

МЕТОДИКА ДІАГНОСТИКИ РЕГІОНАЛЬНОГО СПОЖИВЧОГО РИНКУ

Визначено основні складові споживчого ринку, основні аспекти які необхідно враховувати при здійсненні комплексної діагностики процесів розвитку регіонального споживчого ринку. Та проаналізовано основні методи діагностики споживчого ринку

Постановка проблеми. Регіональний рівень регулювання охоплює такі проблеми, як забезпечення потреб населення продовольчими і непродовольчими товарами широкого вжитку, а також об'єктами соціальної інфраструктури та житла, боротьбу з безробіттям та забезпечення раціональної зайнятості, збереження і відновлення природних ресурсів, підтримка стабільного рівня цін на товари першої необхідності, забезпечення нормального екологічного стану, забезпечення дотримання правопорядку і законності.

Серед зазначених питань особливої актуальності в сучасних умовах набуває потреба в більш ретельному дослідженні і практичному вивченні методик діагностики споживчого ринку.

Стан вивчення проблеми. Актуальність теми роботи полягає у тому, що існуючий у даний час в Україні механізм функціонування і регулювання споживчого ринку недостатньо ефективний протягом періоду трансформації економіки країни. Для подальшої стабілізації економічного зростання необхідним є створення механізму регулювання споживчого ринку і розробка моделей його розвитку з урахуванням особливостей економіки України. Питання функціонування споживчого ринку і його регулювання вирішуються багатьма вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами.

Мета дослідження. Метою даної роботи є методики діагностування регіонального споживчого ринку в кризовий період.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання визначення методів діагностування споживчого ринку знайшли своє відображення в численних працях провідних науковців-сучасників: О.М. Азарян, В.Г. Андрійчука, А.Ф. Бондаренка, В.М. Гейця, Б.М. Данилиштина, Л.І. Дідківської, Г.Н. Климка, В.І. Куценко, А.А. Мазаракі, Д.М. Стеценка, М.І. Туган-Барановського, А.В. Чаянова, А.М. Фрідмана, Я.М. Антоноука, В.В. Алопія, М.Ф. Байдакова, П.Ю. Балабана, І.О. Бланка, П.І. Вахріна, Я.А. Гончарука, А.І. Гребньова, Л.О. Лігоненко, В.С. Марцина, М.П. Овчарука, Н.М. Ушакової, А.В. Войчак, Є.П. Голубков та інших.

Викладення основного матеріалу дослідження. Об'єктивні характеристики регіону і створені в ньому умови можна розглядати і відносно спрямованості спеціалізації, що суттєво залежить від соціально-економічної політики місцевої влади. Вплив на спеціалізацію в масштабах регіону передбачає, що законодавча і виконавча гілки влади, як мінімум, цілеспрямовано вирішують декілька завдань.

1. Здійснюють аналіз актуального стану справ у регіоні, а також довгострокової і середньострокової соціокультурної та господарсько-економічної перспективи регіону, основних видів існуючої і перспективної виробничої діяльності, інвестиційних проектів; оцінку динаміки ринку праці і сфери споживання послуг різного характеру.

2. Аналізують стан справ у галузях і секторах життєдіяльності регіону, які впливають на соціалізацію, сфери охорони здоров'я, охорони прав, соціального захисту, культури населення, на основі чого розробляють програми їхнього розвитку у взаємодії один з одним.

3. Проводять діагностику систем управління в регіоні та застосовують заходи щодо їх удосконалення.

При діагностиці окремих тенденцій на регіональному рівні використовують результати всеукраїнських досліджень, застосовуючи та практично апробуючи їх на відповідній території. Крім того, організуються дослідження на місцях. Такий принцип необхідний не тільки для того, щоб аналізувати стан і динаміку процесів соціального функціонування в тому чи іншому регіоні і на її основі рекомендувати різні зміни, а й для практичних організаційних заходів.

Проблема регіональності в сучасній науці отримала широке розповсюдження, тому зупинятися на дослідженні базових понять регіоналістики недоцільно. Однак слід зауважити, що погляди науковців на визначення меж регіонів різняться. У зв'язку з цим, справедливо представляється теза про те, що в залежності від масштабів дослідження слід використовувати різні класифікації регіону, але, насамперед, слід розрізняти такі поняття, як макрорегіон, мезорегіон та мікрорегіон, бо при розробці концепції їх розвитку треба враховувати особливі риси кожного з вищезначених понять [4, с. 83-90].

