

от строительства экологически опасных производств, недопущение опасных катастроф, выбросов, сокращение потерь, связанных с внезапными экологическими изменениями, жесткую экологическую экспертизу проектов хозяйственного развития. Приоритет должен быть отдан внедрению новых технологий. Ведь в конечном итоге проще и дешевле изменить технологию, чем установить очистное оборудование[3].

Экологический фактор необходимо учитывать при проведении государственной программы приватизации. Период разгосударствления собственности - исторически идеальное время для регулирования процесса природопользования в Украине. Опыт Запада, в связи с этим, показывает, что 65% расходов на борьбу с загрязнениями обеспечивает частный сектор экономики, государственный сектор тратит примерно 21%, потребители - 16%.

## SUMMARY

*Under conditions of transition to the market economy and formation of different forms of property and methods of management it is necessary to reappears the operating system of environmental protection and using natural resources as a mechanism of ecological regulation in economics.*

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воронцов П.Н. Эффективность использования средств регионального фонда охраны природы // Регион: экономика и социология. - 1995. - N4.
2. The Crucinal Decade: 1990s and the global Environmental Challenge, Jornal of international affairs, v.44, N2, 1991.
3. Бессарабов Г.Д. Об экономических аспектах экологической стратегии России // Экономика, предпринимательство, окружающая среда. - 1994. - N1(3).

## НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ ГОРОДСКИХ ТЕРРИТОРИЙ, ИСПОЛЬЗУЕМЫХ ДЛЯ ТОРГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

*Валенкевич Л.П., канд. экон. наук, ст. преп., Шкулипа Е.А., инж.*

В условиях перехода к рыночным отношениям большой интерес представляет оценка городских территорий, предназначенных для торговой деятельности. В этой связи следует отметить, что на стоимость такого участка в значительной мере оказывают влияние социально-экономические факторы.

При проведении исследований в качестве объектов выступили несколько торговых предприятий г.Сумы, реализующих как продовольственные, так и непродовольственные товары.

Учитывая актуальность поставленных задач, целью исследования являлось определение влияния социально-экономических факторов, воздействующих на объемы продаж торговых фирм.

На основании анализа зарубежного и отечественного опыта маркетинговых исследований были выявлены факторы, воздействующие на объем продаж торговых фирм, из которых можно, на наш взгляд, выделить четыре основных:

- удаленность торгового предприятия от центра города;
- приближенность промышленных центров;

- уровень дохода одного работника на близрасположенных предприятиях и в учреждениях;

- плотность населения прилегающих жилых массивов.

В качестве главной выступает определение наиболее весомых факторов, влияющих на формирование спроса, так как объективно существует корреляционная связь между объемами реализации товаров и услуг и факторами социально-экономической среды, непосредственно воздействующих на территориях, прилегающих к торговому предприятию.

Уровень объемов продаж определялся на основании учета как суммарных показателей (в данном случае по общему объему выручки торгового предприятия) так и удельных показателей объема продаж с единицы торговой площади.

Учет социально-экономических факторов проводился следующим образом.

На основании данных ПЖРЭУ о населенности городских жилых массивов, прилегающих к рассматриваемым торговым предприятиям, определялась плотность проживающих в одной жилой постройке. Данный показатель представляет собой отношение количества проживающих в жилом массиве к числу жилых построек.

Целесообразно для таких факторов, как удаленность от центра города, приближенность крупных промышленных предприятий и учреждений, автотрасс и др. использовать метод экспертных оценок и балльную оценку факторов.

При определении зависимости объема продаж торговых предприятий от плотности населения жилого массива для большей части торговых предприятий объективно существует связь между этими факторами. Так, в магазинах №5 по пр. Шевченко, №12 по ул. Привокзальная, №23 по ул. Краснознаменной, №135 по ул. Чапаева объемы продаж наименьшие и число проживающего населения на этих территориях также невелико. А вот в магазине №45 по ул. Курской, где объем продаж наибольший, там и значение показателя числа проживающего населения на одну постройку наибольшее.

Несоответствие данной зависимости наблюдается при рассмотрении таких торговых предприятий как магазин "Пчелка" в 11 микрорайоне, №132 по ул. Петро-Павловской, №53 по ул. Горького, №105 по ул. Кооперативной. Рассмотрим причины такого несоответствия, в качестве которых выступают прежде всего, субъективность проводимых оценок по численности проживающего населения, невозможность учета в общем расчете факторов, действие которых распространяется только на конкретные торговые предприятия (ассортимент, уровень цен, месторасположение торгового зала).

К примеру, в 11 микрорайоне и наблюдается самая высокая численность населения 388 чел./ дом, однако определяющим фактором столь невысоких объемов продаж магазина "Пчелка" следует считать его месторасположение относительно самого жилого массива. Так, здание магазина расположено не в центре самого массива, а на его окраине, на берегу р. Псел, то есть магазин отдален от центральной в данном районе улицы Космонавтов, вдоль которой проходят троллейбусные и автобусные маршруты.

Что касается магазина №105 по ул. Кооперативной 1, то здесь следует отметить, что жилой массив в данном месте занимает очень незначительную часть, а на основной территории расположены,

промтоварные и продуктовые магазины, Центральный рынок, Главпочтамт, а также центральные остановки городского транспорта. Поэтому увеличение спроса обусловлено не воздействием численности проживающего на данной территории населения, а постоянным наличием большого числа людей на протяжении рабочего дня.

На основании сформированной базы данных, с использованием стандартного пакета программ для обработки статистической информации, были исследованы ряд зависимостей: объем реализации товаров или услуг, как функция следующих показателей: удаленность от центра города, приближенность промышленных узлов и автотрасс, плотность населения на одну жилую постройку, уровень дохода одного работника, работающего на близрасположенном предприятии или учреждении.

На основании проведенных исследований были получены ряд регрессионных уравнений, позволяющих сделать следующие выводы.

Связь между объемами реализации и удаленностью торгового предприятия от центра города не установлена, о чем свидетельствует низкий коэффициент корреляции. Однако существенная связь выявлена при рассмотрении таких факторов воздействия, как приближенность промышленных центров, уровень дохода работников близлежащих предприятий и учреждений, а также плотность населения жилого массива.

Следует отметить, что при изменении уровня доходов одного работника на 1 миллион карбованцев месячный объем продаж торгового предприятия увеличивается более чем на 2.5 миллиарда карбованцев. При увеличении плотности населения на единицу объем продаж изменится в среднем более чем на 13 миллионов.

Если рассмотреть гипотетический случай расположения двух торговых предприятий, расположенных в различных жилых массивах, то при оценке показателя объемов продаж этих предприятий, вследствие воздействия ряда социально-экономических факторов, он может отличаться более чем на порядок.

Все вышеизложенное позволяет утверждать, что торговое предприятие, расположенное вблизи крупных промышленных центров и учреждений и в районах с высокой плотностью населения находится в более выгодном положении и получает дополнительный доход без каких-либо дополнительных затрат.

Такое положение дел необходимо учитывать прежде всего при установлении цены земельного участка или арендной платы за него. Учет социально-экономических факторов позволит в значительной степени выравнивать условия торговой деятельности различных предприятий, оптимизировать размещение торговой сети с учетом интересов покупателей.

## SUMMARY

*Any social and economical factors of marketing in Sumy are described. Most important factors were determining. This research can be used during determining of cost of land.*