

Мардус Н. Ю.
кандидат економічних наук, доцент,
Національний технічний університет
«Харківський політехнічний інститут»

Mardus N. U.
Phd in economics, Associate professor
National Technical University
"Kharkiv Polytechnic Institute"

ФОРМУВАННЯ МЕТОДИЧНОГО АПАРАТУ ДО ОЦІНКИ РОЗВИТКУ ВНУТРІШНЬОГО РИНКУ ТОВАРІВ

Анотація. У статті досліджено питання методологічного забезпечення внутрішнього ринку до оцінки характеру стану і розвитку внутрішнього ринку товарів, який базується на методичних підходах як до оцінки стану внутрішнього ринку, так і до його розвитку. Обґрунтовано розподіл коефіцієнтів зміни окремих показників внутрішнього ринку товарів з урахуванням інформаційної орієнтованості показників, які пропонується розраховувати індексним методом, для чого було обґрунтовано групу коефіцієнтів та визначено метод розрахунку. У результаті сформовано і обґрунтовано розподіл показників оцінки стану внутрішнього ринку з урахуванням їхньої інформаційної різноманітності.

Ключові слова: внутрішній ринок, розвиток, методичний підхід, індикатор, коефіцієнт.

Вступ та постановка проблеми. Оцінка стану і розвитку внутрішнього ринку товарів з метою визначення стратегічних орієнтирів щодо прогнозування його розвитку є важливим і актуальним питанням у період сучасних інтеграційних перетворень. Проте дослідження процесу або явища з метою оцінки їх стану або розвитку потребує створення методологічного апарату, який базується на відповідних методичних підходах.

Таким чином, проблемним питанням є формування методичного апарату до оцінки розвитку внутрішнього ринку з урахування відповідних методичних підходів та методів оцінювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження питання методологічного забезпечення внутрішнього ринку є актуальними і розглядаються постійно у працях багатьох економістів-науковців. Це свідчить про достатність і глибину сучасної наукової думки з питань забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів.

Дослідження праць авторів-науковців щодо методологічного апарату оцінки стану та розвитку внутрішнього ринку показали, що у більшості праць автори ґрунтуються на створенні методологічного підходу, який базується на відповідних методичних підходах щодо видів забезпечення розвитку, зосереджуючи увагу на дослідженні одного або кількох видів забезпечення залежно від того, що є елементом або явищем (об'єктом) дослідження внутрішнього ринку товарів [1]: ресурсне забезпечення (А. Полянська, Б. Погрішук, Г. Погрішук), фінанси (І. Зятковський, О. Гудзь, В. Опарін), інвестиції (О. Гуртов, О. Калашніков, М. Кісіль, М. Коденська, Г. Костромін, Л. Круп'як, І. Круп'як, В. Кошельник, І. Манаєнко, М. Однорог, О. Шилова), інституційно-правова діяльність (Г. Горіна, О. Шмига), маркетингове забезпечення (Т. Боровик, В. Копитко), інфраструктурне забезпечення (О. Шмига, І. Паризький), структурно-інституціональне забезпечення (В. Точилін, Т. Осташко, О. Пустовоїт [2], М. Катран [3], Ю. Уманців [3, 4], В. Лагутін, А. Герасименко [4] та інші).

Проте результати значної кількості наукових досліджень і їх систематизація щодо створення методичного підходу до оцінки і розвитку внутрішнього ринку товарів дають змогу дійти висновку, що значна кількість авторів

під час створення методичного підходу приділяє увагу окремому явищу або елементу внутрішнього ринку, що потребує подальшого дослідження і створення методологічного базису забезпечення розвитку внутрішнього ринку товарів і впровадження відповідних методичних підходів щодо оцінки стану та розвитку внутрішнього ринку товарів [2–12].

Метою статті є формування методичного підходу до оцінки характеру розвитку внутрішнього ринку товарів, який базується на відповідних методичних підходах та методах оцінювання.

Результати дослідження. Оцінка стану та прогнозування розвитку внутрішнього ринку потребує розроблення відповідного методологічного апарату, який базується на методичних підходах як до оцінки стану внутрішнього ринку (є визначення стану внутрішнього ринку товарів, в якому він перебував на певний момент в ретроспективі або на момент оцінювання), так і його розвитку (з метою можливого прогнозування стану внутрішнього ринку товарів).

