

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНЮВАННЯ СТАНУ ОПТОВОГО РИНКУ В РЕГІОНАЛЬНОМУ АСПЕКТІ

Розглядаються проблемні питання отримання об'єктивної статистичної інформації для аналізу регіонального оптового ринку, наявні джерела формування бази даних, що характеризують стан та розвиток оптового ринку в регіоні загалом та, зокрема, ринку засобів виробництва як основи функціонування національної економіки. Пропонуються напрямки вдосконалення інформаційного забезпечення регулювання оптового ринку

Постановка проблеми. Становлення ринкової економіки в країні супроводжується розвитком інфраструктури товарного ринку, важливою складовою якого є оптова торгівля, що зумовило впровадження принципово нового підходу до статистичного вивчення діяльності підприємств оптової торгівлі та створення інформаційної бази статистики товарних ринків країни.

Як показала практика, після ліквідації централізованого планування і розподілу товарних ресурсів через систему оптової торгівлі альтернативну схему просування товарів в умовах переходу до ринкової економіки, яка здатна забезпечити всім учасникам ринку прозорість та на конкурентних засадах сприяти формуванню найбільш вигідних цін, до цього часу створити не вдалося: на товарних ринках відсутні тривалі, стабільні зв'язки, відносини сторін не поставлені на дієву контрактну основу. Така ситуація зумовила прийняття Концепції розвитку внутрішньої торгівлі України. У Концепції окреслюються актуальні напрями ринкових перетворень і шляхи стабілізації відносин у сфері торговельної діяльності. Вона є складовою частиною державної політики розвитку й удосконалення внутрішнього споживчого ринку України. Концепція базується на тому, що торгівля, особливо оптова, є і буде найважливішою сферою формування і стабілізації споживчого ринку [1].

Джерелом даних про діяльність підприємств оптової торгівлі, яким належить провідна роль у забезпеченні всіх суб'єктів господарювання продукцією виробничо-технічного призначення, є державна статистична звітність підприємств та організацій постачання, збуту, споживчої кооперації, заготівельних та оптової торгівлі за формою №1-опт "Звіт про діяльність підприємств оптової торгівлі". Система показників цього звіту дозволяє прослідкувати обсяги товарообороту, обороту від посередницької діяльності, продажу і запасів товарів і товарних груп у натуральному і вартісному виразі, їх структуру і динаміку.

Разом з тим сучасна статистична звітність не повною мірою забезпечує розв'язання завдань щодо стану конкретних товарних ринків та конкуренції на них у продуктовому та галузевому планах для різних рівнів управління (місцевий ринок, регіональний, міжрегіональний, національний).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам організації і методології дослідження товарних ринків та оптової торгівлі приділяли увагу у своїх працях такі вчені як Бондаренко С.Ю., Борисенко З.М., Герасименко С., Жваколюк Ю., Михайлов В.С., Рождественська Л.Г., Сафіулін Ю.Г. та інші. Однак окремі питання інформаційного забезпечення аналізу функціонування регіональних оптових ринків

та управлінських рішень щодо їх регулювання залишаються недостатньо вивченими і потребують додаткового розгляду.

Основна частина. Мета статистичного вивчення товарних ринків полягає у виявленні кількісних і якісних процесів, під впливом яких формується і розвивається ринок; зв'язків між ними, закономірностей і тенденцій їх розвитку, а також факторів, під впливом яких складаються ті чи інші співвідношення.

Відповідно до основних цілей програма статистичного спостереження за формою № 1-опт включає наступні показники:

1) загальний товарооборот (без ПДВ і акцизу), у тому числі:

- оптовий товарооборот;
- роздрібний товарооборот;
- оборот від посередницької діяльності;
- оборот від інших видів діяльності;

2) обсяг продажу основних груп товарів (114 найменувань, включаючи продукцію виробничо-технічного призначення і споживчі товари);

3) товарні запаси;

4) продаж товарів вітчизняного виробництва;

5) інформація про склади.

Для віднесення торговельного підприємства до того чи іншого виду діяльності існує система сталих статистичних критеріїв. До них належать: валова додана вартість; валовий товарооборот; чисельність зайнятих.

Підприємство вважається оптовим якщо валова додана вартість перевищує 50 % з цього виду діяльності. Якщо цей показник дорівнює менш як 50 % або з двох видів діяльності він однаковий, то аналізується другий показний – валовий товарооборот. Якщо він не показує переваги одного з видів діяльності, то аналізується чисельність зайнятих із цього виду діяльності. Потім робиться висновок щодо належності підприємства до певного виду діяльності.

