

4. **Бюджетна політика** у контексті стратегії соціально-економічного розвитку України / ред. кол. : М.Я. Азаров, В.М. Гєєць, Ф.О. Ярошенко, О.І. Амоша, О.І. Барановський; Науково-дослідний фінансовий ін-т при Міністерстві фінансів України. – Т.3. Розвиток системи податків як основи зміцнення державних фінансів. – К. : Вид-во "НДФІ", 2004. – 308 с.

5. **Міщенко С.Г.** Моделі оцінки стимулюючого ефекту оподаткування / С.Г. Міщенко // Економіка і прогнозування. – 2007. – № 3. – С. 99-109.

6. **Озеров И.Х.** Основы финансовой науки / И.Х. Озеров. – М. : Тип. Т-ва Сытина, 1914. – 364 с.

7. **Лассаль Ф.** Косвенные налоги / Ф. Лассаль. – СПб., 1906. – 183 с.

8. **Кучерявенко Н.П.** Основы налогового права / Н.П. Кучерявенко. – Харьков : Изд-во "Константа", 1996. – 320 с.

9. **Тарасов И.** Очеркъ науки финансового права / И. Тарасов. – Ярославль, 1883. – 695 с.

10. **Суторміна В.М.** Держава – податки – бізнес: із світового досвіду фіскального регулювання ринкової економіки / В.М. Суторміна, В.М. Федосов, В.Л. Андрущенко. – К. : Вид-во "Либідь", 1992. – 328 с.

11. **Kaldor N.** An Expenditure Tax. – L. : Macmillan, 1958. – P. 10-26.

УДК 339.37 (477)

Асист. С.Л. Асаулюк¹ – Львівська КА

СУТНІСТЬ І МЕТОДИКА ЕКОНОМІЧНОЇ ОЦІНКИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Зроблено спробу сформулювати методичні рекомендації щодо оцінки ефективності розвитку роздрібної торгівлі у регіонах. Здійснено аналіз щодо обґрунтування основних чинників для регіонального вирівнювання розвитку роздрібної торгівлі в Україні. Встановлено, що на регіональний розвиток торговельного обслуговування населення істотно впливає диференціація щодо заселення та господарської діяльності територій країни, яка проявляється в різній густоті мережі населених пунктів, рівні благоустрою. Відмінності щодо економічної активності населення за регіонами країни впливають на формування потреб і на загальний обсяг роздрібного товарообігу загалом та на одну особу населення через чисельність членів сімей, які працюють, на їхній дохід та платоспроможний попит.

Ключові слова: роздрібна торгівля, ефективність, методичні рекомендації, оцінка ефективності.

Assist. S.L. Asauluk – L'viv commercial academy

Economic evaluation essence and method of retail business enterprises development

In the article the done attempt to formulate methodical recommendations in relation to the estimation of efficiency of development of retail business in regions. An analysis is conducted in relation to the ground of basic factors for the regional smoothing of development of retail business of Ukraine. It is set that on regional development of point-of-sale maintenance of population substantially influences differentiation in relation to settling and economic activity of territories of country, which shows up in different rystoty of network of settlements, level of equipping with modern amenities. Differences in relation to economic activity of population after the regions of country influence on forming of necessities and on the general volume of retail commodity turnover on the whole and on one face of population through the quantity of family members which work, on their profit and solvent demand.

Keywords: retail business, efficiency, methodical recommendations, estimation of efficiency.

¹ Наук. керівник: проф. Т.В. Футало, д-р екон. наук – Львівська КА

Постановка проблеми у загальному вигляді. Регіональний розвиток України проходить складно і суперечливо. Ринкові відносини істотно розширили самостійність та відповідальність регіонів як суб'єктів господарювання, що володіють і розпоряджаються значною частиною національного багатства. Інтегруючись у загальнодержавну та світову економіку, вони змушені дедалі більше конкурувати між собою в боротьбі за інвестиції та кваліфіковану робочу силу, покриття зростаючих потреб населення щодо рівня життя, за ринки збуту для товарів регіону, за задоволення потреб населення через роздрібну торгівлю та якісне торговельне обслуговування.

