

Авторські дослідження маркетингової діяльності вітчизняних суб'єктів господарювання у сфері реклами виявили найтипівші проблеми для українських реалій: нечітко визначена стратегія позиціонування рекламних агентств; недостатня підтримка з боку керівництва агентств необхідності створення відділів маркетингу; утруднення взаємодії відділів маркетингу з іншими відділами, що працюють з клієнтами; відсутність цілеспрямованої програми в управлінні маркетингом, що проявляється у розпорощенні маркетингових функцій між персоналом різних структурних підрозділів підприємства рекламної галузі; недосконала мотивація фахівців з метою здійснення ефективного маркетингу агентств; наявність аргументованих взаємних претензій рекламних агентств та їх клієнтів; недостатні за насиченістю і змістом маркетингові комунікації та системи “зворотного” зв'язку з клієнтами рекламного агентства; недостатній рівень комунікацій з клієнтами агентств; відсутність довгострокової маркетингової політики створення нових, розвитку й удосконалення існуючих рекламних продуктів. Ці проблеми в управлінні маркетингом підприємств рекламної галузі та їх способи ліквідації досліджуватимемо надалі.

1. Гембл П. *Маркетинг взаимоотношений с потребителями* / П. Гембл, М. Стоун, Н. Вудкок ; пер. с англ. – М.: Фаир-Пресс, 2002. – 512 с. 2. Гордон Я. *Маркетинг партнерских отношений* / Я. Гордон ; пер. с англ. – СПб.: Путер, 2001. – 384 с. 3. Котлер Ф. *Маркетинг менеджмент* / Ф. Котлер; пер. с англ. – СПб.: Путер, 2002. – 752 с. 4. Story L. *Ads Made, No Agency Required* / Louise Story // *New York Times. (Late Edition (East Coast))*. – 2007. – Feb 8. – p. 1.

УДК 339.37

О.М. Михайленко

Вищий навчальний заклад Укоопспілки
“Полтавський університет економіки і торгівлі”

ВИКОРИСТАННЯ РЕЙТИНГОВИХ СИСТЕМ ДЛЯ ДІАГНОСТИКИ СТАНУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

© Михайленко О.М., 2010

Виткано рейтингове оцінювання регіонів України за станом розвитку роздрібною торгівлі, визначені позитивні і негативні аспекти методів рейтингового оцінювання. Здійснено розподіл регіонів України за рівнем розвитку роздрібною торгівлі, виявлено лідерів та аутсайдерів. Визначено зміни щодо позиціонування регіонів України за рівнем розвитку роздрібною торгівлі під час трансформаційних перетворень. Запропоновано використання рейтингових систем для формування регіональних програм розвитку роздрібною торгівлі.

Ключові слова: роздрібна торгівля, розвиток роздрібною торгівлі, рейтинг, метод визначення рейтингів.

Suggests the methodical tool of complex estimation of development of the retail trading of regions, offers possibility of the use of the ratings systems for forming regional strategy of development of the retail trading.

Keywords: retail trade, retail development, rating, method of ranking.

Постановка проблеми. Розвиток роздрібною торгівлі відбувається під впливом багатьох об'єктивних і суб'єктивних чинників загальноекономічного характеру, які зумовлені трансформаційними процесами, що відбуваються в Україні і в світі загалом. Кризові явища призвели до зменшення обсягів діяльності підприємств роздрібною торгівлі, скорочення матеріально-технічної бази, деформації розміщення роздрібною торговельної мережі на території міських поселень та сільській місцевості, отже, сприяли виникненню істотних диспропорцій у розвитку роздрібною торгівлі на регіональному рівні та ускладнили проблему адаптації потенціалу торговельних систем до потреб регіонального ринку.

Вагомий внесок у розробку теоретичних і прикладних проблем розвитку роздрібною торгівлі та її впливу на розвиток регіональної економіки у трансформаційний період зробили українські та зарубіжні вчені: А. Андрющенко, Я. Антонюк, В. Апопій, Л. Балабанова, Н. Власова, Н. Голошубова, Я. Гончарук,

Л. Лігоненко, А. Мазаракі, Л. Омелянович, Н. Ушакова, М. Чехунов, Ю. Аванесов, Л. Брагін, Т. Данько, В. Радаєв та інші. Водночас не всі аспекти цієї складної та багатогранної проблеми з'ясовані та досліджені. Подальшого вивчення потребують питання комплексної оцінки розвитку роздрібно́ї торгівлі на регіональному та загальнонаціональному рівнях, використання сучасних інструментів аналізу та формування стратегії розвитку в перспективі.