Також варто враховувати регіональні особливості кожного регіону під час аналізу регіональних споживчих ринків України (особливо що стосується розвитку сільської і міської місцевості).

На думку Кузічкіної Н.І., результатом діагностики регіонального споживчого ринку є інтегрований показник, що характеризує зміни стану споживчого ринку в межах аналізованого періоду. Таким показником пропонується вважати інтегральний вектор споживчого ринку. У загальному вигляді інтегрований показник, що характеризує зміни стану споживчого ринку, тобто інтегральний вектор споживчого ринку може бути розрахований за формулою [1]:

$$I_{cpr} = I_d \times I_{ncpr} \times I_{sc} \times I_{mo} \quad (1)$$

де I_{cpr} – інтегральний вектор споживчого ринку;

I_d – індикатор рівня доходів;

I_{ncpr} – індикатор наповнення регіонального споживчого ринку;

I_{sc} – індикатор споживання;

I_{mo} – індикатор товарообігу.

Всі компоненти, що включені у модель, мають назву "індикатор", яку не слід ототожнювати з поняттям "індекс", оскільки порядок розрахунку більшості з них суттєво відрізняється.

На підставі виявлених факторів впливу, що обумовлюють негативні тенденції на споживчому ринку, можна розробляти обґрунтовані заходи щодо покращення ситуації.

Передумовою проведення діагностики споживчого ринку є його сегментація. Необхідність сегментації споживчого ринку обумовлюється специфічними рисами державної статистики. Найбільш доцільним представляється в якості критерію сегментації використати групи товарів (послуг). Тобто, у складі споживчого ринку правомірно виділити:

- споживчий продовольчий ринок;
- споживчий непродовольчий ринок;
- споживчий ринок послуг.

Наведені сегменти мають достатньо чіткі межі, що дозволяє з достатнім рівнем обізнаності використовувати наявні статистичні дані. Збільшення кількості сегментів, обраних для проведення діагностики, призвело б до надлишкового рівня деталізації споживчого ринку.

Таким чином, економічна діагностика стану споживчого ринку – це система методів оцінки стану, виявлення відхилень від нормального розвитку, факторів, що впливають на функціонування ринку споживчих товарів та послуг, заснована на принципах системного, динамічного підходу, врахування науково-технічного прогресу регіональної специфіки.

Здійснюючи комплексну діагностику процесів розвитку регіонального споживчого ринку, необхідно враховувати наступні основні аспекти [3]:

- основними суб'єктами ринку є організації оптової й роздрібною торгівлі, населення;
- найбільшою мірою на розвиток ринку впливають такі фактори як грошові доходи населення, ціни на товари й послуги, виробництво товарів та послуг;

- характерними територіальними межами сфери впливу ринку є місто, область, район;
- переважаючим типом економічних зв'язків є міжрегіональні й міжнародні зв'язки;
- елементами ринкової інфраструктури є оптово-роздрібні об'єднання, торгово-закупівельні фірми, торгові дома, виставки, ярмарки та ін.;
- основні форми й методи державного регулювання – цінові (ціни на соціально значимі товари).

Для оцінки стану регіонального споживчого ринку використовуються регіональні пропорції відтворення, що відображають рівень відповідності між різними елементами локальних відтворювальних циклів (продовольчих і непродовольчих товарів, споживчих послуг). Наближення до стійкої рівноваги на регіональному споживчому ринку стає можливим, якщо досягається збалансованість між платоспроможним попитом населення й пропозицією товарів та послуг, між оборотом грошових і товарних ресурсів, між обсягом товарообігу й товарних запасів тощо.