Таким чином, критеріями віднесення торгівлі до оптової є не спосіб оплати товару та кількість його придбання, а вид покупця (юридичної особи) та характер використання

товару (для підприємницьких цілей, тобто у виробництві або для перепродажу). Із цього випливає, зокрема, що дрібнооптова торгівля з юридичними особами може прирівнюватися до роздрібною, якщо товари придбаваються не для підприємницьких цілей.

Особливість статистичного обліку в оптовій торгівлі полягає в тому, що на сьогодні оптову торгівлю як один із видів діяльності можуть здійснювати будь-які підприємства незалежно від форми власності або організаційно-правової форми. Оптовою торгівлею при потребі займаються і виробничі підприємства [2]. Проте подання статистичної звітності за формою № 1-опт передбачено лише для суб'єктів господарювання, у яких оптова торгівля є основним видом діяльності.

Про актуальність цього виду діяльності свідчить те, що з числа занесених до Єдиного державного реєстру підприємств і організацій України на початок 2005 року у Житомирській області кожне сьоме, або 2,8 тисячі суб'єктів, виявили наміри займатись саме оптовою торгівлею. З них кількість фактично діючих підприємств-юридичних осіб складає 1070, що на 36,3 % більше порівняно з 2000 роком. Обсяг загального обороту цих підприємств за 2004 рік становив 10492,5 млн.грн. і зріс проти попереднього року в 2,1 раза, а до 2000 року – в 6,8 раза. У його структурі традиційно переважає оптовий оборот, питома вага якого впродовж останніх п'яти років коливається в межах 90 %.

У складі діючих підприємств оптової торгівлі переважають невеликі, з обсягом обороту до 500 тис. грн. в рік. Їх частка складає 59,7 % від загальнообласної кількості, а обсяг оптового обороту – лише 0,9 %. Понад третини підприємств мали обсяги від 500 тис. до 1 млн. грн., якими забезпечено близько десятої частини оптового продажу. Найвагомішу ж частку оптового продажу сформували 0,7 % суб'єктів, кожним з яких реалізовано продукції на 50 млн. грн. і більше. Нерівномірність розподілу оптового обороту між суб'єктами торгівлі свідчить про певну його концентрацію, яка вимірюється

коефіцієнтом концентрації і обчислюється як півсума модулів відхилень:

$$K = \frac{1}{2} \sum_{j=1}^m |d_j - D_j|,$$

де d_j, D_j – відповідно частки розподілу сукупності за кількістю елементів та обсягом значень ознаки.

Групування підприємств Житомирської області за обсягом оптового товарообороту за 2004 рік та розрахунок коефіцієнта концентрації наведені в таблиці:

Обсяг оптового товарообороту одного підприємства в рік, тис. грн.	У % до підсумку		Модуль відхилення часток $\frac{1}{2} d_j - D_j $
	Кількість підприємств, d_j	Обсяг оптового товарообороту, D_j	
До 200	44,1	0,2	0,439
200 – 500	15,6	0,7	0,149
500 – 10000	34,8	9,3	0,255
10000 – 50000	4,8	11,1	0,063
50000 і більше	0,7	78,7	0,78
Разом	100,0	100,0	1,686

З наведених даних $K = 1,686 : 2 = 0,843$, що свідчить про високий ступінь концентрації товарообороту в оптовій торгівлі регіону.

Провідне місце в оптовому товарообороті займає продукція виробничо-технічного призначення, якої реалізовано в 2004 році на 5982,1 млн. грн., або 64,3 % його загального обсягу. В свою чергу, частка енергетичних матеріалів та нафтопродуктів в обсязі продукції виробничо-технічного призначення

склала 61,8 %. Продукції вітчизняного виробництва за цей період реалізовано на 7295,6 млн. грн., що становить 77,4 % оптового обороту області. У тому числі продукції виробничо-технічного призначення – 4792,2 млн. грн.(80,1 %) (рис. 1.). Проти попереднього року її продаж зріс у 3,8 рази, в тому числі за рахунок зростання реалізації продукції виробничо-технічного призначення – в 4,4раза.