Аналіз досліджень та публікацій останніх років Найбільш авторитетними дослідниками проблеми оцінки ефективності роздрібних торговельних підприємств є Лариса Олександрівна Лігоненко, професор Київського торговельно-економічного університету та Вадим Радіонов, професор Московського університету.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Визначення впливу кількісного аналізу регіональної структури ринку споживчих товарів, специфіки розселення людей, підвищення ефективності капітальних вкладень торгівлі в ринкових умовах господарювання неповною мірою досліджено у економічній літературі. Зазначимо, що досить актуальним є обґрунтування економічних показників регіонального розвитку роздрібною торгівлі в умовах кризи.

Постановка завдання. Мета цього дослідження полягає у відпрацюванні низки науково-теоретичних та практичних проблем, спрямованих на вирівнювання регіонального розвитку роздрібною торгівлі. Постановка завдання повинна допомогти розглянути перспективні прогнози, передбачити рівень деформацій у структурі товарообігу, забезпеченості населення торговими площами, магазинами.

Виклад основного матеріалу дослідження. Роздрібна торгівля у регіонах сьогодні загалом стає однією з галузей та сфер економіки, яка найдинамічніше розвивається. Останніми роками до фінансово-економічної кризи у сфері торгівлі України відбувалися відчутні позитивні зміни. Практично завершився процес приватизації у сфері товарного обігу. Визначилася стійка тенденція до реального зростання обсягу роздрібного товарообігу, що є свідченням розширення та активізації внутрішнього споживчого ринку. Темпи зростання роздрібного товарообігу істотно перевищують темпи зростання валового внутрішнього продукту. Як наслідок, зареєстровано систематичне зростання обсягу роздрібного товарообігу на одну особу, збільшення обсягу споживання товарів та послуг.

Одночасно розвитку роздрібною торгівлі притаманна низка вад: темпи зростання роздрібного товарообігу значно відстають від темпів зростання реальних доходів домогосподарств внаслідок погіршення споживчих настроїв; дві третини роздрібного ринку споживчих товарів та послуг продовжують залишатися "в тіні"; індекс фізичного обсягу роздрібного товарообігу в 2007 р. становив лише 123,5 % від рівня 1990 р. Роздрібна торгова мережа є важливою складовою соціально-економічного розвитку будь-якого регіону. Від її стану значною мірою залежить успішність виконання торгівлею соціальних т

економічних функцій, а отже, і якість життя населення. Дослідження структурно-територіальної організації роздрібної торговельної мережі в Україні дало змогу виявити як позитивні, так і негативні тенденції, зокрема, щодо складу об'єктів за видами і типами їхнього територіального розміщення. Роздрібна торговельна мережа є основною складовою частиною інфраструктури споживчого ринку. І якщо першою умовою розвитку роздрібного товарообігу є наявність товарів і послуг, які відповідають попиту покупців за асортиментом, якістю та ціною, то другою, не менш важливою, умовою є наявність широко розгалуженої, сучасно обладнаної та з високим рівнем якості обслуговування покупців роздрібної торгової мережі.

Для будь-якої економічної моделі господарювання роздрібна торговельна мережа має важливе соціально-економічне значення. У ринкових умовах економічне значення роздрібної мережі полягає в раціональній організації завершального етапу кожного окремого циклу суспільного виробництва, забезпеченні швидкого і стабільного доведення товарів до споживачів, здійсненні мобільного кругообігу грошових коштів.

Соціальне значення торговельної мережі сьогодні не обмежується тільки скороченням часу, зусиль, коштів потенційних споживачів на придбання подібних товарів та послуг. Мережа роздрібних торговців усіх форм організації і власності, яка разом із супутньою інфраструктурою має стабільну тенденцію до зростання, є важливим ресурсом скорочення безробіття, працевлаштування передусім молоді, джерелом доходів як підприємців, так і найманих працівників.

Вітчизняна роздрібна торговельна мережа складається з кількох її видів – як сформованих протягом десятиліть розвитку галузі торгівлі, так і принципово нових, що виникли і розвиваються останнім часом. Умови ринкової економіки приводять до зміни соціально-економічних, містобудівних, технічних, технологічних і інших умов. Чинників, передумов, що безпосередньо впливають і визначають розвиток торговельних підприємств і відповідно торговельних площ. Такі соціально-економічні чинники, як збільшення економічного потенціалу суспільства, зростання народонаселення, зростання рівня і структури споживання, передбачають широкі можливості для розвитку роздрібної торгівлі.

