

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ УКРАЇНИ
ТЕРНОПІЛЬСЬКИЙ ІНСТИТУТ НАРОДНОГО ГОСПОДАРСТВА

На правах рукопису

Проскура Володимир Федорович

**СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ РОЗДРІБНОЇ ТОРГОВОЇ МЕРЕЖІ І ЇЇ ВПЛИВ
НА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ТОРГІВЛІ**

Спеціальність 08. 00. 05. — Економіка, планування,
організація, управління народним господарством
і його галузями

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Тернопіль — 1994



00801472 (M)

AB29.225

Дисертація виконана на кафедрі економіки Львівського торго-
вельно-економічного інституту

Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент
Панасюк Маргарита Василівна

Офіційні опоненти - доктор економічних наук, професор
Андрушик Ів Богдан Миколайович

- кандидат економічних наук, доцент
Хар'ів Петро Степанович

Провідна установа - Полтавський кооперативний Інститут

Захист дисертації відбудеться "9" березня 1994 року о 14³⁰ год.
на засіданні спеціалізованої вченої ради К-12.01.01 по захисту
дисертацій на здобуття наукового ступеня кандидата економічних
наук при Тернопільському інституті народного господарства за
адресою: 282004, м. Тернопіль 4, площа перемоги, 3, аудиторія І2І4

З дисертацією можна ознайомитися в бібліотеці Тернопільсько-
го інституту народного господарства.

Автореферат розіслано "7" лютого 1994 року.

Вчений секретар
спеціалізованої ради,
кандидат економічних наук,
доцент

Задорожний З.В.

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

АКТУАЛЬНІСТЬ ТЕМИ. Економіка України вступила в період переходу від командно-адміністративної системи до ринкових відносин. Здійснення соціально-економічних реформ зробить реальність свободу громадян, створить необхідні умови для їх всебічного розвитку і творчості, значно посилить мотивацію до підвищення продуктивності праці на основі впровадження досягнень науково-технічного прогресу. Соціально орієнтований розвиток продуктивних сил України вклячає значне збільшення обсягу виробництва товарів, розширення їх асортименту та поліпшення якості, що зумовить зростання обсягу товарообороту. Все це докорінно змінить умови розвитку спеціалізації роздрібної торгової мережі. Виникне потреба (відповідно до сегментації ринку) періодично реорганізовувати діючу і планомірно розвивати нову роздрібну торгову мережу, рівень спеціалізації якої повинен бути найсприятливішим для формування в магазинах пропозиції товарів і послуг відповідно до попиту споживачів. В умовах боротьби за покупців підвищуватиметься рівень культури обслуговування в магазинах, без чого неможливо зберегти їх конкурентоспроможність.

Вивченню спеціалізації роздрібної торгової мережі присвячені дисертаційні роботи і праці вчених економістів Вакулова В.А., Гувовської М.І., Сахновського Г.А., Серебрялова С.В., Фоміна А.І. та інших. Але ці дослідження виконані на матеріалах державної торгівлі, яка обслуговує переважно міське населення. Залишилася недослідженою проблема спеціалізації роздрібної торгової мережі споживчої кооперації, яка обслуговує 22 млн. чоловік, що становить 42,7 % населення України, у тому числі 16 млн. сільських і 6 млн. міських жителів, що проживають у районних центрах і сели-

цах міського типу.

Проблема впливу спеціалізації роздрібної торгової мережі на підвищення ефективності торгівлі набуває особливої актуальності в умовах зростання виробництва товарів, сегментації ринку, комерціалізації магазинів та загострення конкурентної боротьби за пскупців. Проте в нашій економічній літературі відсутнє конкретне обґрунтування (на основі аналізу) об'єктивної закономірності спеціалізації в розвитку мережі магазинів споживчої кооператії та механізму впливу на підвищення ефективності торгівлі. Саме тому і виникла необхідність провести дослідження процесу спеціалізації роздрібної торгової мережі споживчої кооператії України.

МЕТА І ЗАВДАННЯ ДОСЛІДЖЕННЯ. Основна мета дисертаційної роботи полягає в тому, щоб комплексно дослідити процес спеціалізації роздрібної торгової мережі, виявити його об'єктивну закономірність та механізм впливу на підвищення ефективності торгівлі і на цій основі розробити методичні підходи до економічного обґрунтування діяльності спеціалізованих магазинів в умовах переходу до ринкових відносин.

