**Тема 4. Чинники формування та умови розвитку кон’юнктури міжнародних туристичних ринків.**

1. Сутність кон’юнктуроформувального чинника на світовому ринку готельних та ресторанних послуг

2. Класифікація кон’юнктуроформувальних чинників

3. Економічний цикл та його основні фази

4. Особливості кон’юнктури ринку готельних та ресторанних послуг на різних фазах циклу

1. Кон'юнктуроформувальний чинник – це рушійна сила (або причина), яка визначає характер мінливої кон'юнктури, напрям і темпи її розвитку та одночасно одна з умов цього економічного процесу за конкретних обставин.

Кон'юнктуроформувальні чинники необхідно розглядати як конкретну форму прояву економічних законів і закономірностей або найважливіших умов функціонування економіки, у тому числі її готельної та ресторанної галузі. Логіка поняття «кон'юнктуроформувальний чинник» у тому, що всі явища на ринку потрібно розглядати у їх взаємозв'язку і взаємообумовленості.

Зміна загальногосподарської кон'юнктури чи кон'юнктури певного ринку послуг відбувається під впливом різних чинників, які мають як самостійний, так і взаємопов'язаний і взаємообумовлений характер. Економічна кон'юнктура виступає як багатофакторне явище, де кон'юнктуроформувальні чинники є її складовими. Складність дослідження і прогнозування кон'юнктури світового ринку готельних і ресторанних послуг обумовлюється надзвичайно великою кількістю мінливих і різних за своєю природою та спрямованістю чинників, що її формують. Їх різноманітна причинно-наслідкова обумовленість і деколи суперечливість у формах прояву та інтерпретації дуже ускладнює розподіл і точну оцінку значущості кожного з чинників. Для вивчення кількісного, а головне – якісного впливу на кон’юнктуру світового ринку готельних та ресторанних послуг, всю різноманітність чинників можна поділити на групи.

Зв'язок з економічним циклом. Поняття «економічна кон'юнктура» перш за все пов'язано з особливостями процесу відтворення. Проте на економічну кон'юнктуру впливають і інші чинники у формі прояву державного і міждержавного регулювання економіки та сфери послуг, зокрема, науковотехнічного і технологічного прогресу, глобалізації світогосподарських зв'язків тощо. Тому всі кон'юнктуроформувальні чинники поділяють на дві основні групи: циклічні (пов'язані зі зміною фаз економічного циклу) і нециклічні (всі інші кон'юнктуроформувальні чинники). Обидві групи чинників діють одночасно і щільно взаємодіючи, доповнюючи і посилюючи один одного або, навпаки, взаємно послаблюючи силу впливу.

Співвідношення значущості впливу циклічних і нециклічних чинників на кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг має динамічний характер. Це означає, що в окремі історичні періоди превалюючу роль може відігравати то одна, то інша група чинників.

Нециклічні чинники визначають особливості розвитку кожного конкретного циклу, надають йому індивідуальні, неповторні в деталях ознаки. Значущість цих чинників у формуванні й розвитку кон'юнктури досить різна. Зокрема, роль нециклічних кон'юнктуроформувальних чинників і сила їх впливу на формування загальногосподарської кон'юнктури помітно слабша порівняно з впливом цих чинників на кон'юнктуру ринку готельних і ресторанних послуг. Враховуючи це, студент має звернути увагу, що з найбільшою силою вплив нециклічних кон'юнктуроформувальних чинників розгортається на ринках сировинних та сільськогосподарських товарів.

Взаємозв'язок з об'єктом дослідження. Всю сукупність кон'юнктуроформувальних чинників, що визначають формування і розвиток кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг, поділяють на внутрішні (ендогенні) і зовнішні (екзогенні).

Назагал внутрішні чинники обумовлені закономірностями розвитку об'єкта, що вивчається (загальногосподарська кон'юнктура країни чи кон'юнктура ринку послуг). Це означає, що ендогенні чинники виникають як результат процесу саморозвитку цих економічних систем. Зовнішні чинники визначаються взаємодією елементів досліджуваного об'єкта з зовнішнім середовищем.

