**Васильців Тарас Григорович. Державне регулювання ринку підакцизних споживчих товарів: дис... канд. екон. наук: 08.02.03 / Національний ун-т "Львівська політехніка". - Л., 2004. , табл.**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **Васильців Т.Г. Державне регулювання ринку підакцизних споживчих товарів.**–Рукопис.  Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.02.03 – Організація управління, планування та регулювання економікою. - Національний університет "Львівська політехніка". - Львів, 2004.  У дисертації розглянуто питання державного регулювання та формування конкурентного середовища на ринку підакцизних споживчих товарів. В якості об’єкта дослідження обрано вітчизняний ринок алкогольних напоїв і тютюнових виробів. Виявлено особливості конкурентного середовища на цьому ринку. Здійснено класифікацію факторів, які перешкоджають розвитку вітчизняного ринку алкогольних напоїв і тютюнових виробів та формуванню на ньому конкурентного середовища. Виявлено найбільш характерні етапи розвитку досліджуваного ринку. Проаналізовано сучасний стан та практику його державного регулювання, вдосконалено механізм дослідження рівня конкуренції. Розроблено модель визначення економічних ефектів для держави, галузі, суспільства внаслідок зміни ставки акцизного збору. Запропоновано модель перевірки акцизної політики держави на відповідність важливим принципам акцизної політики. Обгрунтовано пріоритетні заходи макро- та мікрорівня, реалізація яких сприятиме розвитку вітчизняного ринку алкогольних напоїв і тютюнових виробів, формуванню на ньому конкурентного середовища та підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-виробників досліджуваних товарів. | |
| |  | | --- | | 1. У дисертації наведено теоретичне узагальнення та нові вирішення наукової проблеми вдосконалення механізмів державного регулювання ринку підакцизних споживчих товарів, спрямованих, зокрема, на формування конкурентного середовища на цьому ринку, що особливо важливо в зв’язку з існуванням потреби в забезпеченні високого рівня соціально-економічного розвитку вітчизняного ринку підакцизних споживчих товарів. Узагальнення теоретичних засад державного регулювання економіки та урахування специфічності основних характеристик цього ринку на існуючій стадії його розвитку виявили важливість розробки та дотримання важливих принципів в площині державного регулювання цього ринку, які сприятимуть посиленню конкуренції. Зокрема ці принципи, які розглядаються автором за такими напрямами як: обмеження монополізму, приватизація та роздержавлення підприємств галузі; поступова поетапна лібералізація зовнішньої торгівлі алкогольними напоями і тютюновими виробами; сприяння залученню в галузь іноземних інвестицій; сприяння розвитку експортного потенціалу вітчизняних виробників алкогольних напоїв і тютюнових виробів; скорочення тіньового сектора ринку; послаблення державного втручання у діяльність підприємств; забезпечення сприятливих умов для функціонування та розвитку підприємств є актуальними з теоретичної та практичної точок зору. Їх доцільно дотримуватись керівникам державних органів влади при формуванні державних стратегій щодо розвитку вітчизняного ринку підакцизних споживчих товарів.  2. У роботі грунтовно вивчено та класифіковано за групами (економічні, структурно-організаційні, управлінсько-правові, фахово-психологічні та історико-етнічні) фактори, які перешкоджають розвитку вітчизняного ринку алкогольних напоїв і тютюнових виробів та формуванню на ньому конкурентного середовища. Розроблена класифікація може бути використана науковцями в процесі теоретичних досліджень, а розуміння цих виявлених проблем дає можливість державним органам управління отримати повну і достовірну інформацію, необхідну для розробки і прийняття більш всесторонніх та ефективних практичних рекомендацій, направлених на послаблення та подолання впливу негативних тенденцій на ринку підакцизних споживчих товарів.  3. З метою прийняття ефективних стратегічних рішень щодо ведення конкурентної боротьби на ринку керівникам підприємств та маркетологам пропонується розширити арсенал маркетингових стратегій та використовувати методику групування регіонів України на основі числових значень окремих важливих характеристик ринку, - обсяг споживання алкогольних напоїв і тютюнових виробів, величина тіньового сектора ринку, рівень матеріально-фінансової забезпеченості споживачів. Окрім того, використання запропонованої в дисертації матриці “частка ринку – міра присутності торгових марок у роздрібній збутовій мережі” дасть змогу маркетинговим службам вітчизняних підприємств глибше досліджувати рівень конкуренції на ринку підакцизних споживчих товарів та в окремих його стратегічних сегментах.  4. Сформована автором модель розрахунку економічних ефектів унаслідок зміни ставки акцизного збору для держави, галузі, суспільства, а також запропонований механізм комплексної оцінки нововведень в акцизній політиці держави розроблені для підвищення ефективності механізмів акцизної політики держави. Застосування вказаних практичних рекомендацій економістами-фахівцями в складі органів державного управління та Державної податкової адміністрації значно підвищують ефективність державного регулювання досліджуваного ринку, оскільки дають змогу одночасно недопустити зменшення податкових надходжень до бюджету з виробництва та збуту досліджуваних товарів, розширення тіньового сектора ринку, порушення мотиваційних механізмів щодо виробництва та збуту підакцизних товарів, а також споживання нелегально виготовлених та більш шкідливих для здоров’я споживача алкогольних напоїв і тютюнових виробів.  5. Виходячи з аналізу рівня конкуренції на вітчизняному ринку кожного з видів алкогольних напоїв і тютюнових виробів та виявлених на його основі значної монополізованості ринку і низького рівня конкуренції, які не сприяють розвитку цього ринку, підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств-виробників досліджуваних товарів та високоякісному обслуговуванню споживачів, автором зроблено висновок, що процес розвитку конкурентного середовища на досліджуваному вітчизняному ринку повинен відбуватись за сценарієм одночасного впливу у двох напрямах: на макрорівні (шляхом створення сприятливого середовища для конкуренції в галузі) та мікрорівні (шляхом сприяння підвищенню конкурентоспроможності вітчизняного виробництва). Важливо, щоби першому напряму відповідали такі піднапрями, як: демонополізація державного регулювання та легалізація ринку, а другому – фінансово-економічне оздоровлення, модернізація та вдосконалення управління вітчизняними підприємствами галузі. Розроблені пропозиції щодо реалізації процесу управління розвитком конкурентного середовища на ринку підакцизних споживчих товарів пропонується враховувати державним та регіональним органам влади.  6. На основі результатів дисертаційного дослідження рекомендується враховувати такі рекомендації:  - Кабінету Міністрів України використовувати методику розрахунку економічних ефектів для держави, галузі, суспільства внаслідок прогнозованої зміни ставки акцизного збору; застосовувати механізм комплексної оцінки нововведень в акцизній політиці держави; реалізувати запропоновану систему заходів щодо створення сприятливого макро- та мікросередовища для розвитку конкурентного середовища та фінансово-економічного оздоровлення підприємств галузі на вітчизняному ринку підакцизних споживчих товарів;  - Державній податковій адміністрації України, Міністерству внутрішніх справ України та Службі безпеки України використовувати рекомендації щодо скорочення тіньового сектора ринку підакцизних споживчих товарів. | |