Дослідження стану розвитку регіонів за окремими ознаками та відповідне їх рейтингування є надзвичайно поширеними як в науковій літературі, так і в практиці регіонального управління. Зокрема, питанням використання рейтингових систем як сучасного інструменту вивчення і аналізу різних систем присвячені роботи Н. Внукової [1], А. Єріної, С. Ващаєва [2] та інших.

Аналіз останніх досліджень. Для формування стратегії розвитку роздрібно́ї торгівлі важливе значення має діагностика її стану на регіональному рівні. Складність полягає у необхідності використання в дослідженні значної кількості показників. Для виконання подібних завдань в світовій практиці використовуються рейтингові системи.

Отже, використання рейтингового принципу сприятиме удосконаленню управління сферою роздрібно́ї торгівлі через оцінку її стану на регіональному рівні та забезпечить прийняття виважених рішень щодо її розвитку.

Виклад основного матеріалу. Для розрахунків рейтингової оцінки регіонів України за станом розвитку роздрібно́ї торгівлі були обрані такі показники: роздрібний товарооборот на 1 особу, роздрібний товарооборот продовольчих товарів на 1 особу, роздрібний товарооборот непродовольчих товарів на 1 особу, щільність розміщення об'єктів роздрібно́ї торгівлі відносно населення, щільність розміщення магазинів відносно населення, щільність розміщення об'єктів роздрібно́ї торгівлі відносно території, щільність розміщення магазинів відносно території, забезпеченість населення торговою площею, забезпеченість населення торговою площею по продовольчих товарах, забезпеченість населення торговою площею по непродовольчих товарах, середній розмір магазину, розмір роздрібного товарообороту на 1 кв. м. торгової площі, середній радіус дії магазину, ступінь розповсюдження прогресивних методів продажу товарів.

Для доведення об'єктивності в дослідженні використані декілька методів визначення рейтингів: метод суми місць, метод відстані від еталону, метод відхилення від середньої. Крім того, нами адаптований та використаний для означеного дослідження комплексний метод, який застосовується в методиці комплексної оцінки результатів соціально-економічного розвитку регіонів України [3].

Метод суми місць передбачає присвоєння відповідному регіону місця (рангу) за кожним показником за принципом: найкраще значення – перше місце. За означеним методом найкращим визнається регіон, який має найменший комплексний ранговий показник (табл. 1).

Перевагою цього методу є простота його використання. Але цей метод є найменш точним, оскільки передбачає штучну стандартизацію за зайнятим місцем, де не враховується міра відхилення показників, які характеризують регіони, що порівнюються, а це призводить до спотворення реального стану справ. Так, розбіжність між кожною парою регіонів в рейтинговому ряді розподілу є постійною величиною, яка дорівнює одному балу, в той час, коли насправді розбіжності між показниками можуть бути значними (Київська та Дніпропетровська області, Донецька та Полтавська області, Тернопільська та Сумська області) або, навпаки, суто номінальними (Рівненська та Черкаська області, Миколаївська, Херсонська, Волинська та Чернівецька області, Вінницька та Чернігівська області).

Позбутися цього недоліку дозволяє використання інших методів, які враховують не тільки розташування регіонів за кожним з показників, а й ступінь відхилення значень показників від визначеної бази порівняння.

Використання методу відхилення від середньої передбачає стандартизацію вихідних показників у відношенні до середнього значення. У регіональному аналізі найбільш ефективним є порівняння значень показника по кожному з регіонів з середнім значенням по країні. За цим методом найкращим визнається регіон, рейтингова оцінка якого найвища. Використання методу відхилення від середньої дає можливість проаналізувати стан розвитку регіонів за обраними показниками по відношенню до загальнодержавного рівня. Якщо рейтингова оцінка регіону більше 1, рівень розвитку явища в ньому вищий за середній по країні, якщо менше 1 – нижчий (табл. 1).

Визначення рейтингів за методом відхилення від середньої виявило, що у 2009 р. вище за середній рівень розвитку роздрібно́ї торгівлі мають 7 регіонів або 32 % досліджуваної сукупності: Київська (включаючи м. Київ), Дніпропетровська, Львівська, Донецька, Одеська, Харківська області та АР Крим.