В окремих випадках екзогенний характер кон'юнктуроформувальних чинників стосовно досліджуваного об'єкта є очевидним, наприклад стихійні лиха, сезонність, мода і т.д. Але в багатьох інших випадках здійснити розмежування кон'юнктуроформувальних чинників на основі цього критерію непросто. Тут необхідно враховувати, що багато екзогенних та ендогенних чинників кон'юнктури тісно пов'язані один з одним і породжують взаємнопроникаючі впливи.

За характером дії кон'юнктуроформувальні чинники на світовому ринку готельних і ресторанних послуг поділяють на постійнодіючі та непостійнодіючі (тимчасові). До чинників, які постійно діють на світовому ринку готельних і ресторанних послуг, відносяться економічні, державно-політичні, природногеографічні, демографічні, соціально-психологічні тощо. Серед непостійнодіючих (тимчасових) кон'юнктуроформувальних чинників на світовому ринку готельних і ресторанних послуг виділяють: сезонність, політичні конфлікти, соціальні конфлікти та стихійні лиха.

Передбачуваність. У теорії та практиці дослідження кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг широко застосовується поділ чинників на передбачувані (прогнозовані) та непередбачувані (непрогнозовані), випадкові. Зрозуміло, що передбачувані чинники можна прогнозувати і враховувати в підприємницькій діяльності на ринку готельних і ресторанних послуг, а випадкові чинники - навпаки.

Приналежність до різних сторін ринкового механізму. Згідно з визначенням основною формою прояву кон'юнктури світового ринку готельних і ресторанних послуг є співвідношення попиту і пропозиції та динаміки цін. Тому всі кон'юнктуроформувальні чинники залежно від їх взаємозв'язку з ринковими елементами доцільно класифікувати на чинники попиту, чинники пропозиції, чинники ціни. Такий поділ відповідає прогнозу кон'юнктури світового ринку готельних і ресторанних послуг, пов'язує ресурсний потенціал надавачів готельних і ресторанних послуг із попитом споживачів. Основними чинниками попиту на світовому ринку готельних і ресторанних послуг є доходи споживачів, чисельність та вікова структура споживачів, ціни на взаємозамінні та взаємодоповнювальні послуги, уподобання споживачів (суб'єктивні смаки, мода), споживчі характеристики по слуг, споживчі сподівання (інфляційні, зміни валютних курсів та ін.), зміни, що відбуваються в навколишньому середовищі, склад сімей та їх характеристики. До складу групи чинників пропозиції, що впливають на кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг, входять: собівартість надання готельних і ресторанних послуг, технологія ресторанного виробництва, чисельність конкурентів на ринку, умови надання послуг, включаючи рекламу, маркетинг; наявність внутрішніх резервів, державне регулювання, обсяги експорту та імпорту послуг.

Керованість. У практиці дослідження кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг особливо важливе значення має можливість впливати на чинники, управляти ними, що зумовлює поділ кон'юнктуроформувальних чинників на керовані та некеровані. Необхідна умова керованості - передбачуваність зміни того чи іншого чинника за певних обставин. Але ця умова є недостатньою, оскільки не на всі передбачувані чинники можна впливати (погода, зміна сезонів та інші екзогенні чинники). До керованих відносять ендогенні чинники із передбачуваних, на які може впливати суб'єкт підприємницької діяльності у готельній та ресторанній справі.

Групування кон'юнктуроформувальних чинників за ознакою щільності зв'язку дає можливість поділити їх на дві групи: 1) чинники, що безпосередньо впливають на кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг (чинники прямої дії) та 2) чинники, що опосередковано впливають на кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг. Показово, що практично всі кон'юнктуроформувальні чинники взаємопов'язані, і тому, якщо їх вплив на кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг не можна вважати безпосереднім (прямим), то вони через вплив на чинники прямої дії опосередковано впливають на кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг.

Спрямованість дії. За цією класифікаційною ознакою кон'юнктуроформувальні чинники поділяються на такі, що стимулюють розвиток кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг, стримують, послаблюють її або є нейтральними. Зазначений поділ особливо важливий для аналізу прогнозу кон'юнктури окремих ринків послуг, що дозволяє краще орієнтуватися в ситуації на ринку і приймати відповідні підприємницькі рішення.

