних обєднань (агроторгових домів); 3) створення обласного обєднання агроторгових домів як збутових кооперативів за участі облспоживспілки; 4) трансформація організаційно-правового статусу оптових підприємств, відновлення оптових торгівельних баз, створення оптових ринків, корпоративних бірж, аукціонів, консигнаційних, лізингових компаній, селянських торгівельних домів. Остання складова є стратегічним напрямком у розвитку інфраструктури сільського ринку.  8. Активізація сільського ринку непродовольчих товарів обумовлюється механізмом маркетингового забезпечення торгівельних процесів. Основними складовими елементами такого механізму є: обґрунтований вибір каналів збуту; вдосконалення управління комерційною діяльністю підприємств сільського регіону на основі таких його інструментів як логістика, регулювання роздрібних цін на товари з урахуванням попиту населення. | |