

Література

1. Джоунз Г. Торговый бизнес: как организовать и управлять/ Пер. с англ. – М.: ИН-ФРА-М, 1996. – 304 с.
2. Котлер Филипп. Основы маркетинга/ Пер. с англ. В.Б. Багрова, – М.: Прогрес, 1990. – 346 с.
3. Липсиц И.В. Бизнес-план – основа успеха, – М.: Дело, 1994. – 234 с.
4. Требования по составу и содержанию экспертного заключения по ТЭО (проекту) на строительство торговых объектов. – М.: Госстрой России, 1999. – 162 с.
5. Уотерман Р. Фактор обновления: Пер. с англ./ Общ. ред. В.Г. Рысина. – М.: Прогрес, 1988. – 368 с.
6. Malcolm H.B. McDonald. The Marketing Planner. Butterworth – Heinemann Ltd., Oxford. 1994.

УДК 339.33 (477.8)

Аспір. М.Я. Вірт¹ – Львівська КА

ПРОБЛЕМИ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧИМИ ТОВАРАМИ У ЛЬВІВСЬКІЙ ТА ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ У 2002-03 РОКИ

Розглядається проблематика оптової торгівлі споживчими товарами у Львівській та Тернопільській області. Акцентується увага на ролі оптової торгівлі у забезпеченні економічного розвитку регіону.

Doctorate M.Ya. Virt – Commercial Academy of L'viv

The problems of wholesale trade of the consumer's goods in L'viv and Ternopil regions in 2002-03 years

The problems of wholesale trade of the consumer's goods in L'viv and Ternopil regions are described. A great accent is made to the role of the wholesale trade in providing the economic development of the region.

У зв'язку з трансформаційними процесами що відбуваються в економіці України, зростає роль оптової торгівлі як на національному, так і на регіональному рівні. Розвиток оптової торгівлі на регіональному рівні розширює можливості оптових підприємств певного регіону у налагодженні господарських зв'язків між виробниками та споживачами.

Дестабілізація багатьох оптових підприємств, нестабільність у взаємовідносинах з постачальниками товарів на регіональному рівні, занепад складського фонду призвели до погіршення якості обслуговування оптових покупців. Тому у сучасних умовах набуває особливої актуальності вирішення проблем, що виникають в оптовій ланці регіону.

У Львівській області за 2002-03 роки деформувалася структура оптового товарообігу. Насамперед тут з кожним роком скорочується питома вага споживчих товарів. За цей період частка споживчих товарів зменшилася з 45,3 % у 2002 р. до 29,5 % у 2003 р. Питома вага продовольчих товарів в оптовому товарообігу Львівської області у 2003 р. становила 17,1 % і зменшилась порівняно з 2002 р. на 6,1 %. Щодо частки непродовольчих товарів у оптовому товарообігу, то вона зменшилась за період 2002-2003 роки на 8,8 %.

¹ Наук. керівник: доц. І.М. Шиндировський, к.е.н. – ЛКА

Ці зміни у структурі оптового товарообігу Львівської області відбулися за рахунок зростання оптового товарообігу продукції виробничо-технічного призначення, що є негативним явищем, яке відбувається в оптовій торгівлі області.

Щодо Тернопільської області, то оптовий товарообіг споживчих товарів значно нижчий, ніж у Львівській області. Проте, частка оптового продажу споживчих товарів у Тернопільській області зростає з кожним роком. Так, у 2003 р. частка оптового продажу споживчих товарів становила 56,1 % від загального оптового товарообігу області, і зросла на 12,1 % порівняно з 2002 р. Питома вага продовольчих товарів в оптовому товарообігу Тернопільської області у 2003 р. становила 35,2 % і зросла порівняно з 2002 р. на 4,5 %. Щодо частки непродовольчих товарів в оптовому товарообігу, то вона зросла за період 2002-03 рр. на 7,6 %.