Систематизуючи кон'юнктуроформувальні чинники на світовому ринку готельних і ресторанних послуг, необхідно розглядати природу або причину їх виникнення, яка розкриває основу процесів, тобто сферу формування, та класифікувати їх на економічні, соціальні, політичні, природні, науково-технічні. Такий підхід цілком виправданий, оскільки, вивчаючи будь-які явища, важливо розглядати не тільки засоби впливу та взаємодії чинників, але і причини їх виникнення, без знання яких неможливо усунути негативні наслідки того, що відбувається на ринку готельних і ресторанних послуг. Основними економічними чинниками є ті, які характеризують виробництво і надання послуг – продуктивність праці, собівартість надання послуг та її складові, якість послуг, їх обсяги, матеріально-технічну базу, доходи споживачів. Чинники демографічного характеру, рівень та структура зайнятості, національні особливості, віросповідання, звичаї та традиції тощо відносять до групи соціальних. До політичних чинників належать політична ситуація в світі та окремих регіонах, наявність політичних чи військових конфліктів, військова та політична доктрина держави та інші чинники такої природи. До природних відносять чинники кліматичних та географічних умов, визначних місць, транспортних шляхів та ін. До науковотехнічних належать такі чинники, як стан галузевої науки, рівень технології та нової техніки, умови та способи впровадження в практику готельно-ресторанної справи інновацій тощо.

Тривалість впливу. Тривалість впливу того чи іншого чинника на ринку готельних і ресторанних послуг є його важливою характеристикою. З позиції методології прогнозування кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг кон'юнктуроформувальні чинники за тривалістю їх прояву і впливу поділяють на: 1) короткострокові (декілька тижнів – 1,5-2 роки); 2) середньострокові (3-9 років); 3) довгострокові (10-15 років і більше).

Короткострокові – це чинники суто кон’юнктурного характеру, тобто такі, що визначають поточний попит і пропозицію на ринку готельних і ресторанних послуг. Вони характеризуються високою динамічністю. До короткострокових відносять також чинники тимчасового і випадкового характеру, навіть незважаючи не те, що в окремі періоди вони можуть мати дуже сильний вплив і навіть бути причиною масштабних, важкопередбачуваних криз світового рівня.

Середньострокові – це чинники, що визначають циклічний характер розвитку сучасного світового господарства та світового ринку готельних і ресторанних послуг.

Довгострокові – це постійнодіючі нециклічні чинники, зокрема, такі як науково-технічний і технологічний прогрес, подальша концентрація і монополізація у сфері виробництва і капіталу, діяльність глобальних корпорацій, глобалізація світового ринку готельних і ресторанних послуг тощо. Знання тривалих тенденцій розвитку світового ринку готельних і ресторанних послуг необхідне для правильного розуміння конкретної економічної ситуації і у даний момент, і особливо в перспективі.

Цілком очевидно, що в кожен період часу на ринку світового ринку готельних і ресторанних послуг одночасно діє весь комплекс чинників – від короткострокових, тимчасових і випадкових до довгострокових. Але їх вплив на динаміку основних ринкових показників у готельному та ресторанному бізнесі для різних періодів принципово різний.

Характер інформації. При використанні попередніх ознак класифікації кон'юнктуроформувальних чинників на світовому ринку готельних і ресторанних послуг передбачалось, що поділ на різні групи здійснюється на основі їх характеристик, які містяться в інформації про них. Сама ж інформація також може бути виміряна у двох принципово різних шкалах: 1) інформація, виміряна за кількісною шкалою; 2) інформація, виміряна за якісною шкалою. Характер інформації про перебіг процесу відіграє важливу (якщо не визначальну) роль у діагностиці стану кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг. Саме аналізуючи інформацію, виявляючи сутність динаміки чинників та її закономірності за інформацією про цю динаміку, і з'являється можливість передбачати тенденції розвитку процесу в майбутньому. У той же час і методика аналізу, і методика прогнозування кон'юнктури світового ринку готельних і ресторанних послуг залежить від характеру інформації.

Отже, розглянута класифікація кон'юнктуроформувальних чинників на світовому ринку готельних і ресторанних послуг дає змогу виділити ті чинники, які впливають або впливатимуть на кон'юнктуру світового ринку готельних і ресторанних послуг під час її прогнозування. Вибір вагомих та важливих чинників залежатиме від конкретних обставин, що складаються на цьому ринку.

3. Неабияке значення під час розгляду цієї теми має з'ясування того, що в основі змін загальногосподарської кон'юнктури і кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг є циклічні закономірності розвитку економіки.