Рейтинги регіонів України за розвитком роздрібної торгівлі у 2009 р. (розраховано за [5])

Регіони	Метод суми місць		Метод відхилення від середньої		Метод відстані від еталону		Комплексний метод	
	Рейтингова оцінка	Ранг	Рейтингова оцінка	Ранг	Рейтингова оцінка	Ранг	Рейтингова оцінка	Ранг
АР Крим (включаючи м. Севастополь)	35,327	4	1,024	7	1,572	7	0,39	7
Вінницька	69,498	22	0,787	24	2,097	23	0,228	22
Волинська	59,783	16	0,83	18	1,958	18	0,291	16
Дніпропетровська	30,76	2	1,164	2	1,268	2	0,479	2
Донецька	42,556	8	1,11	4	1,468	5	0,384	8
Житомирська	68,337	21	0,787	23	2,089	22	0,268	19
Закарпатська	50,705	10	0,932	9	1,756	9	0,299	15
Запорізька	40,694	6	0,989	8	1,638	8	0,399	6
Івано-Франківська	65,628	19	0,844	16	1,947	17	0,229	21
Київська (включаючи м. Київ)	14	1	1,714	1	0,293	1	0,855	1
Кіровоградська	63,198	18	0,821	19	2,004	20	0,311	12
Луганська	67,037	20	0,799	20	2,002	19	0,204	24
Львівська	36,579	5	1,142	3	1,438	4	0,447	4
Миколаївська	59,034	14	0,861	12	1,898	12	0,327	11
Одеська	31,145	3	1,1	5	1,403	3	0,474	3
Полтавська	47,739	9	0,92	10	1,786	10	0,365	9
Рівненська	58,412	12	0,859	13	1,925	15	0,307	13
Сумська	79,492	25	0,698	25	2,226	25	0,171	25
Тернопільська	71,833	24	0,798	21	2,053	21	0,224	23
Харківська	41,11	7	1,062	6	1,499	6	0,427	5
Херсонська	59,127	15	0,854	15	1,917	14	0,34	10
Хмельницька	54,955	11	0,855	14	1,904	13	0,288	17
Черкаська	58,72	13	0,832	17	1,939	16	0,272	18
Чернівецька	59,8	17	0,889	11	1,868	11	0,254	20
Чернігівська	69,699	23	0,796	22	2,14	24	0,307	14

Для більш об'єктивної оцінки розвитку роздрібної торгівлі нами проведено рейтингування регіонів України за методом відстані від еталону. Метод відстані від еталону передбачає визначення відхилень від еталону – в нашому випадку – від найкращого значення показника, досягнутого в певному регіоні. За цим методом найкращим вважається регіон з найменшим значенням рейтингової оцінки (табл. 1). Отримані результати свідчать, що найбільше наближена до еталонних значень Київська область (а також м. Київ).

Наведені матеріали дають можливість визначити позиції окремих регіонів в розвитку торговельної галузі, однак не дозволяють дати загальну оцінку. Диференціювати регіони за загальним рівнем розвитку дозволяє застосування комплексного методу. За цим методом найкращим визнається той регіон, у якого рейтингова оцінка має найвище значення (табл. 1).

За проведеними розрахунками перше місце в рейтингу за всіма методиками посідає Київська область, а також м. Київ. Рейтинги більшості областей мають незначні коливання в межах 1–2 позицій, тому з вірогідністю можна визначитися з їх позицією в рейтингу відносно інших регіонів.

Для отримання детальнішої інформації для управління сферою роздрібної торгівлі на регіональному рівні доцільно не тільки розподілити регіони у визначеній послідовності за рейтинговою оцінкою, але й використати її для подальшого аналізу [1]. Отримана рейтингова оцінка дає можливість оцінити рівень розвитку роздрібної торгівлі в регіонах та виявити їх вплив на розвиток торгівлі країни.

Для цього використано результати проведеного рейтингування за комплексним методом, де рейтингова оцінка коливається в межах від 0 до 1. Весь діапазон рейтингової оцінки поділили на 5 інтервалів: лідер (80–100 %), високий вплив (60–80 %), середній вплив (40–60 %), слабкий вплив (20–40 %), аутсайдер (0–20 %) (табл. 2).

Розподіл регіонів України за рівнем розвитку роздрібною торгівлі у 2009 р.