При всьому різноманітті факторів, що впливають на регіональний споживчий ринок, істотна роль належить соціально-демографічним і географічним зрушенням у структурі населення; змінам споживчих переваг; змінам у рівні і структурі цін та їхньому прагненню до цін індустріально розвинених країн світу; формуванню нових сучасних форм торгівельного обслуговування; інтенсивному розвитку рекламної діяльності; переоснащенню матеріально-технічної бази торгівлі й сфери послуг за рахунок нового обладнання, інформаційних технологій, автоматизації управління рухом товарів тощо. Нормальне функціонування регіонального споживчого ринку передбачає дотримання пропорції між зростанням грошових доходів і розвитком сфери обігу, де відбувається реалізація основної маси грошових доходів населення. Порушення цих пропорцій призводить до того, що частина грошових доходів населення, яка не може бути використана для купівлі товарів і оплати послуг, реалізується за межами регіону, а також накопичується у вигляді готівки. Це означає, що гроші вилучаються з обігу й не повертаються в грошово-кредитну систему, не беруть участі в кругообігу товарних і грошових ресурсів регіону.

Основними показниками торгівлі й громадського харчування є: обсяг і структура роздрібного товарообігу; рівень і структура витрат обігу, прибуток і рентабельність; коефіцієнт оборотності коштів.

Роздрібний товарообіг – один з найважливіших показників соціально-економічного розвитку країни в цілому та окремого регіону. Його обсяг відображає в значній мірі рівень життя населення. Під роздрібним товарооборотом розуміється обсяг реалізації товарів та послуг населенню й іншим споживачам у грошовому вираженні. Визначення обсягу роздрібного товарообігу ґрунтується на даних про величину купівельної спроможності населення в розмірі товарних ресурсів. Купівельну спроможність населення визначають на основі балансу грошових доходів і видатків населення, а товарні ресурси – на основі балансів споживчих товарів. Досягнення відповідності між цими двома балансами – головне завдання регулювання роздрібного товарообігу.

При визначенні обсягу роздрібного товарообігу необхідно враховувати продаж товарів населенню через всі канали реалізації: підприємства, речові, змішані й продовольчі ринки.

Роздрібний товарообіг на підприємствах визначається на основі звітних даних про обсяг товарів, реалізованих населенню, а також про обсяг продажу за готівковий і безготівковий розрахунок підприємств і організацій для господарських потреб у порядку дрібного опту. Обсяг продажу товарів на речових, змішаних і продовольчих (крім тих, що реалізують сільськогосподарську продукцію) ринках визначається, виходячи із суми неорганізованого ввозу товарів окремими громадянами за даними офіційної статистики. У розрахунках враховуються динаміка й ефективність цього каналу торгівлі.

Виділяють макроструктуру роздрібного товарообігу (частки в його складі продовольчих і непродовольчих товарів); товарно-групову структуру (відображає частки 90 товарних груп); товарну й асортиментну структуру (відображає частки 500 товарних позицій у роздрібному товарообігу).

В організації торгівлі й громадського харчування першорядне значення надається вивченню попиту.

Під попитом населення розуміють форму прояву потреб. Платоспроможний попит – це частина потреб населення в товарах і послугах, забезпечених грошовим еквівалентом на певний період часу.

Обсяг попиту визначається сумою грошей, що знаходиться у населення й може бути спрямована на купівлю товарів та послуг. Структура попиту – це розділений попит на продовольчі й непродовольчі товари, а також в укрупнених товарних групах або в детальному асортименті. Виділяють такі види попиту, як: реалізований – попит, що супроводжується купівлею товару; незадоволений – попит на товари, які на певний момент відсутні в продажу; той, що формується – попит на товари, які готують до виробництва. У сукупності сума реалізованого й незадоволеного попиту становить дійсний попит [2].

Вивчення попиту здійснюється різними методами. Для вивчення реалізованого попиту населення використовуються як балансовий метод, так і метод безпосередньої реєстрації продажу товарів.

Метод безпосередньої реєстрації продажу товарів полягає в обліку продажу за відривними ярликами, ярликами-вкладишами, товарними чеками, за даними касових апаратів.

Для вивчення незадоволеного попиту використовуються коефіцієнти задоволеного попиту, що показують ступінь його задоволення товарами достатнього попиту.

Формування й розвиток попиту населення на товари й послуги визначають різні фактори: економічні – величина національного доходу, рівень і структура грошових доходів населення, обсяг і склад товарної пропозиції, рівень і співвідношення цін на товари тощо; соціальні – соціальна структура суспільства, розвиток соціальних фондів, культура споживання тощо; демографічні – чисельність населення та його склад, кількість і склад домогосподарств, процеси міграції населення; природно-кліматичні й національно-історичні умови, традиції, звичаї.