Функціонування ринкової економіки, як будь-якої економічної системи, не є рівномірним і безперервним. Економічне зростання час від часу чергується з процесами застою та спаду обсягів виробництва, тобто зниженням усієї економічної (ділової) активності. Такі періодичні коливання свідчать про циклічний характер економічного розвитку.

Циклічність – це об’єктивна форма розвитку національної економіки і світового господарства як єдиного цілого. Інакше кажучи, закономірний рух від однієї макроекономічної рівноваги в масштабі економіки в цілому до іншої.

За змістом циклічність досить багатоструктурна. З точки зору тривалості виокремлюють декілька типів економічних циклів: короткі (2-3 роки), середні (близько 10 років) та довгі (40-60 років).

Оскільки характерна риса циклічності – рух економіки не по колу, а по спіралі, то вона є формою прогресивного її розвитку. За сучасних умов циклічність можна розглядати як один зі способів саморегулювання ринкової економіки.

Цикли можуть мати різну тривалість та інтенсивність залежно від конкретних економічних обставин і дії комплексу інших чинників. Цим зумовлюється тривалість періоду фаз економічного циклу (кризи, депресії, пожвавлення, піднесення).

Причини економічного циклу:

Існують різні точки зору щодо пояснення причин середніх економічних циклів. Серед них на увагу заслуговують такі:

1) циклічні коливання, зумовлені специфікою сфери обігу – незбігом у часі актів продажу товарів, послуг і оплати за них (проте це лише формальна можливість, а не реальна причина);

2) головна причина спаду – це суперечність між суспільним характером виробництва і приватною формою привласнення його результатів (К. Маркс, Ф. Енгельс та інші послідовники). Близько до цієї позиції стояли (ще до Маркса) й ті, хто економічний спад пояснював недоспоживанням значної маси людей, яке було викликане недоліками розподілу (Дж. Гобсон, Г. Мальтус);

3) цикл зумовлюється співвідношенням оптимізму і песимізму в економічній діяльності людей (В. Парето, А. Пігу);

4) цикл – результат технічних нововведень, що вимагає зростання інвестицій, а останні й спричиняють піднесення виробництва (Й. Шумпетер);

5) циклічність зумовлюється надлишком заощаджень і нестачею інвестицій у виробництво (Дж. Кейнс);

6) причиною циклів є невідповідність між грошовим капіталом і пропозицією (І. Фішер).

Довгі цикли в економіці пов'язують із коливальними тенденціями на макроекономічному рівні та з періодами, що перевищують горизонт пізнання одного покоління (45-60 р.). Такі коливання малопомітні на фоні економічної дійсності, що швидко змінюється. Заслуга російського економіста М. Д. Кондратьева, автора «Больших циклов конъюнктуры» (1925 рік, Москва), полягає в доведенні, що основною причиною таких довгострокових коливань є розвиток науково-технічного прогресу, який відбувається не плавно чи монотонно, а поштовхами, циклічно і пов'язаний із соціально-економічними процесами в суспільстві. Це означає, що у розвитку НТП спостерігаються певна періодичність у приливах і відливах технологічних відкриттів та інновацій, чергування екстенсивної та інтенсивної частин НТП, а також технологічні розриви. Ці явища в економічній літературі відомі як «цикли Кондратьєва». Згідно з теорією «Кондратьєва оновлення основного капіталу» («основних капітальних благ») відображає динаміку НТП і є матеріальною основою великих циклів кон'юнктури. У своїй теорії М. Д. Кондратьєв підкреслив, що кожен довгий цикл протікає в нових конкретно-історичних умовах на новому рівні розвитку виробничих сил.

Середні цикли, або цикли ділової активності середньої тривалості (7-11 р.), ніби нанизуються на відповідні фази довгого циклу і змінюють свою динаміку залежно від нього – у періоди піднесень більше часу припадає на «процвітання», а в періоди тривалого спаду поглиблюються кризові явища.

Короткі цикли (до 5 р.) характерні для життєвого циклу товарів чи послуг, що формують певну галузеву структуру економіки, тобто вони визначають кон'юнктуру певної галузі, зокрема готельної та ресторанної.