Для досягнення мети дослідження поставлені такі завдання:

уточнити теоретичні основи й особливості процесу спеціалізації роздрібної торгової мережі споживчої кооператії та необхідність соціального управління його розвитком в умовах переходу до ринкових відносин;

обґрунтувати показники і технічні прийоми економічного аналізу процесу спеціалізації роздрібної торгової мережі;

вивчити зарубіжний досвід спеціалізації роздрібної торгової мережі і визначити можливості використання його в умовах споживчої кооператії України;

комплексно дослідити розвиток спеціалізації роздрібної торгової мережі в передринковий період (1981 - 1990 рр.);

виявити вплив спеціалізації роздрібної торгової мережі на підвищення ефективності торгівлі;

визначити можливі форми і методи переходу спеціалізованих магазинів до діяльності на конкурентній основі;

обґрунтувати підходи до оптимізації рівня спеціалізації мережі магазинів та виміряти ефективність використання основних засобів, оборотних коштів і витрат на оплату праці;

розробити методи визначення стану спеціалізації мережі магазинів і обґрунтування їх ефективності в умовах переходу до ринкових відносин.

ПРЕДМЕТ І ОБ'ЄКТ ДОСЛІДЖЕННЯ. Предметом дослідження є процес спеціалізації роздрібної торгової мережі та механізм його впливу на підвищення ефективності торгівлі в умовах переходу до ринкових відносин. Об'єктом дослідження обрано мережу магазинів торгових підприємств (об'єднань) споживчої кооперації України

Інформаційною базою дослідження стали здебільшого дані статистичних і бухгалтерських звітів обласних і республіканської (Дніпропетровської) облспоживспілок та окремих райспоживспілок і споживчих товариств України.

МЕТОДИКА ДОСЛІДЖЕННЯ. Методологічною основою дослідження є принципи діалектичної логіки (теорії процесу пізнання), за допомогою яких виявляється дія об'єктивних законів як прояв необхідних, суттєвих внутрішніх відносин між властивостями речей, явищ або тенденціями розвитку. Дослідження процесу спеціалізації мережі магазинів ґрунтується також на теоретичних положеннях соціально орієнтованої ринкової економіки, які стосуються розвитку

товарообороту та використання авансованого капіталу, вкладеного в роздрібну торгівлю, ефективного використання ресурсів у торговому підприємстві (об'єднанні), що передбачає відповідність позиції товарів сегментованому попиту споживачів.

У процесі дослідження застосовувалися способи статистичного групування, порівняння, логічного аналізу і синтезу, економічного моделювання, техніко-економічних розрахунків; використовувалися середні та відносні величини, індексні показники, економіко-математичні прийоми (кореляційний аналіз). У дисертації використано наукові праці українських та зарубіжних вчених з проблем спеціалізації в роздрібній торгівлі, практичний досвід формування механізму переходу до ринкових відносин торгових підприємств (об'єднань) України, країн СНД, Східної Європи та країн з розвинутою ринковою економікою (Англії, США, ФРН, Франції, Японії), а також особисті спостереження автора щодо окремих райспоживспілок і споживчих товариств. Вивчено рішення сесій Верховної Ради України, нормативні документи державних виконавчих органів та Центральної спілки споживчих товариств України з питань переходу до ринкових відносин, розвитку підприємницької діяльності, оренди, інструктивно-методичні матеріали, періодичні видання, в яких висвітлювалися проблеми, що стосуються теми дисертаційної роботи.

НАУКОВА НОВИЗНА РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ полягає в тому, що автор уперше:

обґрунтував соціально-економічні передумови розвитку спеціалізації роздрібної торгової мережі в умовах сегментації ринку;

на основі комплексного аналізу процесу спеціалізації магазинів виявив її об'єктивну законсмірність у розвитку роздрібної торгової мережі;

виявив у кількісних показниках вплив спеціалізації роздрібно-торгової мережі на підвищення ефективності торгівлі;

аргументував підходи до оптимізації рівня спеціалізації мережі магазинів в умовах переходу їх до діяльності на конкурентній основі;

розробив методи визначення об'єкту спеціалізації мережі магазинів і обґрунтування їх ефективності в умовах переходу до ринкових відносин.