Під час аналізу стану роздрібної торгівлі й громадського харчування застосовуються такі специфічні методи як: бюджетні обстеження, сегментування ринку, проведення ярмарків, анкетування потенційних споживачів, побудова кривих попиту й ін.

Щоб оцінити місткість регіонального ринку непродовольчих товарів, необхідно враховувати зрушення в соціально-демографічній структурі населення, диференціацію груп населення за рівнем доходів, зростання питомої ваги населення, яке займається підприємницькою діяльністю, зрушення в структурі виробництва (збільшення питомої ваги споживчих товарів у загальному обсязі виробництва), динаміку зростання грошових доходів населення регіону – підприємницьких доходів, доходів від власності, соціальних виплат, доходів з інших джерел, а також індексацію доходів з врахуванням інфляції.

Таким чином, якщо попит на продовольчі товари більшою мірою формується під впливом фізіологічних потреб у продуктах харчування, то попит на непродовольчі товари в першу чергу залежить від розмірів коштів, які населення може спрямувати на придбання цих товарів. При цьому структура платоспроможного попиту різна для різних регіонів країни й соціально-економічних груп населення й багато в чому визначається характером розміщення виробництва й сфери обігу в регіоні.

Специфіка регіональних ринків послуг зумовлена дією як факторів попиту (грошові доходи, соціально-демографічна структура населення, національно-історичні звички й традиції тощо), так і факторів пропозиції (розвиток підприємств служби побуту, рекреаційного комплексу, транспорту, зв'язку й ін.). Для проведення діагностики стану регіонального ринку послуг насамперед оцінюються потреби населення в тих чи інших послугах, реальна забезпеченість населення послугами, співвідношення грошових доходів і рівня цін на послуги, структура ринку послуг тощо.

Отже, діагностика – це ітераційний процес, який складається з певних етапів. Кожен етап передбачає виконання процедур дослідження у відповідності до

завдань, викладених вище. Більшість науковців пропонують здійснювати діагностику стану регіонального споживчого ринку за наступними етапами:

- підбір показників, що використовуються для аналізу споживчого ринку;
- систематизація і групування показників з метою формування системи індикаторів стану споживчого ринку;
- економіко-математична інтерпретація індикаторів стану споживчого ринку;
- формалізація моделей першого, другого (а за необхідності і третього) порядку;
- обробка статистичних даних з використанням формалізованих на попередньому етапі моделей;
- факторний аналіз зрушень стану споживчого ринку з отриманням кількісних характеристик впливу кожного фактору, що включені до формалізованих моделей;
- розробка заходів і пропозицій щодо усунення негативного впливу виявлених факторів на стан споживчого ринку;
- визначення конкретних інструментів споживчої політики, за допомогою яких може бути досягнуто позитивних зрушень у стані споживчого ринку.

Діагностика будь-якого явища, у тому числі економічного, проводиться здебільшого на основі індикаторів. У даному дослідженні під індикаторами розуміються показники, що мають чіткий логічний зміст, одиницю вимірювання, числове значення і можуть бути достовірно визначені розрахунковим або експериментальним шляхом.

Виходячи з наведеної вище моделі розрахунку інтегрального вектору споживчого ринку, всі індикатори повинні бути згруповані в чотири підсистеми [1]:

- підсистема індикаторів доходів;
- підсистема індикаторів наповнення ринку;
- підсистема індикаторів споживання;
- підсистема індикаторів товарообігу.

Подальше дослідження спрямоване на обґрунтування включення тих чи інших показників до кожної підсистеми індикаторів.

Отже, дослідження методичних основ оцінки функціонування споживчого ринку засвідчило, що на сьогоднішній день відсутня систематизована, комплексна методика оцінювання стану споживчого ринку регіону. Крім того, варто врахувати, що в сучасних умовах фактично відсутня нормативна база з оцінки розвитку регіональних ринків.

Для визначення методів і масштабів державного впливу на розвиток регіонального споживчого ринку насамперед необхідна багатобічна, достовірна оцінка стану ринку споживчих товарів та послуг. Враховуючи зростання ролі споживчого ринку в сучасній ринковій економіці, формування регіональної політики повинне будуватися на основі використання методів комплексної економічної діагностики його розвитку.

