

ЧИННИКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

Встановлено чинники, які істотно впливають на розвиток торгівлі, та із застосуванням методу стандартизації показників досліджуваних явищ визначено комплексні показники інвестиційної привабливості торгівлі різних територіально-економічних одиниць, які поділено на групи залежно від ступеня інвестиційної привабливості

Ключові слова

Інвестиції, інвестиційна привабливість, підприємства торгівлі, факторний аналіз, комплексний показник інвестиційної привабливості.

Стратегія економічного зростання та інтеграції України в світовий економічний простір передбачає забезпечення конкурентоспроможного рівня розвитку підприємств всіх галузей економіки, особливо підприємств торгівлі, які найбільш наближені до споживача та забезпечують попит на різноманітні товари та послуги. Реалізація цього завдання можлива за умов формування та створення інвестиційних ринків здійснення принципово нової інвестиційної політики галузей, територій, окремих підприємств.

Сучасний стан торгівлі та роздрібно-торговельної мережі характеризується старінням основних фондів, суттєвим відставанням рівня розвитку від соціально-економічних нормативів споживання товарів та послуг. Незважаючи на певні позитивні зрушення Україна на сьогодні ще не досягла рівня споживання основних видів товарів, фізичні індекси товарообороту не перевищують 50-60 % від рівня 1990 року, на 36 % скоротилась роздрібна торговельна мережа, рівень забезпеченості якою складає 55-60 % від нормативів і в 3-5 разів нижче рівня економічно розвинених країн. Розв'язання складних соціально-економічних проблем підвищення якості торговельного обслуговування населення, формування локальних споживчих ринків, розвиток роздрібно-торговельної мережі можливі за умов суттєвої активізації інвестиційної діяльності

підприємств торгівлі. Особливої уваги потребує вирішення проблем інвестиційної привабливості підприємств торгівлі, дослідження сучасних тенденцій формування локальних споживчих ринків. Інвестиційна привабливість підприємств торгівлі складається не тільки з інвестиційної привабливості самого підприємства, а також із інвестиційної привабливості галузі та території, де дане підприємство розташоване.

Метою статті є визначення чинників соціального, демографічного та економічного характеру, які впливають на розвиток торгівлі та визначення комплексного показника інвестиційної привабливості торгівлі різних територіально-економічних одиниць з поділом на групи залежно від ступеня привабливості.

У нашому дослідженні щодо функціональної, залежної змінної було прийнято роздрібний товарооборот в Україні, як кількісну характеристику обсягу задоволеного попиту. Вибір цього показника ґрунтується на тому, що роздрібний товарообіг являє собою, з одного боку, загальний обсяг задоволеного попиту населення на споживчі товари, а з іншого боку, характеризує рівень розвитку роздрібно-торгівлі. За характером розвитку будь-якої галузі у тому або іншому регіоні країни можуть свідчити різні показники, зокрема обсяг товарообороту. Величина цих

показників обумовлена впливом ряду чинників. При цьому постає завдання щодо визначення сукупності тих чинників, вплив яких на розвиток галузі, а отже, і на інвестиційну привабливість є досить сильним.

Для вирішення поставленого завдання доцільно використати факторний аналіз попиту, який дозволяє оцінити можливості розвитку галузі в цілому під впливом умов господарювання, що змінюються. У теорії аналізу пропонується широкий спектр методів факторного аналізу: аналіз функціональних залежностей і кореляційний аналіз; прямий і зворотний аналіз; одноступеневий і багатоступеневий; статичний і динамічний; ретроспективний і перспективний [1, с. 3]. Якщо між результативним показником і факторами існує

імовірнісний зв'язок, краще застосовувати кореляційно-регресійний аналіз. Він дозволяє встановити вид залежності, тісноту зв'язку і виразити кількісно вплив різних факторів, що взаємодіють, на досліджуваний показник.

З допомогою кореляційного аналізу було встановлено, що найбільш важливими чинниками для розвитку торгової мережі є: 1) валова додана вартість; 2) кількість об'єктів роздрібно торгівлі; 3) торгова площа магазинів; 4) доходи; та 5) кількість населення. Останнє підтверджується тісним зв'язком цих факторів із показниками інвестиційної привабливості розвитку торговельної мережі (табл. 1).