ПРАКТИЧНЕ ЗНАЧЕННЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ полягає в тому, що їх використання значно посилює вплив спеціалізації мережі магазинів на підвищення ефективності торгівлі в умовах переходу до ринкових відносин. Обґрунтування спеціалізації мережі магазинів торгових підприємств (об'єднань) сприяє побудові раціональної системи торгового обслуговування населення сільських адміністративних районів в умовах переходу до ринкових відносин і пріоритетного розвитку села.

Значення практичного застосування результатів дослідження зростає в умовах посилення конкурентної боротьби за покупців з боку магазинів державної торгівлі, промислових, сільськогосподарських, збутових, орендних та приватних підприємств.

ВПРОВАДЖЕННЯ ТА АПРОВАЦІЯ РЕЗУЛЬТАТІВ ДОСЛІДЖЕННЯ. Основні положення дисертації обговорені і одержали позитивну оцінку: на науково-практичній конференції "Формування механізму вільної економічної зони в умовах ринкових відносин", 1991 р. - Чернівці; на Всесоюзній науковій конференції "Філософія. Соціальне пізнання. Соціальне управління", 1991 р. - Москва; на науково-практичній конференції "Організація бухгалтерського обліку, аналізу і контролю в умовах переходу до ринкової економіки", 1993 р. - Тер-

нопіль.

Розроблені в дисертації методи визначення рівня спеціалізації мережі магазинів і обґрунтування їх ефективності в умовах переходу до ринкових відносин прийняті для впровадження Закарпатською обласпоживспілкою і Мукачівським об'єднанням орендарів "Едельвейс".

СТРУКТУРА РОБОТИ. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури і додатків. Обсяг текстової частини – 164 сторінки машинописного тексту, ілюстрованого 35-ма таблицями.

У вступі визначено актуальність теми, завдання, мету, предмет, об'єкт, методику дослідження, наукову новизну та практичне значення результатів роботи.

У першому розділі з'ясовані теоретичні основи та особливості процесу спеціалізації магазинів, визначена необхідність соціального управління ним в умовах сегментації ринку, обґрунтовані показники і технічні прийоми економічного аналізу розвитку спеціалізації роздрібною торговою мережі; узагальнено зарубіжний досвід спеціалізації магазинів і виявлені можливості використання його в Україні.

У другому розділі комплексно проаналізовано розвиток спеціалізації роздрібною торговою мережі в передринковий період (1981-1990 рр.), у кількісних показниках виявлено вплив спеціалізації мережі магазинів на підвищення ефективності торгівлі.

У третьому розділі визначені форми і методи переходу магазинів до діяльності на конкурентній основі, обґрунтовані підходи до оптимізації рівня спеціалізації роздрібною торговою мережі і підвищення ефективності використання основних засобів, оборотних

коштів та витрат на оплату праці. Розроблені методи визначення стану спеціалізації мережі магазинів торгових підприємств (об'єднань) і обґрунтування їх ефективності в умовах переходу до ринкових відносин.

У висновках сформульовані результати і пропозиції, які впливають з проведеного дослідження.

2. ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ ДИСЕРТАЦІЇ

Згідно з поставленою метою і завданнями дослідження в дисертаційній роботі розглянуті такі групи проблем:

2.1. Соціально-економічні передумови розвитку спеціалізації магазинів і підвищення її впливу на ефективність торгівлі.

Концепція ринкових відносин передбачає соціальну орієнтованість розвитку економіки, зокрема збільшення обсягу виробництва і розширення асортименту товарів народного споживання та їх продажу населенню. Це значно прискорить сегментацію ринку, що, в свою чергу, викличе необхідність відповідного розвитку роздрібно-торгової мережі, в тому числі реорганізації діючих, будівництво нових магазинів з обґрунтованим рівнем спеціалізації. Вирішення цієї проблеми вимагає наукового обґрунтування пов'язаних з нею питань різної міри складності: з'ясування суті процесу спеціалізації мережі магазинів в умовах швидкої сегментації ринку, визначення показників і технічних прийомів економічного аналізу, узагальнення і використання досвіду спеціалізації магазинів країни з розвинутою ринковою економікою.