Продаж товарів населенню здійснюється через різні види об'єктів торгівлі, сукупність яких і становить роздрібну торгову мережу. Крім магазинів, які є основним каналом роздрібного продажу товарів, функціонує різноманітна мережа позамагазинних пунктів роздрібної торгівлі. До них належить дрібно-роздрібна торгова мережа (кіоски, павільйони, ятки, торгові автомати, автомагазини) та ринки.

На розвиток роздрібної торгової мережі – потребу в ній, структурну і територіальну її організацію – впливає багато різноманітних чинників: соціально-економічних, демографічних, географічних, містобудівних, транспортних, організаційно-технологічних, управлінських, фінансових. І для того, щоб мати соціальну інфраструктуру для здійснення на сучасному рівні роздрібної торгівлі, потрібно періодично здійснювати моніторинг чинників для виявлення тенденцій і визначення основних змін, що можуть мати місце в

перспективі. Найважливішим чинником розвитку роздрібної торгової мережі є сам споживач, бо в умовах ринкової економіки, особливо розвиненої, – це господар ринку, оскільки за ним визнано право вибору щодо купівлі товару та послуг, що продаються.

У кожній країні та її регіонах склад споживачів істотно відрізняється передусім за соціально-економічними та демографічними ознаками: статеві-віковою; соціальною і професійною приналежністю; розміром і життєвим циклом сім'ї; рівнем освіти, культури та стилем життя. Дуже різні і можливості споживачів, які своєю чергою зумовлюють їхні особливості, мотивацію та поведінку на ринку [1].

Процес старіння населення сприяє змінам у структурі контингенту споживачів, і така зміна змусить роздрібних торговців істотно переорієнтувати власну збутову стратегію, оскільки потреби людей з віком не просто змінюються від авангардних, радикальних до більш поміркованих, раціональних, вони зазвичай ще й підкріплені вагомими матеріальними ресурсами – засобами платежу. Проте зміни, які відбуваються у торговельній сфері, не супроводжуються формування якісно нової, соціально і економічно ефективної системи торговельного обслуговування у регіонах.

Оцінка ефективності діяльності роздрібної торгівлі у регіоні передбачає розрахунок таких показників:

- кількісного аналізу регіональної структури ринку споживчих товарів;
- специфіки розселення людей;
- впливу демографічних чинників на формування потреб населення;
- впливу соціально-економічних умов;
- підвищення ефективності капітальних вкладень торгівлі в ринкових умовах господарювання.

Кількісний аналіз регіональної структури ринку споживчих товарів полягає у визначенні ступеня концентрації його індикаторів у регіонах, тобто в оцінці нерівномірності розподілу значень цих індикаторів. Ступінь відповідності територіального розподілу товарообігу, доходів і витрат населення, виробництва товарів, чисельності споживачів можна виміряти за допомогою коефіцієнта Лоренца (L).

На величину індексу локалізації впливає нерівномірність покупок (продажів) на одну особу, що можна розглядати як один із проявів регіональної варіації рівня життя населення. Інші розрахункові показники підтверджують цей висновок і свідчать про високий рівень територіальної диференціації щодо кола обраних індикаторів (виробництва, доходів, витрат тощо).

Обчислити такий показник можна за допомогою коефіцієнта варіації товарообігу на одну особу населення, доходів, витрат, виробництва товарів, що визначають за формулою

$$L = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^E |dx_i - dy_i|, \quad (1)$$

де: dx_i – частка i -го регіону в загальному обсязі факторної ознаки (в аналізі регіонального споживчого ринку – це частка населення i -го регіону в загальній чисельності населення України); dy_i – частка i -го регіону в загальному об-

сязі товарообігу, доходів і витрат населення, виробництві споживчих товарів); k – кількість i -х регіонів.

Показник територіальної диференціації формується переважно під впливом регіональних особливостей (доходів, грошових витрат і заощаджень населення, виробництва товарів народного споживання). Отже, коефіцієнт концентрації демонструє ступінь концентрації певних індикаторів стану регіонального споживчого ринку в межах усієї сукупності регіонів. Для кожного регіону окремо можна визначити індекс локалізації D_i , що показує, якою мірою не збігається частка регіону в загальному обсязі результативних ознак із часткою факторної ознаки

$$D_i = \frac{dx_i}{dy_i} \cdot 100 \% . \quad (2)$$

Застосування комплексу методів оцінки територіальної диференціації потрібне для розроблення державної політики з метою вирівнювання соціально-економічного розвитку регіонів у поєднанні з принципом збалансованості їхніх інтересів. Це особливо актуально для регіонів, у межах яких показники економічного й соціального розвитку є значно нижчими, ніж відповідні середні показники в державі.