Методика кон'юнктурних досліджень (загальногосподарської кон'юнктури і кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг) базується на знанні циклічних закономірностей розвитку економіки, в тому числі на розумінні характерних ознак кожної фази економічного циклу та умов переходу виробництва з однієї фази циклу в іншу.

Необхідно визначити основні ознаки окремих фаз економічного циклу.

Криза як фаза економічного циклу, обумовлена тим, що періодичне оновлення основного капіталу призводить до перевищення пропозиції товарів та послуг над попитом і в підсумку – до перевиробництва.

Ознаками кризи є: кредитна напруга, зниження курсів акцій, зменшення обсягів оптової і роздрібної торгівлі, зростання безробіття, зменшення обсягу послуг тощо. Симптоми кризи насамперед виявляються у сфері обігу і кредиту, а вже потім починається спад виробництва, помітне зниження темпів зростання надання послуг, у тому числі готельних та ресторанних. Під час кризи виживає той, хто виробляє адекватну ситуації продукцію чи надає адекватні послуги.

Таким чином, роль кризи двоїста. З одного боку, вона спричиняє скорочення виробництва, зниження цін і банкрутство частини суб'єктів господарювання. З іншого боку, кризові явища сприяють природному відборові ефективних виробництв та підприємств невиробничої сфери.

Депресія – фаза циклу, яка розгортається за кризою і характеризується застоєм в економіці. Функціонують лише сильні підприємницькі фірми з порівняно невеликими витратами виробництва, що можуть працювати з деяким прибутком навіть при мінімальних цінах.

У період депресії структура економіки змінюється на користь технічно та економічно передових виробництв та підприємств невиробничої сфери, у той час як інші припиняють своє існування.

Депресія, що затяглася, свідчить про наявність зовнішніх сильних збурень (політичних, соціальних тощо), які виводять економічну систему в стан нерівноваги. Для повернення системи до стану початкової рівноваги звичайно рекомендують скорочення податкового тиску, інші заходи державного регулювання.

Загальновідомо, що в періоди кризи, депресії знижується попит на товари і послуги, які задовольняють верхні рівні потреб піраміди А. Маслоу та одночасно зберігається (або незначно знижується) попит на товари і послуги першої необхідності.

Пожвавлення. Скорочення виробництва на етапах кризи і депресії у підсумку призводять до зростання цін на товари та послуги. У фазі депресії оживає сукупний попит. Проте на цьому етапі неможливо розширити виробництво до рівня зрослого попиту, оскільки матеріальна база виробництва за період кризи і депресії відстала від наявних потреб. Тому під час фази пожвавлення інвестиції в основний капітал здійснюються головним чином у формі оновлення, тобто застаріле, морально зношене обладнання змінюється новим, сучаснішим і продуктивнішим.

Піднесення – це фаза циклу, під час якої промислове виробництво перевищує максимальний рівень виробництва попереднього економічного циклу.

У цій фазі відбувається прискорене зростання виробництва та надання різноманітних послуг. На її початку ціни на продукцію зростають, проте динаміка виробництва випереджає темпи підвищення цін, що в підсумку уповільнює і припиняє їх зростання.

4. Слід зазначити, що стан кон'юнктури ринку готельних і ресторанних послуг у кожний конкретний момент не є ідентичним, не збігається повністю з розвитком чергового економічного циклу.

Велике практичне значення для аналізу і особливо для прогнозу кон'юнктури світового ринку готельних і ресторанних послуг має вибір критеріїв, які дозволяють дати кількісну оцінку циклу і його окремих фаз. Такими критеріями можуть бути:

- тривалість циклу і його окремих фаз;

- епіцентр економічного циклу;

- масштаб коливань певних показників, перш за все обсягів промислового виробництва, зовнішньої торгівлі, цін, інвестицій, обсягу послуг та ін.

Показово, що конкретно-історичні умови розвитку циклів унеможливлюють їх просте повторення. Кожен новий економічний цикл у змінених умовах має поряд із загальними закономірностями свої специфічні особливості.

Сучасні цикли характеризуються наступними особливостями:

1. Скорочення тривалості циклу, викликане прискоренням морального старіння, і відповідно, заміною основного капіталу. що обумовлено практично неперервним оновленням основного капіталу (найбільше – у вигляді його активної частини: машин та обладнання) в умовах ускладненої конкуренції.