Дослідження показало, що основою спеціалізації роздрібно-торгової мережі є розподіл у ній праці за умов сегментації ринку, який складається з покупців (носіїв попиту), що відрізняють-

ся один від одного за різними ознаками. Різними можуть бути потреби, доходи, вік, звички. Кожна з цих ознак може бути основою за відповідних умов для утворення сегменту ринку (попиту). Для задоволення сегментованого попиту споживачів потрібна відповідна пропозиція товарів і послуг з певною технологією обслуговування покупців. За цих умов економічною основою для спеціалізації конкретного магазину (відділу) є обсяг і структура товарообороту як результат відповідності пропозиції товарів попиту споживачів. Від обсягу товарообороту значною мірою залежить величина доходу магазину – основи його конкурентоспроможності. Відповідність обсягу і структури пропозиції товарів попиту споживачів у торговій мережі з оптимальним рівнем спеціалізації є передумовою зростання товарообороту і впливу її (спеціалізації) на підвищення ефективності торгівлі. Особливістю такої ефективності є те, що вона виявляється не тільки економічно – для даного торгового підприємства (об'єднання) у вигляді прибутку, а і соціально – через задоволення потреб населення і тим самим через виникнення умов для відтворення робочої сили як найбільш суттєвого елемента виробничих сил суспільства. Крім того, чим більша повнота і вищий технологічний рівень задоволення попиту споживачів, тим сильнішою є мотивація до підвищення продуктивності праці і високих заробітків, а для власників підприємств – до високих прибутків. Досягнення таких результатів вимагає від кожного суб'єкта активізації творчих підходів до вирішення проблем у конкурентному середовищі. В нашому дослідженні процесу спеціалізації мережі магазинів враховано і те, що він не може розвиватися сампливом навіть за умов ринкових відносин. Процес спеціалізації і переспеціалізації магазинів потребує соціального управління його роз-

витком, тобто приведення дії працівників торгівлі у відповідність з вимогами об'єктивних законів ринкової економіки.

З метою вивчення закономірності розвитку процесу спеціалізації мережі магазинів у дисертаційній роботі обґрунтовано необхідні для цього показники і технічні прийоми економічного аналізу. Відібрані показники аналізу і технічні прийоми забезпечують комплексний підхід у дослідженні розвитку спеціалізації магазинів та механізму впливу її на підвищення ефективності торгівлі. Важливо й те, що цифрові дані для економічного аналізу спеціалізації мережі магазинів містяться переважно в статистичних і бухгалтерських звітах торгових підприємств (об'єднань) споживчої кооперативної України.

Велике значення для обґрунтування соціально-економічних передумов розвитку спеціалізації мережі магазинів має вивчення й узагальнення передового практичного досвіду економічно розвинутих країн. У розвитку спеціалізації мережі магазинів цих країн є багато спільного. Зокрема, спільною для економічно розвинутих країн є проблема доведення продукції до споживача без втрат і з необхідним рівнем економічного ефекту, нижче якого наступає занепад господарської діяльності і повне банкрутство. Спеціалісти розвинутих країн дійшли висновку, що продати товар набагато складніше ніж розробити технологію його виробництва. Причиною для цього є, бо навіть порівняно стабільна промисловість продовольчих товарів щорічно пропонує близько двох тисяч нових видів товарів. У цих умовах виникає потреба організувати нові спеціалізовані магазини, наприклад, магазин "здерев'яної їжі". Отже, розвиток виробництва товарів і попиту населення диктує необхідність спеціалізації і переспеціалізації магазинів.

Дослідження показало, що перехід до ринкових відносин породжує комплекс соціально-економічних передумов розвитку роздрібно-торгової мережі. Виникає об'єктивна необхідність обґрунтування взаємодії складових частин цього комплексу в механізмі впливу спеціалізації мережі магазинів на підвищення ефективності торгівлі. У зв'язку з цим у роботі проведено наукове дослідження об'єктивної закономірності розвитку процесу спеціалізації мережі магазинів, визначено необхідність соціального управління ним, а також вивчено світовий досвід спеціалізації магазинів і можливості використання його в умовах України.

2.2. Розвиток спеціалізації роздрібно-торгової мережі і формування рингового середовища.

