

А. А. Теремій,
аспірант, Класичний приватний університет
ORCID ID: 0000-0002-8549-7452

DOI: 10.32702/2306-6806.2022.1.128

ВІДПОВІДНІСТЬ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА КУПІВЕЛЬНОМУ ПОПИТУ НАСЕЛЕННЯ ЯК ЕЛЕМЕНТ СУМЛІННОЇ ДІЛОВОЇ ПРАКТИКИ

A. Terebii,
Postgraduate student, Classic Private University

COMPLIANCE OF THE COMPANY'S PRICING POLICY WITH THE CONSUMER
DEMAND AS AN ELEMENT OF GOOD BUSINESS PRACTICE

У статті визначено, що соціальна політика — це підтримка тих, хто є незахищеним у суспільстві. Підкреслено, що соціальна політика спрямована на покращання здоров'я нації, забезпечення сприятливої атмосфери для зростання потенціалу особистості. Визначено, що соціальна політика реалізується шляхом достатнього рівня купівельного попиту населення. Зазначено необхідність проведення сумлінної ділової практики торгівельними підприємствами.

У ході дослідження розподілено споживачів окремо вибраного торгівельного об'єкту за принципом можливостей щодо придбання товару за встановленою ціною. Для визначення цих груп застосовано метод ABC-аналізу. Формування на груп відбувалось на базі вартісного показника. Для вирішення поданої задачі використано два методи: емпіричний та диференційний. В результаті вирішення задачі зроблено висновок, що торговий майданчик більше орієнтований на середній клас. Водночас покупці з незахищених верств населення також можуть купувати ексклюзивні товари, хоча і не часто, що робить цей торгівельний об'єкт соціально спрямованим, а також типовим у процесі формування соціальної політики в торгівельній сфері країни.

Social policy has several goals, several dimensions. The article states that social policy is the support of those who are vulnerable in society. It is emphasized that social policy is aimed at improving the health of the nation, providing a favorable atmosphere for the growth of individual potential. An analysis of recent research on the social sphere was conducted, which revealed that social policy is a source of equality and fair existence of the population in the state. It is determined that social policy is conditioned by a sufficient level of consumer demand. The necessity of conducting conscientious business practice by trade enterprises is noted.

In the course of the research, the distribution by groups of consumers of a separately selected trade object was carried out according to the principle of possibilities of purchasing goods at a set price. The ABC analysis method was used to denote these groups. It is determined that the ABC analysis method is based on the selection of three subsets A, B, C on the basis of a formal algorithm. The division into groups was based on the cost indicator. Depending on this indicator, all consumers are divided into three groups regarding the possibility of consuming any product from the product group. Thus, the algorithm for introducing the ABC analysis method at a trading company is presented. As a result of using this algorithm, the nomenclature units of goods are redistributed and ranked, on the basis of which groups are then built depending on certain restrictions on one or another group.

To solve this problem, two methods were used: empirical and differential. The difference between these two methods is highlighted. If the first is the selection of groups by percentage, the second solves the problem of division into groups using coefficients. The problem reveals differences between two methods. As a result of

solving the problem, it was concluded that the trading floor is more focused on the middle class. At the same time, buyers from vulnerable groups can also buy exclusive goods, although not often, which makes this trade object socially oriented, as well as a model for social policy in the country's trade sphere.

Ключові слова: соціальна політика, сумлінна ділова практика, незахищені верстви населення, торговий об'єкт, метод ABC-аналізу.

Key words: social policy, honest business practice, vulnerable groups, trade object, ABC analysis method.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Соціальна політика України є складовою стратегії країни у соціальній сфері. Вона спрямована на реалізацію цілей держави по вирішенню питань, що стосуються добробуту та розвитку людини, реалізації заходів, що проводяться економічними одиницями, які безпосередньо торкаються покращання існування населення, втілення в життя соціальних програм [1; 2]. Соціальна політика, що запроваджується українською державою, є необхідним інструментом для врегулювання питань щодо нерівності життя різних верств населення [3; 4]. Тому визначення найбільш незахищеної групи і засобів поліпшення умов її життя є нагальною задачею науковців країни. В зв'язку з високою актуальністю дослідження в статті порушено цю тематику і надано належні рекомендації.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