Вплив на загальний стан роздрібною мережі	Інтервал рейтингової оцінки	Кількість регіонів, од.	Частка регіонів в загальній сукупності, %	Регіони	Місце в рейтингу
Лідер	0,8-1	1	4,0	Київська (включаючи м. Київ)	1
Сильний	0,6-0,8	-	-	-	-
Середній	0,4-0,6	4	16,0	Дніпропетровська, Одеська, Львівська, Харківська	2-5
Слабкий	0,2-0,4	19	76,0	Запорізька, АР Крим (включаючи м. Севастополь), Донецька, Полтавська, Херсонська, Миколаївська, Кіровоградська, Рівненська, Чернігівська, Закарпатська, Волинська, Хмельницька, Черкаська, Житомирська, Чернівецька, Івано-Франківська, Вінницька, Тернопільська, Луганська	6-24
Аутсайдер	0-0,2	1	4,0	Сумська	25

Розподіл регіонів асиметричний і тяжіє до зони слабого впливу та аутсайдерів. Проведений розподіл регіонів виявив одного потужного лідера Київську область, а також м. Київ, що пояснюється специфікою розвитку м. Києва як столиці України. Рейтингування не виявило регіонів, які мають сильний вплив на стан розвитку роздрібною торгівлі, натомість найближчі переслідувачі лідера позиціонуються як такі, які мають середній вплив на розвиток роздрібною торгівлі. Переважна більшість регіонів України (76 %) – мають слабкий вплив на розвиток роздрібною торгівлі країни. Дослідження виявило одного аутсайдера – це регіон, який має найменші значення з більшості показників розвитку роздрібною торгівлі. Цей регіон потребує виваженої стратегії розвитку для підсилення власного впливу на розвиток роздрібною торгівлі країни.

Як засвідчує практика, визначення тенденцій розвитку об'єкта та можливості управління його розвитком повинно проводитись систематично, через певні проміжки часу. Деякі дослідники визначають особливості моніторингу як можливості зворотного зв'язку в управлінні, отримання знань про протиріччя та закономірності, виявлення відхилення від запланованого рівня для прийняття управлінських рішень. А тому важливим інструментом управління процесами розвитку, особливо за умов тривалих спостережень, є їх моніторинг [1].

Як показують результати розрахунків, за роки трансформаційних перетворень картина загальних рейтингів зазнала радикальних змін. Визначення рейтингів регіонів України з 1990 по 2009 рр. виявило збільшення аутсайдерів та зростання чисельності регіонів зі слабким впливом на розвиток роздрібною торговельної мережі країни (табл. 3).

Таблиця 3

Розподіл регіонів України за рівнем розвитку роздрібною торгівлі у 1990–2009 рр.

Вплив на загальний стан роздрібною мережі	Інтервал рейтингової оцінки	Роки										
		1990	1995	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Лідер	0,8-1	-	-	-	-	-	-	1	1	1	1	1
Сильний	0,6-0,8	-	1	1	1	2	3	-	-	-	-	-
Середній	0,4-0,6	18	12	6	7	6	5	6	4	6	6	4
Слабкий	0,2-0,4	7	12	17	15	14	16	15	17	15	15	19
Аутсайдер	1-0,2	-	-	1	2	3	2	3	3	3	3	1

Схематично зміна позицій регіонів України за рівнем розвитку роздрібною торгівлі і торговельної мережі у 1990–2009 рр. наведена на рис. 1. Наведені дані свідчать про те, що певні регіони України не змінили власні позиції у розвитку роздрібною торгівлі. Так, і 1990 р. і в 2009 р. Львівська область мала середній вплив на загальний розвиток роздрібною торгівлі країни, а Волинська, Житомирська, Запорізька, Івано-Франківська та Чернівецька – нижче середнього. На одну позицію покращилась оцінка розвитку роздрібною торгівлі у Дніпропетровській, Одеській, Харківській областях. У більшості з досліджуваних регіонів оцінка розвитку роздрібною торгівлі погіршилася, причому Сумська область позиціонується як аутсайдер.