В результаті дослідження визначено, що під розвитком спеціалізації мережі магазинів необхідно мати на увазі необоротно спрямовану і закономірну зміну матеріальних та ідеальних (системи знань) об'єктів. Спрямованість розвитку передбачає досягнення певної мети як результату відповідних перетворень. У розвитку спеціалізації роздрібно-торгової мережі це означає зміну кількості магазинів, торгової площі, товарообороту і структури типів магазинів у межах необхідності формування асортименту товарів відповідно до попиту споживачів. Доведено від чого залежить розвиток спеціалізації мережі магазинів, як він змінюється в часі, яким чином кількісні зміни переходять у якісні і як це узгоджується з формуванням ринкового середовища.

У роздрібній торговій мережі споживчої кооперації України з'явилась тенденція переважного розвитку спеціалізованих магазинів для торгівлі окремими групами непродовольчих товарів. Так, за 1981 - 1990 рр. зросли такі показники: кількість магазинів - на 109,5; торгова площа - на 137,0; роздрібний товарооборот - на

210,6 %. Це перевищує темпи зростання неспеціалізованих непродовольчих магазинів. Характерно, що темпи зростання універмагів нижчі порівняно з темпами зростання спеціалізованих непродовольчих магазинів за згаданий період: за кількістю - на 15,0; за торговю площю - на 17,1; за товарооборотом - на 53,1 %. Випереджуваними темпами розвивались й спеціалізовані магазини для торгівлі продовольчими товарами: кількість - на 2,3; роздрібний товарооборот - на 55,6 %. Зростання торгової площі спеціалізованих продовольчих магазинів виявилось нижчим порівняно зі зростанням неспеціалізованих продовольчих магазинів на 1,2 %. Це не послаблює загальної тенденції розвитку спеціалізованих магазинів, оскільки могло статися через переспеціалізацію магазинів за останній рік, що аналізувався.

Поряд зі зростанням кількості магазинів і торгової площі відбулися також структурні зміни в торговій мережі. Частка торгової площі спеціалізованих непродовольчих магазинів за 1981 - 1990 рр. збільшилася на 3,7 (разом з універмагами - на 3,9), а неспеціалізованих магазинів - на 0,7 %. Частка торгової площі спеціалізованих продовольчих магазинів збільшилася на 0,3, а неспеціалізованих продовольчих магазинів - на 2,8 %. У цих показниках частково відбилися недоліки обліку магазинів універсами зі спеціалізованими відділами обліковуються разом з неспеціалізованими продовольчими магазинами. Результати аналізу показують, що структура роздрібної торгової мережі залишилася в основному стабільною і частка торгової площі спеціалізованих магазинів для торгівлі продовольчими і непродовольчими товарами на кінець 1990 р. становить 39,0 %.

Виявлено зміни також і в структурі спеціалізованих непродовольчих

вольчих магазинів: частка торгової площі універмагів зменшилася на 2,6, а частка торгової площі спеціалізованих магазинів для торгівлі окремими групами товарів збільшилася на - 2,6 і становить 75,0, універмагів - 25,0 %. Це свідчить про поглиблення спеціалізації магазинів для торгівлі непродовольчими товарами. З'явилися нові типи спеціалізованих магазинів: "Товари для дому" (частка торгової площі 2,4 %), "Техніка" (частка торгової площі 3,1 %). Крім того з'явилися нові типи спеціалізованих магазинів "Посуд", "Подарунки", які враховуються під час обліку у складі інших магазинів для торгівлі окремими групами непродовольчих товарів (форма 7-торг-роздріб).

Структура спеціалізованих продовольчих магазинів також складна і включає різноманітні типи магазинів, більшість яких враховуються під час обліку як "Інші спеціалізовані магазини для торгівлі окремими групами продовольчих товарів". Зростання частки цієї групи спеціалізованих продовольчих магазинів збільшилося (за торговою площею) на 5,3 і на кінець 1990 р. становить 35,7 %. Частка торгової площі магазинів для торгівлі фруктами, овочами і картоплею збільшилася на 2,5, а магазинів для продажу хліба - зменшилася на 3,7 і на кінець 1990 р. становила 28,8 і 25,0 % відповідно. З наведених даних бачимо, що найбільш зміни відбулися в групі "Інші спеціалізовані магазини для торгівлі окремими групами продовольчих товарів", тобто саме в мережі магазинів найбільш глибоко спеціалізованих. Ідеться тільки про спеціалізацію, а не про конкретні типи магазинів, які можуть змінитися під впливом сегментації ринку та впровадження досягнень науково-технічного прогресу.