Питання соціальної політики є нагальними в сучасній Україні. Соціальні послуги в Україні визначаються Законом України "Про соціальні послуги", який постулює основні організаційні та правові засади надання соціальних послуг, спрямованих на профілактику складних життєвих обставин, подолання або мінімізацію їх негативних наслідків [5]. Слід визначити внесок проф. Сазонця І.А. у розбудову соціальних теорій функціонування українського суспільства. Він досліджував проблеми соціального партнерства, корпоративної соціальної відповідальності, сумлінної ділової практики. За його думкою "одним із визначальних факторів сучасної як світової, так і української економічної дійсності став феномен сумлінної ділової практики, який набув реального статусу ключової економічної категорії" [2]. З науково-методичних позицій сумлінної ділової практики ми можемо розглядати питання "справедливого" ціноутворення в торговельних мережах.

У працях [6; 7] авторами вказано, що "соціальна політика є методом державного регулювання ринкової економіки шляхом розподілу і перерозподілу суспільних благ. В умовах ринкових відносин держава змушена здійснювати перерозподіл прибутків від економічної діяльності з метою захисту вразливих верств населення, усунення диференціації доходів у суспільстві, соціальний захист тих громадян, хто внаслідок об'єктивних і суб'єктивних причин не може забезпечити собі гідне існування". Відомий науковець Мних М.В. у своєму дослідженні дає визначення соціальної політики. За його словами, "соціальна політика — підсистема політики держави, спрямована на регулювання соціальних відносин, соціальний розвиток та забезпечення соціальної перспективи" [8].

У праці [9] доведено, що при поєднанні задач удосконалення ринкових відносин із наявністю уваги до соціальних проблем виникають необхідні передумови для економічного зростання, стабільності у становищі робітника упродовж усієї діяльності та при виході на пенсію. Економічний розвиток і підвищення добробуту населення країни є взаємопов'язаними процесами [10].

Це відображається, зокрема, на купівельній спроможності населення, асортименті товарів в магазинах та сумлінній діловій практиці торговельних підприємств у цій сфері.

При аналізі літературних джерел, які досліджують тематику сумлінної ділової практики [11] приходимо до висновку, що в науковій економічній літературі бракує досліджень, що пов'язують діяльність підприємств сфери торгівлі з рівнем матеріального благополуччя населення та його соціальним станом.

МЕТА СТАТТІ

Ціллю статті є аналіз одного з елементів сумлінної ділової практики на торговельному підприємстві на основі відповідності цінової політики та купівельного попиту населення. З метою дослідження цього питання проведено аналіз розподілу товарів торговельного об'єкту на групи в залежності від вартості та визначення впливу такого розподілу на становище громадян різних верств населення.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ

Рівень соціальності суспільства визначається багатьма чинниками. В своєму дослідженні ми пов'язали його з наявністю товарів соціальних груп, вартістю цих товарів, цінами, які пропонуються споживачам в тому чи іншому магазині, торговому центрі, супермаркеті. Споживачі поділяються на тих, хто купує більш якісний товар, і на тих у кого в пріоритеті не якість, а більш низька ціна на товару. В цьому дослідженні ми намагались розбити товари в залежності від груп споживачів на них. Ми ділимо всіх споживачів на такі три групи:

- 1) тих, що купують товари за високою ціною;
- 2) тих, що купують товари за середньою ціною;
- 3) тих, для кого менша ціна набуває найвищого значення.

Для визначення цих груп ми застосували метод ABC-аналізу. Метод ABC-аналізу є, за сутністю, модифікацією правила Парето, чи правила 80/20. Правило Парето говорить: "В середині визначеної групи чи множини окремі малі частини виявляють набагато більшу значимість, ніж це відповідає їх відносній питомій вазі в цій групі" [12]. Стосовно до запасів на складах правило Парето виражається співвідношенням: до 20 % загальної кількості номенклатури відноситься 70 % вартості запасів, що зберігаються.