Метою оцінки внутрішнього ринку товарів є виявлення його характеру. Методичний підхід передбачає здійснення декількох етапів, серед яких – формування із застосуванням методу міжсистемної відповідності системи коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів відповідно до показників оцінки стану. До цього етапу належать коефіцієнти розвитку внутрішнього ринку товарів.

У попередніх дослідженнях встановлено, що розподіл показників оцінки стану внутрішнього ринку з використанням методу систематизації відбувається за блоками:

1-й блок – показники оцінки функціонального характеру, до якого належать:

– показники оцінки об'ємно-цінових параметрів (обсяг оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі, роздрібного товарообороту та обсяг внутрішнього ринку з інфляційним коригуванням);

– показники оцінки рівномірності розподілу товарообороту (коефіцієнти варіації оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі та роздрібного товарообороту за регіонами);

2-й блок – показники оцінки структурного характеру, до яких належать:

– показники оцінки структури за товарними групами (питома вага в оптовому та роздрібному товарообороті непродовольчих товарів);

– показники оцінки структури за суб'єктами (питома вага в оптовому та роздрібному товарообороті товарів вітчизняного виробництва, питома вага в обсязі внутрішнього ринку інвестиційних товарів);

3-й блок – показники оцінки факторно-зумовлюючого характеру, до якого належать:

– показники оцінки розвиненості основної інфраструктури (кількість оптових підприємств, кількість бірж, кількість об'єктів роздрібною торгівлі, кількість та торгова площа магазинів, кількість напівстаціонарних об'єктів торгівлі, кількість ринків, забезпеченість населення об'єктами торгівлі та торговою площею);

– показники оцінки розвиненості обслуговуючої інфраструктури (кількість підприємств за видами економічної діяльності, послугами яких можуть користуватися торговельні підприємства – транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, фінансової та страхової діяльності, інформації та комунікацій, професійної, наукової та технічної діяльності, адміністративного і допоміжного обслуговування, освіти тощо);

– показники оцінки конкурентних умов (питома вага ринків із конкурентною структурою, рівень конкуренції);

– показники оцінки регулятивного впливу держави (оцінка України згідно з рейтингом Doing Business за його складниками, а саме реєстрація підприємств, отримання дозволів на будівництво, підключення до системи електропостачання, реєстрація власності, отримання кредитів, захист міноритарних інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання контрактів, відновлення платоспроможності [13].

Формування на основі сформованої інформаційної бази вихідного масиву даних за показниками оцінки стану внутрішнього ринку товарів здійснюється на основі методу пасивної ідентифікації. Цей етап передбачає визначення нормованих значень показників оцінки стану внутрішнього ринку товарів з використанням методу нормування, а саме показників, що мають як стимулюючий, так і дестимулюючий характер.

За допомогою методу агрегування відбувається зведення нормованих значень показників оцінки та визначення індикаторів стану внутрішнього ринку товарів, після чого відбувається формування шкали інтерпретації значень індикаторів оцінки стану внутрішнього ринку товарів із використанням методу побудови шкали з рівними інтервалами, на основі якого визначається стан внутрішнього ринку товарів (від критичного до досконалого), а також оцінюються зміни в динаміці – розвиток внутрішнього ринку товарів.

У межах першого блоку пропонується визначити такі коефіцієнти зміни:

– коефіцієнти зміни об'ємно-цінових параметрів (коефіцієнти зміни фізичного обсягу оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі, роздрібного товарообороту та обсягу внутрішнього ринку);

– коефіцієнти зміни рівномірності розподілу товарообороту (коефіцієнти співвідношення між коефіцієнтами варіації оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі та роздрібного товарообороту за регіонами у досягнутому та попередньому році).

За другим блоком пропонується визначити:

– коефіцієнти зміни структури за товарними групами (коефіцієнти прогресивності змін структури в оптовому та роздрібному товарообороті за товарними групами);

– коефіцієнт зміни структури за суб'єктами (коефіцієнти прогресивності змін у структурі оптового та роздрібного товарообороту за виробником, коефіцієнт прогресивності змін у структурі обсягів внутрішнього ринку за цілями споживача).