Суттєвою якісною зміною в розвитку спеціалізації мережі ма-

газинів є концентрація, тобто збільшення торгової площі одного магазину. За період 1981 - 1990 рр. середній розмір торгової площі одного спеціалізованого непродовольчого магазину (разом з універмагами) зріс на 121,5, спеціалізованих магазинів по торгівлі окремими групами продовольчих товарів - на 112,0 %. Такі якісні зміни в розвитку мережі спеціалізованих магазинів значно покращують умови для формування широкого асортименту товарів відповідно до попиту споживачів, а це сприяє зростанню товарообороту.

З концентрацією спеціалізованих магазинів тісно пов'язана їх потужність (пропускна спроможність). У дисертації обґрунтовано показник потужності магазину - товарооборот на 1 м² торгової площі за одиницю часу. За 1981 - 1990 рр. потужність спеціалізованих непродовольчих магазинів (разом з універмагами) зросла на 142,0, а спеціалізованих продовольчих магазинів - на 159,2 %. Темпи зростання потужності спеціалізованих магазинів випереджають темпи зростання торгової площі: магазинів непродовольчих товарів - на 20,5, магазинів продовольчих товарів - на 47,2 %. Останнє свідчить про те, що потужність мережі спеціалізованих магазинів розвивається значною мірою завдяки інтенсивним факторам, у тому числі і процесові спеціалізації. В дисертації це питання розглядається на основі економічних розрахунків.

2.3. Вплив спеціалізації роздрібною торговою мережі на підвищення ефективності торгівлі.

Вирішення проблеми підвищення ефективності торгівлі тісно пов'язане з дослідженням процесу спеціалізації мережі магазинів. Тому в дисертаційній роботі відповідно до мети дослідження обґрунтовані показники економічного аналізу і з них виділено найсуттєвіший як критерій визначення впливу спеціалізації магазинів

на підвищення ефективності торгівлі. Таким критерієм є зростання роздрібного товарообороту залежно від рівня спеціалізації мережі магазинів. Саме роздрібний товарооборот увібрав у себе результати функціонування мережі магазинів і її найбільш суттєвого щодо нього елемента – торгової площі, на якій здійснюється купівля-продаж товарів. Роздрібний товарооборот – це продукт взаємодії засобів праці (торгової площі, обладнання), предмета праці (товарів, покупців – носіїв попиту), робочої сили (працівників торгівлі) і динамічно відображає в собі ступінь досягнення мети – повного задоволення попиту споживачів. У цьому трудовому процесі функціонування всіх його елементів взаємопов'язане і впливає на кінцевий продукт – обсяг і структуру роздрібного товарообороту. Спеціалізація мережі магазинів створює для процесу купівлі-продажу товарів умови певної міри оптимальності через пропозицію товарів у магазинах відповідно до сегментованого попиту споживачів. Аналіз, проведений нами, показав тісний зв'язок між показниками і критерієм визначення впливу спеціалізації магазинів на підвищення ефективності торгівлі. Зокрема, чим вища оснащеність працівників торгівлі засобами праці (торговою площею), тим більша за обсягом і широтою асортименту пропозиція товарів, яка за відповідності їх попитові споживачів прискорює розвиток товарообороту. В результаті цього створюються умови для зниження рівня витрат на оплату праці, прискорення оборотності товарів та зменшення витрат на сплату процентів за кредит. Але це є можливим тільки за збільшення обсягу і прискорення товарообороту, тобто за більш повного і своєчасного задоволення попиту споживачів. Останнє є виявом підвищення не тільки економічної, а й соціальної ефективності торгівлі.

У процесі дослідження виявлено, що рівень витрат на оплату праці продавців нижчий в об'єднаннях з вищим рівнем спеціалізації мережі магазинів. Так, рівень витрат на оплату праці продавців у групах об'єднань порівняно з першою групою (з найнижчим рівнем спеціалізації) за 1990 р. становить: 1,97; 1,89; 1,87 %. На ці показники вплинуло прискорення темпів зростання товарообороту залежно від рівня спеціалізації мережі магазинів. За нашими розрахунками економія витрат на оплату праці в розмірі 0,08 % до товарообороту в об'єднаннях другої групи (за рівнем спеціалізації мережі магазинів), у розмірі 0,02 % до товарообороту в об'єднаннях третьої групи становить 8,7 млн. крб.