Метод ABC-аналізу — "спосіб формування і контролю за станом запасів, який полягає у поділі номенклатури N товарно-матеріальних цінностей, що реалізуються, на три нерівнопотужні підмножини А, В, С на основі деякого формального алгоритму" [13]. Згідно з [14] необхідність класифікації позицій запасів на три групи А, В, С була висловлена Н. Ford Dickey, спеціалістом фірми General Electric, у 1951 році. У якості результативних ознак пропонувалось використати обсяги продажів, затрати на зберігання і т. ін. В нашому випадку

Таблиця 1. Дані по номенклатурі магазину "Н"

№ позиції	Найменування продукту	C _i за квартал, тис. грн				C _i за рік, тис. грн
		I	II	III	IV	
1	Виноград	380	475	400	533	1788
2	Груша	220	185	220	123	748
3	Апельсин	315	300	195	270	1080
4	Манго	650	590	600	620	2460
5	Папая	400	335	415	374	1524
6	Яблуко "Чемпіон"	215	141	180	160	696
7	Ананас	650	800	750	920	3120
8	Маракуйя	580	470	595	503	2148
9	Ківі	400	300	200	320	1220
10	Крупа манна	83	85	86	70	324
11	Банан	196	172	143	144	655
12	Рис	71	69	56	47	243
13	Кетчуп «Чумақ»	55	60	48	65	228
14	Мандарини	420	315	431	330	1496
15	Яйця "Квочка"	130	135	150	129	544
16	Іриски	280	270	275	315	1140
17	Милки-Роуд	330	320	300	202	1152
18	Лапша	59	42	58	72	231
19	Масло "Modelam"	150	139	245	246	780
20	Молоко "Яготинське"	120	110	100	186	516
21	Гречка «Ядриця»	72	81	70	97	320
22	Горох колотий	65	71	75	77	288
23	Корм для kota	230	220	220	182	852
24	Крупа вівсяна	70	130	110	158	468
25	Рогалик	348	330	310	320	1308
26	Булка с маком	492	370	440	350	1652
27	Булка с шоколадом	325	337	356	370	1388
28	Хліб пшеничний	18	21	11	10	60
29	Хліб ржаний	35	21	30	18	104
30	Оселедець	90	84	92	72	338
31	Скумбрія	389	458	443	354	1644
32	Лосось	540	538	645	529	2252
33	Горбуша	745	672	769	654	2840
34	Ікра лососева	830	735	831	936	3332
35	Морський коктейль	426	320	432	530	1708
36	Кальмар в олії	444	522	514	492	1972
37	Олія "Олейна"	140	135	150	146	571
38	Ковбаса «Теляча»	330	370	398	375	1473
39	Шинка «Столична»	618	521	622	591	2352
40	Пельмені "Три ведмеді"	240	320	380	256	1196
41	Насіння соняшникове	12	10	23	15	60
42	Сир плавлений "Дружба"	72	68	79	93	312
43	Чай "Ahmad"	249	256	255	252	1012
44	Молоко "Ферма"	200	220	220	292	932
45	Горошок зелений "Своя лінія"	230	240	239	235	944
46	Сьомга "Своя лінія"	782	692	755	773	3002
47	Сік яблучний "Sandora"	182	170	194	166	712
48	Шоколад "Millennium"	466	512	414	394	1786
49	Диски ватні	45	34	32	21	132
50	Засіб антисептичний	90	100	110	72	372
Всього		14479	13871	14666	14459	57475

роздивимось 50 видів продукції, що продається магазином "Н" у м. Дніпрі. Розіб'ємо на групи вартісний показник:

$$C_i = n_i H_i \quad (1),$$

де n_i — кількість одиниць продукції, од.;

H_i — вартість одиниці продукції, грн/од.

Після розрахунку C_i усі позиції номенклатури розташовуються в порядку убавання вартісних показників. Після цього в залежності від вибраного варіанта методу ABC відбувається ділення на групи. Позиції номенклатури, віднесені до групи А — малочисельні, але до них відноситься переважна частина грошових коштів, вкладених у запаси. Це особлива група з точки зору попиту на неї. В основному товари з цієї групи купують люди з великими статками.

До групи В відносяться позиції номенклатури, що займають середнє положення у формуванні запасів

складу. У зрівнянні з позиціями номенклатури А вони вимагають меншої уваги. Попит на цю продукцію формується, в основному, середнім класом.

Група С включає позиції номенклатури, що складають більшу частину запасів: до них відноситься незначна частина фінансових коштів, вкладених в запаси. Як правило, за позиціями групи С не ведеться постійний облік, а перевірка наявності здійснюється періодично (один раз на місяць, квартал, півріччя). Розрахунки оптимальної величини зааказу і періоду зааказу не виконуються. Проте цю групу товарів споживають найбільш незахищені шари населення. Тому цю групу необхідно виділити для аналізу споживчого попиту цих людей.