Недостатньо уваги оптові підприємства Львівської області приділяють торгівлі непродовольчими товарами вітчизняного виробництва. Так, у 2003 р. частка непродовольчих товарів вітчизняного виробництва у загальному оптовому товарообігу становила 49,8 % у Львівській області та 10,6 % у Тернопільській області.

Оптова торгівля продовольчими товарами у 2003 р. становила 91,2 % у Львівській області, що свідчить про підвищений попит на товари вироблені підприємствами в Україні, проте у Тернопільській області даний показник у 2003 р. становив тільки 43,3 %.

З наведеного вище аналізу можна зробити висновок, що існує значна нерівномірність розвитку оптової торгівлі у західному регіоні. Такий розвиток не може забезпечити тісний зв'язок товаровиробників зі споживачами. Як свідчить практика, за ці роки з цих причин відбулося розбалансування національного внутрішнього ринку та економічного обміну між цими територіями.

Табл. 1. Обсяг оптового продажу продовольчих товарів у Львівській та Тернопільській областях у 2002-03 рр., млн. грн.

№	Назви областей	2002 рік	2003 рік	2003 рік до 2002 року	
				(+;-)	%
1.	Львівська область	2454,4	2836,4	+382,1	115,5
2.	Тернопільська область	236,7	361,0	+124,3	152,5

Згідно з даними табл. 1, обсяг оптового продажу продовольчих товарів у Львівській області зростає з кожним роком. Так, у 2003 р. оптовий продаж продовольчих товарів у Львівській області становив 2836,4 млн. грн. і зріс на 15,5 % порівняно з 2002 р. Проте необхідно зазначити, що оптовий продаж продовольчих товарів у Тернопільській області зростає швидшими темпами, ніж у Львівській області. Так, за період 2002-03 рр. оптовий продаж продовольчих товарів у Тернопільській зріс на 52,5 %.

Необхідно зазначити, що далекою від оптимальності є структура оптового товарообігу продовольчих товарів. У 2003 р. у Львівській області більша половина його обсягу припадала на масло, жири тваринні, олію та майонез (18,9 %), алкогольні напої (13,2 %), тютюнові вироби (13,7 %), кондитерські вироби (8,3 %). Найбільшим попитом у населення в Тернопільській області

користуються товари: кондитерські вироби (17,0 %), м'ясо та птиця (7,7 %) та маргаринава продукція (6,1 %).

Оптова ланка у Львівській і Тернопільській області недостатньо збуває сільськогосподарську продукцію, чим обмежує нарощування її виробництва, зменшення витрат на її доведення до споживачів, зменшенню цін на неї.

Табл. 2. Обсяг оптового продажу непродовольчих товарів у Львівській та Тернопільській областях у 2002-03 р., млн. грн.

№	Назва області	2002 рік	2003 рік	2003 рік до 2002 року	
				(+; -)	%
1.	Львівська	2165,8	2056,0	-109,8	94,9
2.	Тернопільська	102,1	215,1	+113,1	210,6

Дані табл. 2 свідчать що оптовий продаж непродовольчих товарів у Львівській області зменшився з 2165,8 млн. грн. у 2002 р. до 2056 млн. грн. у 2003 р., що становило 5,1 %. Проте у Тернопільській області оптовий продаж непродовольчих товарів за період 2002-03 р. зріс у 2,1 раза.

Серед непродовольчих товарів, необхідно зазначити, що занадто мала частка товарів складного асортименту (одягу, взуття, тканини та інших), які потребують ретельного підсортування за різними споживчими ознаками на складах оптових підприємств. Не приділяється належної уваги й реалізації технічно-складних товарів культурно-побутового та господарського призначення, виробництво яких відрізняється значним ступенем концентрації, а отже віддаленістю від споживачів.

З наведених даних можна зробити висновок, що розвиток оптової торгівлі споживчими товарами ефективніше відбувається у Тернопільській області, ніж у Львівській.

Актуальність проблеми ефективності оптового споживчого ринку цих областей у цілому полягає в тому, що відносини між його суб'єктами, як правило, не ґрунтуються на таких принципах, як співробітництво, збалансованість економічних інтересів, солідарна відповідальність, орієнтація на кінцевий результат, тобто на задоволення потреб споживача.