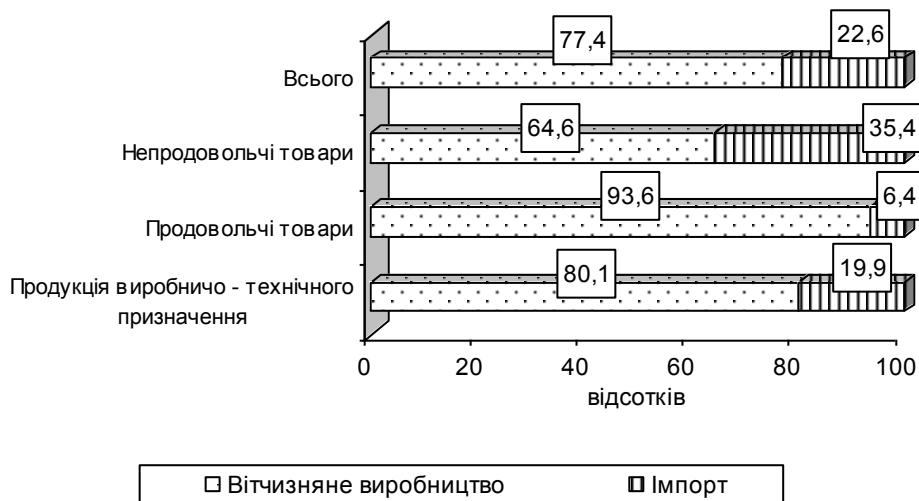


Рис. 1. Співвідношення продажу вітчизняних і імпортованих товарів

У складі оптових підприємств переважають суб'єкти без визначення конкретного виду спеціалізованої торгівлі, частка яких складає 39,6 % у загальній кількості та 79,6 % за обсягом оптового обороту. За напрямками реалізації більшість продукції призначена для

перепродажу іншим підприємствам оптової торгівлі – 88,2 %, що значною мірою впливає на формування цін на той чи інший товар, особливо виробничо-технічного призначення, де частка перепродажу є стабільно високою (за 2004 рік – 89,4 %).

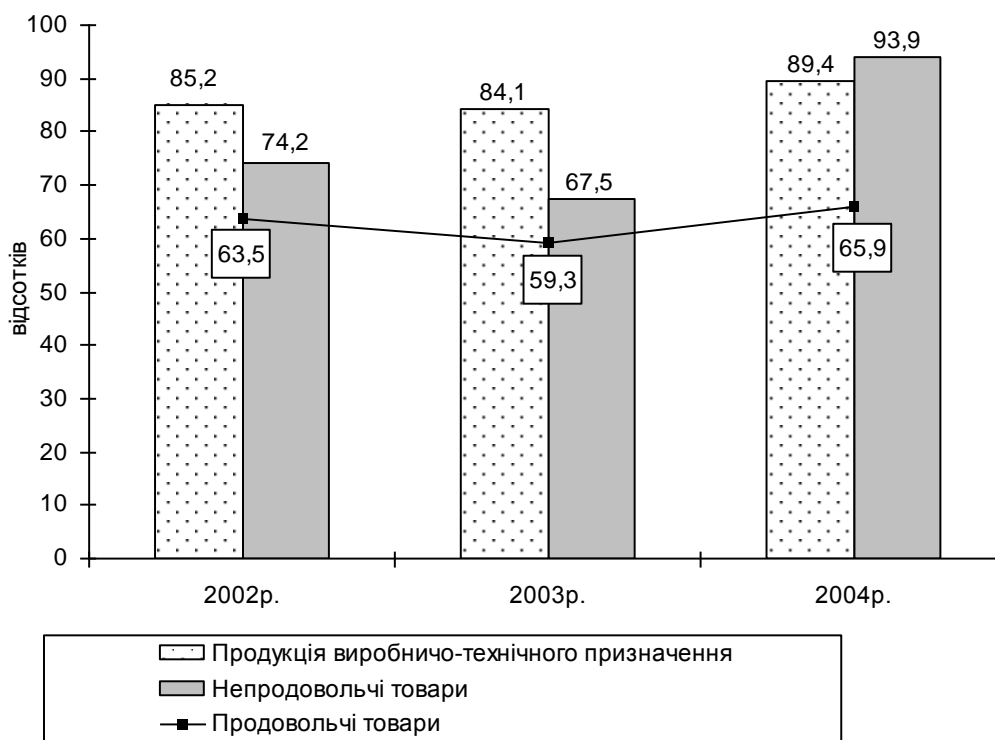


Рис.2. Продаж товарів іншим підприємствам оптової торгівлі

Таким чином, на підставі аналізу наявної статистичної інформації щодо діяльності підприємств оптової торгівлі ефективність функціонування оптового товарного ринку в регіоні можна оцінити як низьку. Це зумовлено, насамперед, відсутністю спеціалізації більшості підприємств, значною питомою вагою продукції, призначеної для перепродажу, що призводить до збільшення стадій обороту товару та підвищення цін.