Зростання товарообороту сприяє концентрації торгової площі спеціалізованих магазинів, а це, в свою чергу, впливає на підвищення ефективності її використання. Важливо, що зростання товарообороту на 1 м² торгової площі випереджає зростання середнього розміру торгової площі одного спеціалізованого магазину. Так, у мережі спеціалізованих непродовольчих магазинів темпи приросту товарообороту на 1 м² торгової площі перевищують темпи приросту середнього розміру торгової площі одного магазину на 30,1, а в мережі неспеціалізованих непродовольчих магазинів - на 20,5 %. У мережі спеціалізованих продовольчих магазинів темпи приросту товарообороту на 1 м² торгової площі перевищують темпи приросту середнього розміру торгової площі одного магазину на 47,2, а в мережі неспеціалізованих продовольчих магазинів - на 6,2 %. Це свідчить про інтенсифікацію купівлі-продажу товарів переважно у спеціалізованих магазинах з більшою торговою площею, розмір якої повинен бути оптимальним залежно від конкретних умов.

Аналіз показав, що чим вищий рівень (у межах оптимального) спеціалізації мережі магазинів, тим швидше обертаються товари. Залежно від рівня спеціалізації мережі магазинів у групах обспоживспілок (а ознакою рівня спеціалізації мережі магазинів) оборотність товарів за 1990 р. у днях до товарообороту становить: 67,2; 66,7; 64,0; 62,6. Прискорення оборотності ^{товарів} на 0,5 дні (у другій групі обспоживспілок) вивільняє з обігу 16,7 млн.крб., у третій групі обспоживспілок - 62,8 млн.крб.,

. Цим досягається зниження витрат на оплату процентів за користування кредитом.

Оскільки на зростання товарообороту впливають різні фактори, то в дисертації визначено (через коефіцієнт кореляції) ступінь впливу на нього саме спеціалізації мережі магазинів. Коефіцієнт кореляції, розрахований за 1990 р. в обспоживспілках України, становить 0,59. Така тіснота зв'язку вважається помітною, тобто більшою, ніж помірною і меншою, ніж високою. Це є доказом обґрунтованості зроблених у дисертації розрахунків показників впливу (через зростання товарообороту) спеціалізації мережі магазинів на підвищення ефективності торгівлі.

2.4. Оптимізація спеціалізації роздрібною торговою мережею і підвищення ефективності використання основних засобів, оборотних коштів та витрат на оплату праці.

Вирішення проблеми оптимізації спеціалізації роздрібною торговою мережею і підвищення ефективності використання авансованого капіталу тісно пов'язане з необхідністю переходу магазинів до діяльності на конкурентній основі. Завдання дослідження полягало в тому, щоб виявити залежність розміру прибутку в роздрібній торгівлі від рівня спеціалізації мережі магазинів і ви-

користання основних елементів авансованого капіталу. Аналіз показав, що балансовий прибуток у торгівлі в групах об'єднаних спілок (за ознакою рівня спеціалізації мережі магазинів) на 1 м² торгової площі за 1990 р. порівняно з групами об'єднаних спілок, які мають найнижчий рівень спеціалізації становить: 121,8; 148,5 %.

Але торгова площа – це тільки речова частина основних засобів роздрібної торгівлі. Тому таким же способом виявлена залежність розмірів балансового прибутку в торгівлі на 1 крб. основних засобів від рівня спеціалізації мережі магазинів у різних групах об'єднаних спілок. Відношення прибутку в торгівлі на 1 крб. основних засобів у групах об'єднаних спілок з вищим рівнем спеціалізації до групи об'єднаних спілок з найнижчим рівнем спеціалізації за 1990 р. становить: 116,5; 128,9 %. Чим вищий рівень спеціалізації мережі магазинів, тим вищий і рівень рентабельності використання основних засобів у роздрібній торгівлі.

На основі аналізу виявлено, що відношення розмірів балансового прибутку на 1 крб. оборотних коштів у групах об'єднаних спілок з вищим рівнем спеціалізації до групи об'єднаних спілок з найнижчим рівнем спеціалізації за 1990 р. становить: 116,4; 123,6 %. Таким чином, рівень спеціалізації мережі магазинів впливає на підвищення рівня рентабельності використання оборотних коштів. Ця залежність підтверджується й прискоренням оборотності товарів в об'єднаних спілках з вищим рівнем спеціалізації мережі магазинів, про що було сказано вище.