На нашу думку, враховуючи значення оптової торгівлі у функціонуванні сфери товарного обігу Львівської і Тернопільської області і економіки в цілому, необхідно створювати умови для її подальшого розвитку. Методами державного регулювання на регіональному рівні необхідно більш активно спрямовувати її розвиток у необхідне русло.

Для реалізації цих завдань необхідно:

- спрямовувати розвиток оптової торгівлі областей, передусім споживчих товарів складного асортименту і технічно складних товарів;
- стимулювати продаж оптовими підприємствами області продукції вітчизняного виробництва;
- прискорення розвитку однієї з прогресивних форм оптової торгівлі – оптових продовольчих ринків;
- розвиток мережі дрібнооптових та оптових посередників для обслуговування малих суб'єктів господарювання;
- залучення інвестицій у розвиток оптової торгівлі Львівської і Тернопільської обл.

Література

1. Голошубова Н. Оптова торгівля споживчими товарами// Діловий вісник. – 2002, № 7. – С. 24-25.
2. Гуртова торгівля Львівської області// Стат. зб. за 2003 рік. – Львів, 2004. – 246 с.
3. Оптова торгівля// Стат. збірник за 2003 рік. – Тернопіль, 2004 р.
4. Попович Т. Особливості реалізації державної політики розвитку внутрішньої торгівлі в регіоні// Вісник Терноп. акад. нар. госп-ва. – 2001, вип. 16. – С. 88-93.
5. Родіонов Ю.Ф. Тенденції та проблеми розвитку внутрішньої торгівлі в Україні// Маркетинг и реклама. – 2002. – С. 5-6.

УДК 336.22

Здобувач І.А. Гербіченко – Львівська КА

КРИТЕРІЇ ФОРМУВАННЯ ПОДАТКОВОГО МЕХАНІЗМУ РИНКОВОГО ТИПУ

Окреслено організаційно-правові, соціально-економічні, політичні аспекти формування податкової системи, властивої для країн із розвинутими ринковими відносинами. Здійснено оцінку чинного фіскально-бюджетного механізму в Україні та визначено напрями його реформування у контексті світового досвіду.

Competitor I.A. Gurbichenko – Commercial Academy of L'viv

Criteria of formation of market type taxation mechanism

Organizational, legal, socio-economic and political aspects of tax system formation in market-economy countries are considered. Current fiscal mechanism of Ukrainian economy has been evaluated and guidelines of its reformation in the context of advanced world experience are defined.

Реформування економічної системи в напрямку ринкової економіки вимагає адекватного реформування і податкової системи, побудови механізму оподаткування не просто фіскального характеру, а ринкового типу. Саме така постановка задачі – окреслення критеріїв формування податкової системи ринкового типу, ще не знайшла повного розкриття у вітчизняній економічній літературі (див., наприклад [1-2]), що й зумовило вибір тематики даної статті.

Значення податків у суспільстві визначається методами здійснення податкової політики, формами і прийомами податкового механізму. Розмежування податкової політики та механізму оподаткування, що реально діє у країні, дає змогу зрозуміти об'єктивність податків та суб'єктивну діяльність держави щодо їх стягування. Необхідно наголосити, що саму цільову спрямованість податкового механізму визначає податкова політика, яка у свою чергу, реалізується у двох напрямках: забезпечення належного виконання фіскальної функції податків; посилення впливу податкового механізму на процеси відтворення через систему фіскальних важелів.

Досягнення ж соціальних та економічних цілей фіску, як показує зарубіжний досвід, не має практичного втілення. З огляду на це, головною метою податкової політики є пошук оптимального співвідношення між фінансовими можливостями держави та обсягом видаткових статей соціально-економічного характеру за певних умов розвитку країни.

Принципи формування податкової політики виступають основними критеріями оцінки якості податкового механізму (табл. 1).