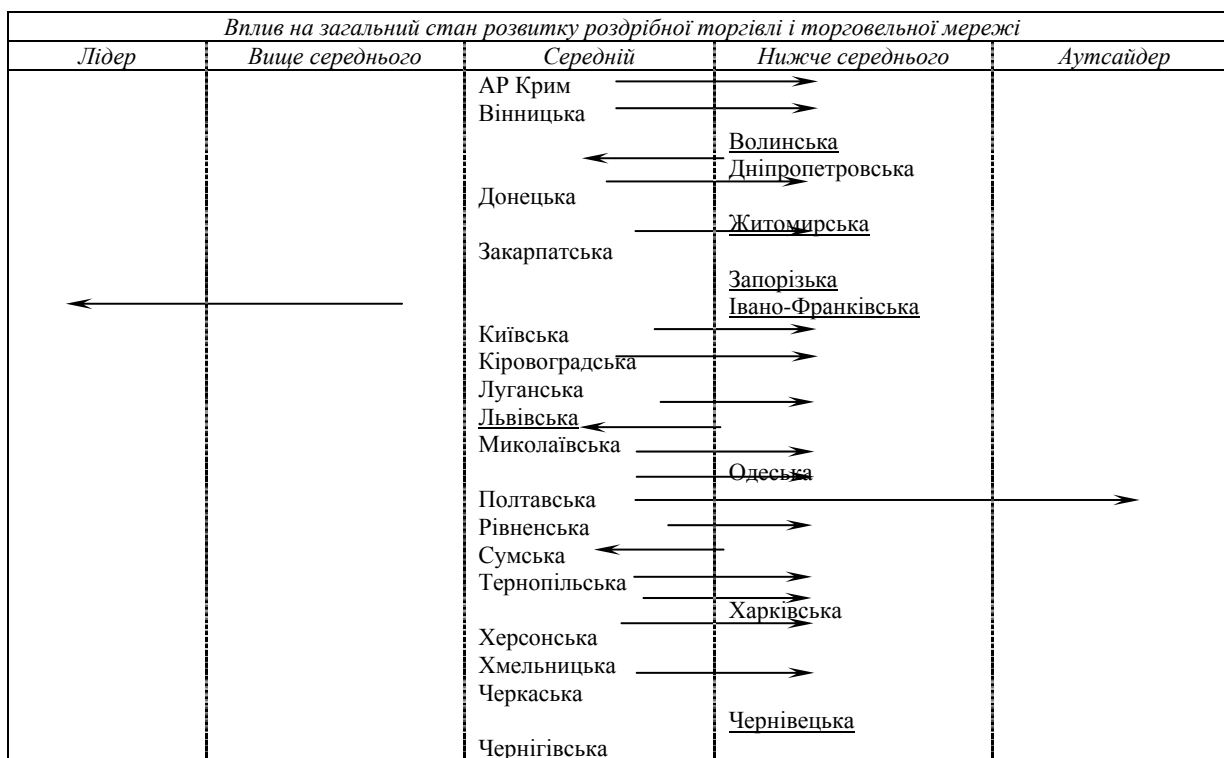


Рис. 1. Зміни у розвитку роздрібно́ї торгівлі регіонів України у 1990–2009 рр.

Зокрема, для регіонів, в яких істотно погіршився стан роздрібно́ї торгівлі, значну увагу потрібно приділити розвитку інфраструктури роздрібно́ї торгівлі для забезпечення формування ефективного конкурентного середовища та запровадженню сучасних стандартів торговельного обслуговування населення.

У цьому напрямку першочерговими завданнями, на наш погляд, мають стати:

- відновлення системи розроблення і затвердження перспективних планів розвитку і розміщення торговельної мережі як складової частини генеральних планів-схем розвитку адміністративних територій;
- здійснення розміщення об'єктів торгівлі з урахуванням нормативів забезпеченості населення торговельною площею в роздрібно́ї мережі в міських поселеннях і сільській місцевості;
- сприяння прискоренню розвитку нових форм роздрібно́ї торгівлі;
- удосконалення функціонування роздрібних ринків з метою їх перетворення на сучасні торговельні центри;
- залучення недержавних та іноземних інвестицій у розвиток сфери торгівлі в сільській місцевості.

1. Внукова Н. М. Рейтингові системи оцінки стану та формування стратегії розвитку малого та середнього бізнесу / Внукова Н.М. // Матеріали першої всеукраїнської міждисциплінарної конференції: [Бар'єри та можливості розвитку малого та середнього бізнесу в Україні]. – К., 2005. – Режим доступу: http://www.management.org.ua/conference/docs/1108381562_SME-04-22.doc. 2. Єріна А. Статистичні аспекти визначення рейтингів / Єріна А., Вацаєв С. // Статистика України. – 2000. – №4. – С. 74–79. 3. Про запровадження комплексної оцінки соціально-економічного розвитку Автономної Республіки Крим, областей, м. Києва та Севастополя. Постанова Кабінету Міністрів України від 20 червня 2007 р. № 833. – Режим доступу: <http://zakon1.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=833-2007-%EF>. 4. Про затвердження Програми розвитку внутрішньої торгівлі на період до 2012 року. Постанова Кабінету Міністрів України від 24 червня 2009 р. № 632. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nreg=632-2009-%EF>. 5. Роздрібна торгівля України у 2009 році. Статистичний збірник / [під загальним керівництвом Піщейка В.О.]. – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 173 с.