Методичні підходи до оптимізації спеціалізації мережі магазинів обґрунтовуються за допомогою списової моделі основних економічних елементів, які взаємодіють між собою, функціонування

роздрібної торгівлі за окремими типами торгових центрів сільського адміністративного району (райцентр, кушований центр, рядове село). До основних економічних елементів, які взаємодіють, функціонування мережі магазинів належать: обсяг сегментованого попиту споживачів, пропозиція товарів і послуг, валовий дохід, основні засоби й оборотні кошти, витрати обігу, прибуток, рівень спеціалізації роздрібної торгової мережі. Побудова моделі ґрунтується на тому, що відхилення (під впливом несуттєвих факторів) у протилежні від закономірності сторони кількісних значень економічних показників функціонування мережі магазинів в межах окремої сукупності (облспоживспілки, райспоживспілки, споживчого товариства) завдяки дії закону великих чисел взаємно погашаються. Тому залежність основних економічних параметрів торгового підприємства (об'єднання) від рівня спеціалізації мережі магазинів досить чітко виявляється і використана нами для обґрунтування підходів до оптимізації спеціалізації мережі магазинів на прикладі споживчого товариства. В дисертаційній роботі наведені відповідні техніко-економічні розрахунки і дано пояснення їх практичного використання.

2.5. Методи визначення стану спеціалізації мережі магазинів і обґрунтування їх ефективності в умовах переходу до ринкових відносин.

В результаті проведеного нами дослідження пропонується торговим підприємствам (об'єднанням) послідовне здійснення:

підготовки вихідних даних для аналізу стану і ефективності спеціалізації роздрібної торгової мережі;

визначення стану спеціалізації мережі магазинів (рівня спеціалізації, типового складу магазинів) і відповідності їх вимо-

гам конкурентного середовища;

обґрунтування оптимального рівня спеціалізації мережі магазинів для їх діяльності на конкурентній основі.

Розробка методів включає перелік вихідних даних торгових підприємств (об'єднань) та району, який вони обслуговують, форм статистичних і бухгалтерських звітів, а також зразки робочих таблиць і пояснення щодо їх використання.

У процесі практичного використання методики в неї можуть бути внесені зміни та доповнення залежно від конкретних умов і завдань, які вирішуються нашими підприємствами та організаціями торгівлі.

3. ПЕРЕЛІК ДРУКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЙНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ

Основні положення дисертації викладено в таких наукових працях:

1. На конкурентной основе // Советская торговля - 1990. 18 апреля. - 0,06 друк. арк.
2. Пусть жизнь рассудит // Советская торговля - 1991. № 7. С. 43 - 0,08 друк. арк.
3. О формировании механизма рыночных отношений в торговле свободной экономической зоны // Формирование механизма свободной экономической зоны в условиях рыночных отношений (Тезисы межрегиональной научно-практической конференции). - Часть 2. - Черновцы. - 1991. - С. 5 - 8. - 0,09 друк. арк.
4. Социальное управление и специализация розничной торговой сети потребительской кооперации // Философия. Социальное познание. Социальное управление (Тезисы Всесоюзной научной конференции). -

Часть 2. - Москва. - 1991. - С. 47 - 48. - 0,09 друк. арк.

5. Необхідність аналізу спеціалізації роздрібної торгової мережі і її ефективності в умовах ринкової економіки // Організація бухгалтерського обліку, аналізу і контролю в умовах переходу до ринкової економіки. (Тези доповідей науково-практичної конференції). - Тернопіль. - 1993. С. 18 - 20. - 0,12 друк. арк.

6. Основні показники і методи аналізу спеціалізації мережі магазинів та обґрунтування їх ефективності в умовах переходу до ринкових відносин // Організація бухгалтерського обліку і контролю в умовах переходу до ринкової економіки. (Тези доповідей науково-практичної конференції). - Тернопіль. - 1993. С. 28 - 29. - 0,09 друк. арк.

Підписано до друку 03. 02. 1994 р. Формат 60x84/16
Зам 133. Тираж 110.

Друкарня ВО „Оріон“, м. Тернопіль, вул. 15 Квітня, 6

AB 29.225

AB 29.225