Представимо використання методу ABC для вирішення задачі розподілення різних груп товарів для магазину "Н", дані по номенклатурі якого представлені в таблиці 1.

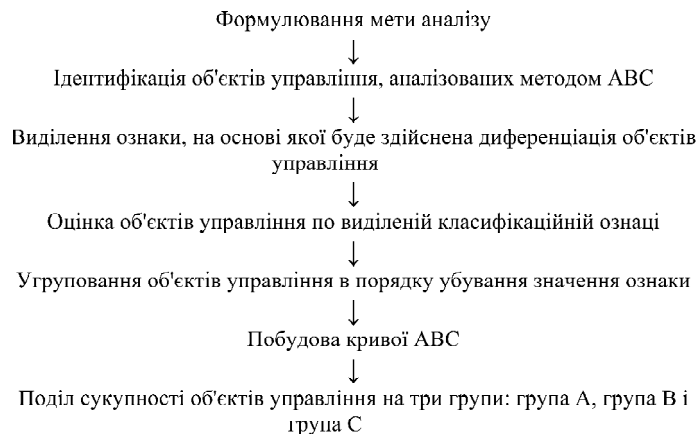


Рис. 1. Алгоритм проведення методу ABC на торговому підприємстві

Алгоритм проведення методу ABC у вигляді схеми має такий вигляд: (рис. 1).

Проаналізувавши велику кількість праць, в яких розглядаються питання виділення номенклатурних груп, можна сказати, що існуючі методи ABC-аналізу можуть бути об'єднані у три групи:

- 1) емпіричні методи;
- 2) диференційні методи;
- 3) аналітичні методи (рис. 2).

Попри принципові різності, у всіх методів є загальна частина, яка включає "формування бази даних" і "вибір показників для групування". Це важлива, але поки що мало вивчена галузь ABC-аналізу. На сьогодні можуть бути вибрані два показники для розділу на групи: один з них — вартісний C_i , іншим показником є n_i , — кількість одиниць продукції, що опосередковано характеризує оборот і виконання відповідних складських і транспортних операцій. Крім C_i , і n_i , у якості самостійного показника може бути вибрана також вартість одиниці продукції H_i .

Визначимо номенклатурні співвідношення за допомогою емпіричного методу. Емпіричний метод ба-

зується на гіпотезі, що ділення на групи можна виконати за аналогією, тому межі груп вибираються за результатами раніше проведених досліджень. Виконання емпіричного методу передбачає виконання наступних операцій.

Показники C_i ранжуються — розташовуються у спадній послідовності:

$$C_a \geq C_b \geq \dots \geq C_i \geq C_m \quad (2).$$

Потім проводиться присвоєння нових індексів $a=1, b=2, \dots, m=N$, де N — загальна кількість найменувань одиниць номенклатури, тобто

$$C_1 \geq C_2 \geq \dots \geq C_i \geq C_N \quad (3).$$

Для зручності розрахунків вводяться відносні величини вартісних показників q_i (у відсотках), тим самим виробляємо нормування показників:

$$q_i = \frac{C_i}{Q} \times 100 \quad (4),$$

де

$$Q = \sum_{i=1}^N C_i \quad (5).$$

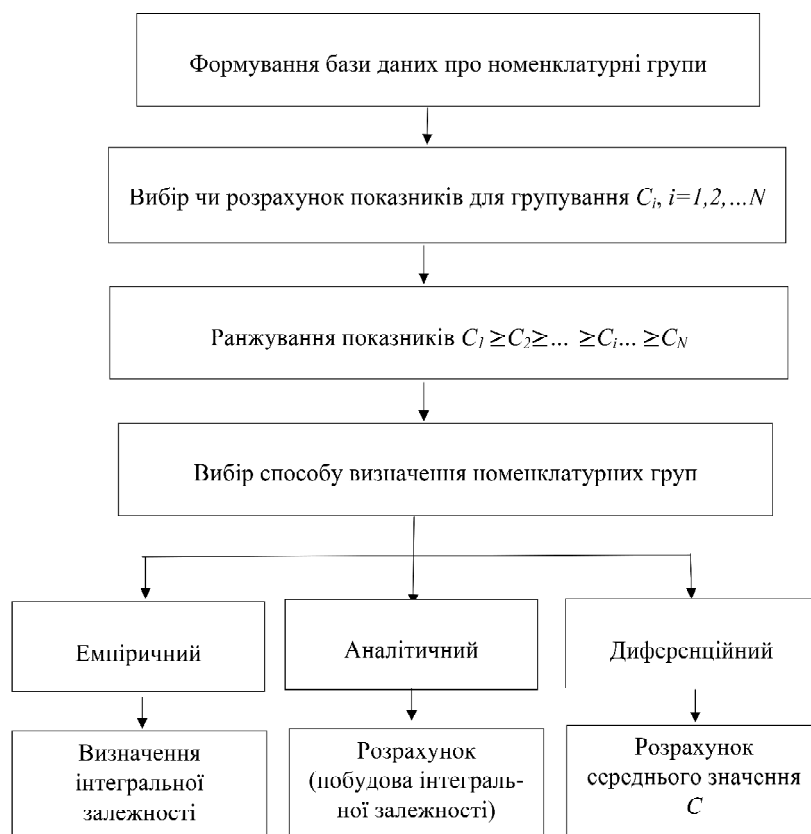


Рис. 2. Методи визначення номенклатурних груп ABC

Таблиця 2. Визначення номенклатурних груп АВС за допомогою емпіричного методу

№ п/п	№ позиції	Найменування продукту	C_i за рік, тис. грн	$q_i, \%$	$\sum q_i, \%$	Група
1	34	Ікра лососева	3332	5,7973032	5,7973032	А
2	7	Ананас	3120	5,4284472	11,22575	
3	46	Сьомга "Своя лінія"	3002	5,2231405	16,448891	
4	33	Горбуша	2840	4,9412788	21,39017	
5	4	Манго	2460	4,2801218	25,670291	
6	39	Шинка «Столична»	2352	4,092214	29,762505	
7	32	Лосось	2252	3,9182253	33,680731	
8	8	Маракуйя	2148	3,7372771	37,418008	
9	36	Кальмар в олії	1972	3,431057	40,849065	
10	1	Виноград	1788	3,1109178	43,959983	
11	48	Шоколад "Millennium"	1786	3,107438	47,067421	
12	35	Морський коктейль	1708	2,9717268	50,039147	
13	26	Булка с маком	1652	2,8742932	52,913441	
14	31	Скумбрія	1644	2,8603741	55,773815	
15	5	Папая	1524	2,6515876	58,425402	
16	14	Мандарини	1496	2,6028708	61,028273	
17	38	Ковбаса «Теляча»	1473	2,5628534	63,591127	
18	27	Булка с шоколадом	1388	2,414963	66,00609	
19	25	Рогалик	1308	2,2757721	68,281862	
20	9	Ківі	1220	2,122662	70,404524	
21	40	Пельмені "Три ведмеді"	1196	2,0809047	72,485428	
22	17	Милки-Роуд	1152	2,0043497	74,489778	
23	16	Іриски	1140	1,9834711	76,473249	
24	3	Апельсин	1080	1,8790779	78,352327	
25	43	Чай "Ahmad"	1012	1,7607656	80,113093	
26	45	Горошок зелений "Своя лінія"	944	1,6424532	81,755546	
27	44	Молоко "Ферма"	932	1,6215746	83,37712	
28	23	Корм для кота	852	1,4823836	84,859504	
29	19	Масло "Modelam"	780	1,3571118	86,216616	
30	2	Груша	748	1,3014354	87,518051	
31	47	Сік яблучний "Sandora"	712	1,2387995	88,756851	
32	6	Яблуко "Чемпион"	696	1,2109613	89,967812	
33	11	Банан	655	1,1396259	91,107438	
34	37	Олія "Олейна"	571	0,9934754	92,100913	
35	15	Яйця "Квочка"	544	0,9464985	93,047412	
36	20	Молоко "Яготинське"	516	0,8977816	93,945194	
37	24	Крупа вівсяна	468	0,8142671	94,759461	
38	50	Засіб антисептичний	372	0,6472379	95,406699	
39	30	Оселедець	338	0,5880818	95,99478	
40	10	Крупа манна	324	0,5637234	96,558504	
41	21	Гречка «Ядриця»	320	0,5567638	97,115268	
42	42	Сир плавлений "Дружба"	312	0,5428447	97,658112	
43	22	Горох колотий	288	0,5010874	98,1592	
44	12	Рис	243	0,4227925	98,581992	
45	18	Лапша	231	0,4019139	98,983906	
46	13	Кетчуп «Чумак»	228	0,3966942	99,3806	
47	49	Диски ватні	132	0,2296651	99,610265	
48	29	Хліб ржаний	104	0,1809482	99,791214	
49	28	Хліб пшеничний	60	0,1043932	99,895607	
50	41	Насіння соняшникове	60	0,1043932	100	
	Всього		57475	100	100	