На регіональний розвиток торговельного обслуговування населення істотно впливає диференціація щодо заселення та господарської діяльності територій країни, що проявляється в різній густоті мережі населених пунктів, рівневі благоустрою. Торгівля в сільській місцевості належить до тих сфер торговельного обслуговування, що повинні розвиватися відповідно до розселення людей.

Географія розселення здебільшого визначає географію розміщення роздрібної торговельної мережі. Більш великим системам сільського розселення відповідають більш потужніші підприємства торгівлі. Тому особливості сільського розселення мають істотне значення для організації системи торговельного обслуговування населення. Найважливішими з них є ступінь освоєння територій, розбіжностей щодо величини поселень та густоти їх мережі, надійність транспортно-економічних зв'язків між ними. Наявність малих, середніх, великих та надвеликих сільських поселень та розподіл усіх потреб у товарах (за частотою попиту) на повсякденні, періодичні та епізодичні зумовлюють можливість організації торговельного обслуговування мешканців сільської місцевості. Регіональні відмінності щодо поселень різної величини зумовлюють особливості формування та розміщення центрів торговельного обслуговування різних рангів у кожному регіоні.

Проблема розвитку торгівлі й організації торговельного обслуговування людей в малих сільських поселеннях характеризується суперечностями: з одного боку, потребує збільшення таких поселень в інтересах ефективної організації соціальної інфраструктури, з іншого – є об'єктивна потреба їх існування для більш раціонального та повного використання природних і трудових ресурсів. Для вирішення цієї проблеми потрібно створити локальні системи торговельного обслуговування в малих сільських поселеннях.

Серед чинників, які впливають на територіальні відмінності щодо рівня споживання, а відповідно й на обсяг та структуру роздрібної торговельної мережі, найзначнішими є: загальна зайнятість (економічна активність населення), її галузева й професійна структура, характер трудової діяльності та ступінь інтенсифікації праці, розмір сімей, їх статеві-вікова структура, рівень культури населення.

Відмінності щодо економічної активності населення за регіонами країни впливають на формування потреб, а, разом із тим, і особу населення через чисельність членів сімей, які працюють, на їхній дохід та платоспроможний попит. Крім цього, на потреби в товарах впливає сімейний стан, склад та розмір родини. Наприклад, більша частина товарів із тривалим терміном використання обслуговує всю сім'ю, а не споживається індивідуальними її членами.

Що стосується фізіологічних потреб населення, то вони також є різними відповідно до віку та статі населення. Так, зі збільшенням віку зростають енергетичні витрати організму. Харчування дітей у віці 11-13 років має бути у 1,6 рази калорійнішим, ніж у віці 3-4 роки. У віці 18-39 споживати варто на 200-300 ккалорій більше, ніж у 40-60 років, а підліткам – на 1750 ккалорій більше, ніж дітям від 1 до 3 років. Середня потреба в харчуванні в чоловіків, які мають більшу вагу та зріст, а також у зв'язку з обміном речовин, є на 15-19 % вищою, ніж у жінок. Таким чином, раціон харчування диференціюється, залежно від статевих та вікових складів населення того чи іншого регіону.

Раціон харчування залежить від зайнятості в галузях національної економіки, а також виду праці. Так, загальні добові витрати енергії в дорослого населення, яке не займається фізичною працею, не перевищують 3000-3200 ккалорій, тоді як у осіб, що виконують фізичну роботу, потреба досягає 5000 ккалор. Калорійність харчування у чоловіків віком 20-40 років має бути вищою, ніж у жінок, що займаються тими самими видами господарської діяльності на 350-450 ккал. Віковий склад населення впливає також на формування потреб у таких непродовольчих товарах, як одяг, взуття.

Отже, загальний рівень споживання залежить від співвідношення статеві-вікових груп у загальній кількості населення та їх зайнятості у сфері виробництва. Поряд із цим, у практиці розміщення та організації торгівлі не розглядається вплив демографічних чинників на територіальні відмінності в характері та структурі споживання.