Необхідною умовою забезпечення ефективності функціонування підприємств, галузей, регіонів і національної економіки в цілому, а також формування державної політики регулювання ринку є оцінювання кон'юнктури ринку. Провідними показниками товарної кон'юнктури є попит і пропозиція, які в статистиці обліковуються як реалізовані – обсяг реалізації та обсяг виробництва.

Із розвитком багатоканальної реалізації товарів в оптовій торгівлі статистичне спостереження останнім часом зорієнтоване, як на підприємства-виробники, що домінують на ринку, так і на підприємства оптової торгівлі. Обсяг продажу продукції (товарів) промисловими підприємствами характеризує

товарну пропозицію за рахунок внутрішнього виробництва. Обсяг продажу організаціями оптової торгівлі характеризує товарооборот оптової торгівлі. Проте розрахунок сумарного обсягу продажу промисловими та оптовими організаціями в органах статистики не здійснюється.

Співвідношення попиту і пропозиції характеризує місткість ринку, яка враховується при плануванні маркетингових заходів і аналізі їх ефективності. Фактичну місткість ринку пропонується розраховувати за формулою [4]:

$$Pr = B + Z + I - E,$$

де Pr – фактичний обсяг пропозиції в натуральних одиницях; B – виробництво товарів у регіоні; Z – запаси; I – завезення з інших областей країни та імпорт товарів у регіон; E – вивезення в інші області країни та експорт товарів.

Проте в діючих формах статистичної звітності відсутні дані про ввезення товарів у конкретний регіон та вивезення за його межі, необхідні для аналізу стану та розвитку внутрішнього ринку, складання балансу міжрегіональних зв'язків, який розроблявся за

часів планової організації економіки. Джерелом інформації про зовнішньоторговельну діяльність суб'єктів господарювання є дані Державної митної служби, однак вони не дозволяють визначити показники експорту продукції, виробленої в конкретному регіоні, та імпорту продукції, призначеної для реалізації в даному регіоні, оскільки включають транзитний рух товарів.

Крім того, в даний час не уявляється можливим простежити обсяги реалізації продукції виробничо-технічного призначення підприємствами оптової торгівлі за категоріями споживачів, оскільки таке розмежування не передбачено формою статистичної звітності № 1-опт та через не налагодженість відповідного обліку у підприємств-постачальників.

Тобто, існуюче інформаційне забезпечення статистики оптової торгівлі не в повній мірі задовольняє потреби проведення комплексного аналізу стану та розвитку регіонального оптового ринку.

Тому постає необхідність відновлення відповідної статистичної звітності, що надасть можливість одержувати всебічну, повну та об'єктивну інформацію для оцінки рівня забезпеченості області власними ресурсами, ступеню залежності від інших регіонів України та імпорту, визначення напрямків реалізації продукції внутрішньорегіонального виробництва з метою покращання інформаційного забезпечення управлінських рішень з питань ефективного розвитку регіональних товарних ринків.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Існуюча методологія статистичного спостереження у галузі оптової торгівлі потребує, на нашу думку, удосконалення в напрямку: доповнення системи показників, передбачених формами державної статистичної звітності № 1-опт та № 1-п, показниками обсягу реалізації продукції на експорт, а також за категоріями споживачів на внутрішньому ринку (ф.№ 1-опт) в розрізі основних груп товарів у вартісному та натуральному вираженні. Пропонуємо також привести у відповідність з

новою Номенклатурою промислової продукції номенклатуру товарів та товарних груп, по яких складається в даний час звітність ф. № 1-опт та зовнішньої торгівлі.

Подальші дослідження будуть присвячені вивченню інформаційних джерел формування показників для визначення загальної місткості регіонального ринку.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Концепція розвитку внутрішньої торгівлі України / Наказ Мінекономіки України від 25.05.99 № 27-38/145.
2. Методологічні роз'яснення щодо звітності державних статистичних спостережень зі статистики товарних ринків. – К.: Держкомстат, 2004. – 12 с.
3. Оптова торгівля в області: Стат. зб. – Держкомстат, Головне управління статистики у Житомирській області, 2004. – 67 с.
4. *Рождественська Л.Г.* Статистика ринку товарів і послуг: Навч. посіб. – К.: КНЕУ, 2005. – 419 с.
5. *Савченко О.П.* Розрахунок місткості регіонального ринку взуття // Маркетинг в Україні. – 2001. – № 1.

ПАШИНСЬКА Галина Анатоліївна – аспірантка Державної академії статистики, обліку та аудиту Державного комітету статистики України, перший заступник начальника Головного управління статистики у Житомирській області