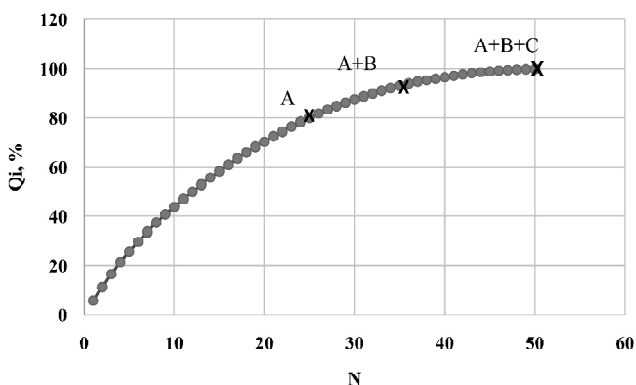


Рис. 3. Визначення номенклатурних груп методом АВС

Величини q_i сумуються нарастаючим підсумком:

$$Q_i = \sum_{i=1}^i q_i = \frac{100}{Q} \sum_{i=1}^i C_i \quad (6).$$

Інтегральна (кумулятивна) залежність Q_i представляється в табличній формі у вигляді значень (Q_i, i) і за цим може бути використана для підбору аналітичної залежності $Q_i = f(a_j, i)$ чи у вигляді графіка (вісь ординат Y — значення Q_i , вісь абсцис — значення i).

По суті, емпіричний метод включає декілька варіантів.

Перший, найбільш розповсюджений варіант передбачає вибір координат Y_A та Y_{A+B} , наприклад, $Y_A = 80\%$ та $Y_{A+B} = 95\%$. За цим за допомогою інтегральної залежності Q_i (формула (5)), знаходяться значення X^*_{A+} та X^*_{A+B} , що дозволяють розділити позиції номенклатури N на групи A та B .

Таблиця 3. Визначення номенклатурних груп АВС за допомогою диференційного методу

№ п/п	№ позиції	Найменування продукту	C_i	Групи
1	34	Ікра лососева	3332	А
2	7	Ананас	3120	
3	46	Сьомга "Своя лінія"	3002	
4	33	Горбуша	2840	
5	4	Манго	2460	
6	39	Шинка «Столична»	2352	
7	32	Лосось	2252	
8	8	Маракуйя	2148	
9	36	Кальмар в олії	1972	
10	1	Виноград	1788	
11	48	Шоколад "Millennium"	1786	
12	35	Морський коктейль	1708	
13	26	Булка с маком	1652	
14	31	Скумбрія	1644	
15	5	Папая	1524	
16	14	Мандарини	1496	
17	38	Ковбаса «Теляча»	1473	
18	27	Булка с шоколадом	1388	
19	25	Рогалик	1308	
20	9	Ківі	1220	В
21	40	Пельмені "Три ведмеді"	1196	
22	17	Милки-Роуд	1152	
23	16	Іриски	1140	
24	3	Апельсин	1080	
25	43	Чай "Ahmad"	1012	
26	45	Горошок зелений "Своя лінія"	944	
27	44	Молоко "Ферма"	932	
28	23	Корм для кота	852	
29	19	Масло "Modelam"	780	
30	2	Груша	748	
31	47	Сік яблучний "Sandora"	712	С
32	6	Яблуко "Чемпион"	696	
33	11	Банан	655	
34	37	Олія "Олейна"	571	
35	15	Яйця "Квочка"	544	
36	20	Молоко "Яготинське"	516	
37	24	Крупа вівсяна	468	
38	50	Засіб антисептичний	372	
39	30	Оселедець	338	
40	10	Крупа манна	324	
41	21	Гречка «Ядриця»	320	
42	42	Сир плавлений "Дружба"	312	
43	22	Горох колотий	288	
44	12	Рис	243	
45	18	Лапша	231	
46	13	Кетчуп «Чумақ»	228	
47	49	Диски ватні	132	
48	29	Хліб ржаний	104	
49	28	Хліб пшеничний	60	
50	41	Насіння соняшникове	60	
Всього			57475	