Таблиця 1. Щільність зв'язку між показниками інвестиційної привабливості торгівлі і чинниками впливу на його розвиток

Чинники впливу	Товарооборот (показник інвестиційної привабливості торгівлі)	
	Коефіцієнт кореляції	Характер зв'язку
валова додана вартість	0,98636	дуже високий
кількість об'єктів роздрібно торгівлі	0,97890	дуже високий
торгова площа магазинів	0,98542	дуже високий
Доходи населення	0,98580	дуже високий
кількість населення	0,98156	дуже високий

На базі окресленої вище сукупності чинників пропонуємо визначити комплексний показник інвестиційної привабливості торгівлі у територіальному розрізі. Для цього можна застосувати метод стандартизації показників досліджуваних явищ [2]. При застосуванні цього методу розрахунки проводять за формулами:

$$\Delta x_{ji} = x_{ji} - \bar{x}_j, \quad (1)$$

$$s = \sqrt{\frac{(x_{ji} - \bar{x}_j)^2}{I}} = \sqrt{\frac{\Delta x_{ji}^2}{I}}, \quad (2)$$

$$X_{ji} = \frac{x_{ji}}{s}, \quad (3)$$

$$ППП = \sum_{j=1}^J X_{ji} \quad (4)$$

де: j – індекс фактора; J – кількість факторів; i – індекс регіону; I – кількість регіонів; x_{ji} – величина j -го фактора; $\bar{x}_j$ – середньоарифметичне значення j -го фактора по країні; Δx_{ji} – відхилення значення j -го фактора в розрізі i -го регіону від середнього показника по країні; s – стандартне відхилення змінної (величини фактора); X_{ji} – стандартизована реалізація змінної (j -го фактора) у i -му регіоні; $ППП$ – комплексний показник інвестиційної привабливості галузі у i -му регіоні.

Застосуємо вищезгаданий метод для визначення інвестиційної привабливості торгівлі у різних регіонах України та зведемо кінцеві результати в таблицю 2, при цьому ступінь інвестиційної привабливості визначимо як «високу», «середню» та «низьку».

Згідно з даними таблиці до першої групи з високим ступенем інвестиційної привабливості ввійшли: Донецька, Дніпропетровська, Харківська області та місто Київ. До другої групи з середнім ступенем інвестиційної привабливості ввійшли: Запорізька, Львівська, Одеська, Луганська, Полтавська, Київська, Вінницька області та Автономна Республіка Крим. Решта областей України ввійшли до третьої групи з низьким ступенем інвестиційної привабливості.

У результаті проведеного дослідження встановлено, що найбільш важливими чинниками, які істотно впливають на розвиток торгівлі, є: валова додана вартість; кількість об'єктів роздрібно торгівлі; торгова площа магазинів; доходи; кількість населення. На базі цих чинників із застосуванням методу стандартизації показників досліджуваних явищ визначено комплексні показники інвестиційної привабливості торгівлі різних територіально-економічних одиниць, які поділено на групи в залежності від ступеня інвестиційної привабливості.

Таблиця 2. Рейтинг інвестиційної привабливості торгівлі регіонів України

Регіони України	Метод стандартизації показників		
	Показник ППП, балів	Ранг регіону	Ступінь інвестиційної привабливості торгівлі
АР Крим	9,80	8	середня
Вінницька	8,50	11	середня
Волинська	5,20	23	низька
Дніпропетровська	19,31	3	висока
Донецька	23,39	2	висока
Житомирська	6,54	14	низька
Закарпатська	5,89	18	низька
Запорізька	9,79	9	середня
Івано-Франківська	5,82	19	низька
Київська	8,87	10	середня
Кіровоградська	5,35	22	низька
Луганська	10,41	7	середня
Львівська	14,03	5	середня
Миколаївська	6,01	17	низька
Одеська	13,62	6	середня
Полтавська	8,40	12	середня
Рівненська	5,16	24	низька
Сумська	5,63	20	низька
Тернопільська	4,43	25	низька
Харківська	14,7	4	висока
Херсонська	5,44	21	низька
Хмельницька	6,76	13	низька
Черкаська	6,13	16	низька
Чернівецька	3,74	26	низька
Чернігівська	6,23	15	низька
м. Київ	24,86	1	висока
м. Севастополь	2,40	27	низька

Література

1. Савчук В. П. *Финансовый менеджмент предприятий*. – К.: Издательский дом «Максимум», 2001. – 592 с.
2. П'ятницька Г. Т. *Управління підприємством в епоху глобалізму: Монографія*. – К.: «Логос», 2006 – 568 с.
3. Бланк И. А. *Основы финансового менеджмента: В 2 т.* – К.: Эльга, 1999. – Т.2. – 511 с.
4. Гойко А. Ф. *Методи оцінки ефективності інвестицій*. – К.: ВІРА-Р, 1999. – 320 с.