За третім блоком пропонується визначити:

– коефіцієнти зміни розвиненості інфраструктури (коефіцієнти за показниками стану основної та обслуговуючої інфраструктури внутрішнього ринку);

– коефіцієнти зміни конкурентних умов (коефіцієнт зміни питомих ваг ринків із конкурентною структурою, коефіцієнт зміни рівня конкуренції);

– коефіцієнти зміни регулятивного впливу держави (коефіцієнти зміни оцінки України згідно з рейтингом Doing Business за його складниками).

Коефіцієнти зміни за показниками стану внутрішнього ринку товарів пропонується розраховувати індексним методом. При цьому з метою врахування інформаційної орієнтованості показників для показників, що мають стимулюючий характер, коефіцієнт зміни визначається як прямиий індекс, представлений десятковим дробом, що розраховується діленням цього показника в звітному році на його значення в минулому році.

Для показників, що мають дестимулюючий характер, коефіцієнт зміни визначається як зворотний індекс, представлений десятковим дробом, що розраховується діленням цього показника в минулому році на його значення в звітному році.

Розподіл коефіцієнтів зміни за окремими показниками внутрішнього ринку за видом індексу, що використовується для їхнього розрахунку, наведено в таблиці 1.

Зважаючи на те, що всі коефіцієнти розраховані за однаковим принципом та є однорідними, потреби у їхньому нормуванні не виникає.

На основі коефіцієнтів змін шляхом багатокрокового агрегування з використанням середньої геометричної, що найчастіше використовується для зведення коефіцієнтів та індексів, визначаються:

I-й крок: часткові коефіцієнти розвитку внутрішнього ринку, а саме:

– частковий коефіцієнт розвитку за об'ємно-ціновими параметрами ID_{11} ;

– частковий коефіцієнт розвитку за рівномірністю розподілу товарообороту ID_{12} ;

– частковий коефіцієнт розвитку структури за товарними групами ID_{21} ;

– частковий коефіцієнт розвитку структури за суб'єктами ринку ID_{22} ;

– часткові коефіцієнти розвитку за зміною інфраструктури – основної ID_{31} та обслуговуючої ID_{32} ;

– частковий коефіцієнт розвитку за зміною конкурентних умов ID_{33} ;

– частковий коефіцієнт розвитку за зміною регулятивного впливу держави ID_{34} ;

II-й крок – визначення узагальнюючих коефіцієнтів розвитку за блоками оцінки:

– узагальнюючий коефіцієнт розвитку функціонального характеру:

$$ID_1 = \sqrt{ID_{11} \cdot ID_{12}};$$

– узагальнюючий коефіцієнт розвитку структурного характеру:

$$ID_2 = \sqrt{ID_{21} \cdot ID_{22}};$$

– узагальнюючий коефіцієнт розвитку факторно-зумовлюючого характеру:

$$ID_3 = \sqrt[4]{ID_{31} \cdot ID_{32} \cdot ID_{33} \cdot ID_{34}}.$$

III-й крок – визначення інтегрального коефіцієнту розвитку внутрішнього ринку товарів:

Розподіл коефіцієнтів зміни окремих показників внутрішнього ринку

Блок коефіцієнтів	Група коефіцієнтів	Найменування коефіцієнтів	Метод розрахунку
Коефіцієнти розвитку функціонального характеру	коефіцієнти зміни об'ємно-цінових параметрів	коефіцієнти зміни фізичного обсягу оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі, роздрібною товарообороту та обсягу внутрішнього ринку	прямий індекс
	коефіцієнти зміни рівномірності розподілу товарообороту	коефіцієнти співвідношення між коефіцієнтами варіації оптового товарообороту, обороту роздрібною торгівлі та роздрібною товарообороту за регіонами у досягнутому та попередньому році	зворотний індекс
Коефіцієнти розвитку структурного характеру	коефіцієнти зміни структури за товарними групами	коефіцієнти прогресивності змін структури в оптовому та роздрібному товарообороті за товарними групами	прямий індекс
	коефіцієнти зміни структури за суб'єктами	коефіцієнти прогресивності змін у структурі оптового та роздрібною товарообороту за виробником, коефіцієнт прогресивності змін у структурі обсягів внутрішнього ринку за цілями споживача	прямий індекс
Коефіцієнти розвитку факторно-зумовлюючого характеру	коефіцієнти зміни основної інфраструктури	коефіцієнти зміни кількості оптових підприємств, бірж, об'єктів роздрібною торгівлі, кількості та торгової площі магазинів, кількості напівстаціонарних об'єктів торгівлі, ринків, забезпеченості населення об'єктами торгівлі та торговою площею	прямий індекс
	коефіцієнти зміни обслуговуючої інфраструктури	коефіцієнти зміни кількості підприємств за видами економічної діяльності, послугами яких можуть користуватися торговельні підприємства – транспорту, складського господарства, поштової та кур'єрської діяльності, фінансової та страхової діяльності, інформації та комунікацій, професійної, наукової та технічної діяльності, адміністративного і допоміжного обслуговування, освіти	прямий індекс
	коефіцієнти зміни конкурентних умов	коефіцієнти зміни за питомою вагою ринків із конкурентною структурою, рівня конкуренції	прямий індекс
	коефіцієнти зміни регулятивного впливу держави	коефіцієнт зміни за оцінками України згідно з рейтингом Doing Business за його складниками – реєстрація підприємств, отримання дозволів на будівництво, підключення до системи електропостачання, реєстрація власності, отримання кредитів, захист міноритарних інвесторів, оподаткування, міжнародна торгівля, забезпечення виконання контрактів, відновлення платоспроможності	прямий індекс