Одним із шляхів вирівнювання розвитку торговельного обслуговування в регіонах є підвищення ефективності капітальних вкладень торгівлі в нових ринкових умовах. Постійне збільшення капітальних вкладень у розвиток торговельної мережі дає змогу створити сучасну матеріально-технічну базу. Одним із важливих завдань торгівлі є раціональне та найзручніше для населення розміщення торговельної мережі на основі будівництва великих об'єктів торгівлі в поєднанні з розвитком невеликих (малих та середніх) магазинів із продажу товарів першої необхідності.

Фінансування розвитку торгівлі має здійснюватися переважно коштом недержавних джерел. У нових умовах господарювання органи виконавчої влади повинні стимулювати добровільне нагромадження коштів суб'єктами

торгівлі та виробничих галузей, залучення інвестиційних ресурсів торгівлі та виробничих галузей, залучення інвестиційних ресурсів на засадах акціонерного капіталу, а також вільних коштів населення та іноземних інвестицій. Поряд із цим, доцільно ширше використовувати фінансові ресурси місцевих бюджетів, особливо для будівництва підприємств торгівлі в районах із низьким рівнем інвестиційної привабливості, з подальшою їх приватизацією за гроші, а також пільгове кредитування тих видів і типів підприємств, розвиток яких доцільно стимулювати.

Висновки і перспективи подальших розробок. На підставі дослідження можна зробити такі висновки:

- на регіональний розвиток торговельного обслуговування населення істотно впливає диференціація щодо заселення та господарської діяльності територій країни, що проявляється в різній густоті мережі населених пунктів, рівні благоустрою;
- відмінності щодо економічної активності населення за регіонами країни впливають на формування потреб, а, разом із тим, і на загальний обсяг роздрібного товарообігу загалом та на одну особу населення через чисельність членів сімей, які працюють, на їхній дохід та платоспроможний попит.

Перспективи подальших наукових розробок у цьому напрямі полягають у вирішенні такого кола питань:

- як оцінювати у практиці розміщення та організацію торгівлі, враховуючи демографічні чинники на територіальні відмінності в характері та структурі споживання товарів та послуг;
- як правильно порівнювати рівень споживання товарів та послуг з позицій різних територій та регіонів країни, сільського та міського населення;
- які шляхи вирівнювання розвитку торговельного обслуговування в регіонах.

Запропоновані методичні рекомендації ми будемо надалі уточнювати відповідно до того, як будуть розгортатися події в економічному житті країни.

Література

1. **Послання Президента** до Верховної Ради України: Поступ у XXI століття / Стратегія економічної та соціальної політики на 2000-2004 рр. // Урядовий кур'єр. – 2000. – 28 січня.
2. **Проект прогнозування економічного та соціального розвитку України до 2000-2010 рр.** // Урядовий кур'єр. – 1998. – № 89-90.
3. **Мазаракі А.А.** Економіка торговельного підприємства : підручник / А.А. Мазаракі, Л.О. Лігоненко, Н.М. Ушакова. – К. : Вид-во "Хрещатик", 1999. – 797 с.
4. **Футало Т.В.** Проблеми регіонального вирівнювання розвитку роздрібної торгівлі в Україні / Т.В. Футало // Регіональна економіка. – 2005. – № 4. – С. 86-93.
5. **Футало Т.В.** Оцінка конкурентного середовища на товарних ринках / Т.В. Футало // Вісник Львівської КА. Економічна серія. – Львів : Вид-во ЛКА, 2005. – Вип. 17. – 2005. – С. 22-31.
6. **Футало Т.В.** Роздрібна торгівля в Україні: основні напрями розвитку / Т.В. Футало. – Львів : Вид-во ЛКА. – 2007. – С. 10-17.
7. **Футало Т.В.** Місце та роль торговельних систем в економічному зростанні регіонів / Т.В. Футало // Вісник соціально-економічного дослідження. – Одеса, 2007. – С. 357-364.
8. **Футало Т.В.** Механізми регулювання діяльності підприємств у сфері торгівлі / Т.В. Футало // Торгівля і ринок України: Тематичний зб. наук. праць. – Львів : Вид-во Дон-НУЕТ. – 2008. – Т. 1, вип. 25. – 2008. – С. 163-169.