2. Поступовий перехід до фази кризи (вповзання в кризу), що пов'язано з впровадженням і застосуванням сучасних методик моніторингу ринку, коли зміни попиту постійно фіксуються і на їх основі вносяться своєчасні корективи у виробництво, технологію надання послуг.

3. Збільшення невикористаних потужностей, а не перевиробництво товарів та послуг в період кризи.

Важливе значення для глибокого засвоєння цієї теми має питання про вплив постійно діючих кон'юнктуроформувальних чинників на ринкову ситуацію у готельно-ресторанній справі. До таких чинників належать:

1. Природний потенціал країн (запаси природних ресурсів, у тому числі гідроресурси; кліматичні умови; якісний стан навколишнього природного середовища).

2. Економічний потенціал країн (галузева структура економіки; якісна та кількісна характеристики виробничих потужностей).

3. Демографічний потенціал країн (чисельність населення, рівень життя, рівень освіти і т.д.).

4. Правові режими країн та груп країн.

5. Міжнародне правове середовище.

6. Стабільність міжнародної валютної системи та національних валютнофінансових систем.

7. Стан міжнародних та національних валютно-фінансових та кредитних відносин.

8. Наявність та характеристика міжнародних та національних систем і механізмів регулювання економіки загалом та сфери послуг зокрема, у тому числі готельно-ресторанної.

9. Політичні, культурні, релігійні та інші особливості країн.

10. Науково-технічний і технологічний прогрес.

11. Інтеграція і глобалізація світового господарства.

12. Стан інформаційних систем та інформаційних технологій.

13. Енергетичні та екологічні проблеми.

14. Конкуренція.

15. Діяльність ТНК.

16. Діяльність міжнародних організацій (СОТ, МГА, МВФ, МБРР та ін.). Інтеграція і глобалізація світового господарства.

17. Стан інформаційних систем та інформаційних технологій.

18. Енергетичні та екологічні проблеми.

19. Конкуренція

20. Діяльність ТНК.

21. Діяльність міжнародних організацій (СОТ, МГА, МВФ, МБРР та ін.).

Кон'юнктура ринків готельних і ресторанних послуг, впливає на їх пропозицію і особливо - на сезонність попиту. Наприклад, як правило, у веснянолітній період, на який припадає час щорічних відпусток і канікул основної маси населення, максимально завантажені готелі курортного, відпочинкового, туристичного призначення. Такою ж є ситуація з гірськолижними курортами у зимовий сезон. Готелі ділового призначення завжди пов'язані із зменшенням попиту у вихідні дні. Існують ринки послуг, де сезонність має опосередкований вплив через зв'язок із сезонними галузями сільського господарства і промисловості. Йдеться, у першу чергу, про ринок транспортних послуг. Вантажообороти збільшуються у період збору урожаю і скорочуються у зимових місяцях. Обсяги будівельних послуг збільшуються у літні місяці і зменшуються взимку.

У кожний момент чи період часу кон'юнктура є своєрідним результатом взаємодії різних за тривалістю впливу, силою і напрямом впливу чинників, тобто кон'юнктура є функцією взаємодіючих чинників. Це можна виразити формулою К = f ( Т Ц С Н ),

де К – кон'юнктура; Т – тривалі тенденції (тренди); Ц – циклічні чинники; С – сезонні чинники; Н – нерегулярні чинники.

Пряме втручання держави у функціонування будь-якої з складових ринку порушує усталений зв'язок між ними, руйнує ринок, а тому вважається неприпустимим.

Але механізм саморегулювання ринку послуг не дозволяє повною мірою оптимізувати його розвиток та забезпечити максимальний ефект діяльності його учасників, тому що не взмозі самостійно подолати негативні тенденції, пов'язані з монополістичною діяльністю його учасників та активним впливом інших факторів зовнішнього середовища.

Предметом державного регулювання ринку насамперед є прийняття законів, які, з одного боку, гарантували б рівноправні умови для всіх функціонуючих на ринку суб'єктів, надавали б їм економічної свободи, ставали б на перешкоді монополізму, недобросовісної конкуренції, а, з іншого, – дозволяли б поповнювати державний бюджет, вирішував її соціальні проблеми, підвищувати якість та конкурентоспроможність вітчизняних товарів та послуг.