Джерело: складено автором на основі: [2–13]

$$ID = \sqrt[3]{ID_1 \cdot ID_2 \cdot ID_3}$$

З метою визначення стану внутрішнього ринку товарів запропоновано впровадити шкалу інтерпретації значень коефіцієнтів розвитку внутрішнього ринку товарів.

На основі використання шкали можна інтерпретувати коефіцієнт розвитку внутрішнього ринку товарів як прогресивний чи дегресивний (менше 1 – дегресивний, 1 і більше – прогресивний).

Висновки. Таким чином, на основі дослідження і систематизації методичних підходів і методів оцінювання стану і характеру внутрішнього ринку товарів сформовано методичний підхід до оцінки його розвитку.

У результаті обґрунтовано розподіл показників оцінки стану внутрішнього ринку з урахуванням їхньої інформаційної різноманітності.

Також здійснено розподіл коефіцієнтів зміни окремих показників внутрішнього ринку товарів з урахуванням інформаційної орієнтованості показників, які пропонується розраховувати індексним методом, для чого було обґрунтовано групу коефіцієнтів та визначено метод розрахунку.

На основі коефіцієнтів змін шляхом багатокрокового агрегування пропонується визначати:

– часткові коефіцієнти розвитку внутрішнього ринку, узагальнюючі коефіцієнти розвитку функціонального характеру (1-й блок);

– узагальнюючий коефіцієнт розвитку структурного характеру (2-й блок);

– узагальнюючий коефіцієнт розвитку факторно-зумовлюючого характеру (3-й блок).

На основі агрегованих коефіцієнтів запропоновано визначення інтегрального коефіцієнту розвитку внутрішнього ринку товарів.

Сформований методичний підхід до оцінки розвитку внутрішнього ринку товарів є елементом відповідного методологічного апарату, який поєднує в собі методи оцінювання стану внутрішнього ринку товарів та методи оцінювання розвитку внутрішнього ринку товарів, передбачені відповідними методичними підходами

З використанням сформованого методологічного апарату, розглянутого вище, перспективами подальших досліджень є оцінка стану внутрішнього ринку товарів України за останнє десятиріччя (2008–2017 роки) з метою визначення стратегічних орієнтирів його розвитку.

Список використаних джерел:

1. Мардус Н.Ю. Методологічний базис забезпечення внутрішнього ринку товарів/ Н.Ю. Мардус // Економічний форум, № 2. Луцьк: ЛНТУ, 2018. С. 33–38. URL: http://lutsk-ntu.com.ua/sites/default/files/ekonomichnyi_forum_2.compressed.pdf.
2. Ринки реального сектора економіки України: структурно-інституціональний аналіз / [Точилін В.О., Осташко Т.О., Пустовойт О.В. та ін.]; за ред. д-ра екон. наук, проф. В. О. Точиліна; Ін-т екон. та прогноз. НАН України; К., 2009. 640 с.
3. Уманців Ю.М. Розвиток внутрішнього ринку споживчих товарів в Україні / Ю.М. Уманців, М.В. Катран // Бізнес Інформ. 2017. № 8. С. 271–275.
4. Внутрішній ринок і торгівля України: структурно-інституціональна трансформація: монографія / В.Д. Лагутін, Ю.М. Уманців, А.Г. Герасименко та інш.; за ред. В.Д. Лагутіна. Київ: КНТЕУ, 2015. 432 с.
5. Терлецька В.О. Оцінювання та аналіз факторів впливу на розвиток зовнішньоекономічної діяльності автомобілебудівної галузі України / В.О. Терлецька. Львів: Науковий вісник НЛТУ України. Серія: Економіка, планування та управління в галузях, 24.8. 2014. С. 278–285.
6. Брикova I. Концепція міжнародної конкурентоспроможності національного регіону та її практичний вимір: URL: http://www.kneu.kiev.ua/journal/ukr/article/2006_1_Brykova_ukr.pdf.
7. Ковальська Л. Л., Речун О. Ю. Методичний підхід до оцінки рівня розвитку логістичної системи роздрібно-торгівельної мережі: підприємницький аспект / Л.Л. Ковальська, О.Ю. Речун. // Ефективна економіка № 5, 2017: URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5568>.
8. Ігнатюк А.І. Галузеві ринки: теорія, практика, напрямки регулювання : монографія / А. І. Ігнатюк. К.: ННЦ ІАЕ, 2010. 465 с.
9. Гавура В.О. Організаційно-економічні засади підвищення конкурентоспроможності регіону: дис. ... кандидата екон. наук: 08.00.05 / Гавура В.О. Луцьк, 2012. – 198 с. URL: <http://kntu.net.ua/index.php/ukr/content/download/41990/249339/file/Дисертация.pdf>.
10. Попадинець Н.М. Внутрішній ринок продукції лісової промисловості України: підходи до оцінювання та напрями розвитку / Н.М. Попадинець // Регіональна економіка 2013, № 1. С. 201-210. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2013_1_27.
11. Суханова А.В. Механізми формування конкурентних переваг економіки регіону: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05 / А.В. Суханова; МОНУ, Миколаївський нац. Ун. ім. В.О. Сухомлинського. Миколаїв, 2016. 188 с. URL: <http://ir.nusta.edu.ua/jspui/handle/doc/1520>.
12. Методика розрахунку індикаторів ділових очікувань згідно з вимогами розширеного Спеціального стандарту поширення даних Міжнародного валютного фонду. затверджена наказом Держстату від 30.12.2014 № 411 у редакції наказу Держстату від 07.12.2017 № 319. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/metod_polog/menu/menu/_2_mekon_st.htm.
13. Doing Business оценка бизнес-регулирувания. Наборы ретроспективных данных и данные о трендах. URL: <http://russian.doingbusiness.org/custom-query>.

**ФОРМИРОВАНИЕ МЕТОДИЧЕСКОГО АППАРАТА
К ОЦЕНКЕ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО РЫНКА ТОВАРОВ**

Аннотация. В статье исследованы вопросы методологического обеспечения внутреннего рынка в оценке характера состояния и развития внутреннего рынка товаров, основанного на методических подходах к оценке как состояния внутреннего рынка, так и его развития. Обосновано распределение коэффициентов изменения отдельных показателей внутреннего рынка товаров с учетом информационной ориентированности показателей, для чего была обоснована группа коэффициентов и определены методы расчета. В результате сформировано и обосновано распределение показателей оценки состояния внутреннего рынка с учетом их информационной разнородности.

Ключевые слова: внутренний рынок, развитие, методический подход, индикатор, коэффициент.

**FORMATION OF METHODOLOGICAL APPARATUS
TO ESTIMATING THE DEVELOPMENT OF THE INTERNAL MARKET OF GOODS**

Summary. The article deals with the question of the methodological support of the domestic market for assessing the nature of the state and development of the domestic commodity market, based on methodological approaches to assessing the state of the domestic market and its development. The distribution of coefficients of change of individual indicators of the domestic commodity market with the consideration of information orientation of the indicators is substantiated, for which the group of coefficients was substantiated and the methods of calculation were determined. As a result, the distribution of indicators for assessing the state of the domestic market, taking into account their informational heterogeneity, was formed and substantiated.

Key words: domestic market, development, methodical approach, indicator, coefficient.