Відповідно до виділених вище напрямів аналізу стану споживчого ринку пропонується використовувати наступний набір показників для комплексної оцінки стану споживчого ринку:

- K1* – обсяг виробництва споживчих товарів на душу населення;
- K2* – обсяг продажу на душу населення;
- K3* – обсяг наданих послуг на душу населення;
- K4* – співвідношення обсягу й норми споживання продовольчих товарів;
- K5* – співвідношення частки вітчизняних та імпортованих товарів;
- K6* – співвідношення обсягу й норми споживання непродовольчих товарів;
- K7* – рівень забезпеченості товарами тривалого користування;
- K8* – частка якісних товарів до загального обсягу реалізованої продукції;
- K9* – ступінь задоволеності потреб населення (коефіцієнт асортименту пропонує послуг (товарів));
- K10* – співвідношення обсягу наданих послуг і нормативів з їхнього надання;

K11 – співвідношення між споживанням непродовольчих товарів і продовольчих товарів;

K12 – відношення спожитих послуг до обсягу спожитих товарів;

K13 – співвідношення платоспроможного попиту населення й пропозиції споживчих товарів та послуг;

K14 – пропорції між споживанням і виробництвом споживчих товарів;

K15 – співвідношення між обсягом товарообігу й обсягом товарних запасів.

Для об'єктивної оцінки стану ринку споживчих товарів та послуг в конкретному регіоні доцільно значення показників порівнювати з показниками інших, подібних з ним за спеціалізацією й типом господарства, регіонів, а для оцінки усередині регіону – між окремими районами регіонів України.

Комплексну оцінку розвитку споживчого ринку регіону можна зробити шляхом розрахунку інтегрального відхилення від середніх бальних показників за регіонами України за формулою:

$$KOa = \frac{\sum_{i=1}^n (O_{\epsilon} - Oa)}{n} \quad (2)$$

де *KO a* – комплексна оцінка стану споживчого ринку регіону;

O ε – бальне значення відповідного показника регіону України;

O a – бальне значення відповідного показника муніципального утворення регіону України.

Безумовно, чим ширше буде набір показників, тим точніше й комплексніше буде оцінка стану споживчого ринку.

Запропонована система комплексної оцінки розвитку споживчого ринку може бути однією з базових складових моделі формування регіональної політики.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Формування розвинутого ринку споживчих товарів та послуг неможливе без наукового обґрунтування вибору пріоритетних напрямів розвитку під час визначення цілей і завдань регіональної політики. Такою науковою основою може служити економічна діагностика стану ринку споживчих товарів та послуг. Комплексна економічна діагностика дозволяє виявити й провести аналіз основних факторів, що впливають на розвиток споживчого ринку; оцінити стан споживчого ринку й рівень розвитку його інфраструктури, виявити регіональну специфіку розвитку споживчого ринку; визначити форми й межі державного впливу на споживчий ринок; визначити пріоритетні напрями розвитку; обґрунтувати необхідність будівництва об'єктів сфери торгівлі та послуг.

Дослідження концептуальних основ формування попиту на споживчому ринку забезпечило виявлення вихідних методологічних принципів економічної діагностики, зокрема: системного підходу, динамічного підходу, врахування регіональної специфіки, врахування науково-технічного прогресу в розвитку регіональних ринків.

Список використаної літератури:

1. Кузичкіна Н.І. Методологічні основи діагностики стану споживчого ринку // Харківський торговельно-економічний інститут КНТЕУ.
2. Самуельсон П. Економіка: В 2 т.: Пер. с англ. – М.: Алгон, 1994. – Т. 1. – 333 с.
3. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання: Монографія/ За заг.ред. Л.О. Лігоненко. – К.: Київ.нац.торг.-екон. ун-т, 2007. – С. 10.
4. Уманець Т.В. Поняття суті управлінської категорії "region" та її типи в умовах трансформації структури господарства України // Статистика України. – 2004. – № 4. – С. 83-90.

БІЛОКІНЬ Тарас Григорович – здобувач кафедри менеджменту Черкаського державного технологічного університету

Наукові інтереси:

- особливості регулювання споживчого ринку України;
- оцінка купівельної спроможності громадян України;
- аналіз інфляції в Україні