Другий варіант передбачає вирішення оберненої задачі: по заданих (вибраних) значеннях координат X^*A та X^*A+B визначаються межі Y_A та Y_{A+B} , і порівнюються з допустимими значеннями. В якості еталонних значень можуть бути вибрані $X_A = 20\%$ та $X_{A+B} = 50\%$.

Оскільки перший і другий варіанти дають, як правило, різні величини координат Y та X і відповідно різні оцінки груп А, В, С, то можливе використання третього варіанту, що представляє собою компроміс вказаних двох.

При використанні емпіричного методу на основі даних таблиці 1 отримаємо результат, відображений в таблиці 2.

Як бачимо з таблиці 2 і з рисунка 3, група А містить 25 позицій, тобто половину. В — 12 позицій. І 13 позицій містить група С. Це говорить про те, що даний магазин орієнтований на всі верства населення. Тобто на ексклюзивні товари ціни не дуже завищені, і їх може прид-

бати і середній клас, а іноді і менш забезпечені люди, наприклад, на свята, і при цьому вони не дуже багато витратять на свої продукти.

Роздивимось тепер використання диференційного методу АВС для номенклатури магазину "Н". В основу методу покладено співвідношення, що спираються на середні значення показника C_i :

$$\bar{C} = \frac{\sum_{i=1}^N C_i}{N} \quad (7),$$

де N — обсяг вибірки.

У загальному випадку граничні значення C_A та C_B для групування розраховуються за допомогою коефіцієнтів K_1 , величини яких встановлено різними науковцями порізно. Для широкоасортиментного роздрібу вибирають $K_1 = 2, K_2 = 0,5$. Тоді до групи А повинні бути віднесені позиції номенклатури, показники яких

$$C_i \geq K_1 \bar{C} \quad (8).$$

До групи В відповідно віднесемо:

$$K_1 \bar{C} > C_j \geq K_2 \bar{C} \quad (9).$$

Аналогічно для групи С:

$$K_2 \bar{C} > C_j \quad (10).$$

Безсумнівна перевага цього методу — простота: немає необхідності ранжувати показники C_i і будувати інтегральну (накопичену) залежність. Недолік диференційного методу — невизначеність вибору коефіцієнтів K_1 і K_2 , що приводить в деяких випадках до помилових результатів (зокрема, неможливість виділення групи А).

Для нашого випадку

$$\bar{C} = \frac{57475}{50} = 1149,5 \quad (11),$$

$$2\bar{C} = 2299 \quad (12),$$

$$0,5\bar{C} = 574,75 \quad (13).$$

Результати розрахунків по диференційному методу представлені в таблиці 3.

Як ми бачимо з таблиці, тут зовсім інше розподілення на групи А, В, С. До групи А входить набагато менше позицій, ніж при емпіричному методі. Найбільшу частину позицій має група В, що свідчить про орієнтацію магазину на середнього покупця. До такого ж висновку ми прийшли і при використанні попереднього методу.

ВИСНОВКИ

Дослідження спрямоване на визначення одного з індикаторів сумлінної ділової практики — наявність товарів в торгівельних мережах, що можуть бути придбані представниками середнього класу та соціально незахищеними верствами населення. У статті проаналізовано діяльність торгівельного підприємства на предмет його сумлінної ділової практики у відповідності до його торгівельної стратегії. Визначено, що існуючі методи АВС-аналізу, які використовуються для дослідження соціальності торгівельного об'єкта, можуть бути об'єднані у три групи: емпіричні методи, диференційні методи, аналітичні методи. При використанні емпіричного методу доведено, що в досліджуваному торгівельному об'єкті на ексклюзивні товари ціни не дуже завищені, і їх може придбати і середній клас, а іноді і менш забезпечені люди, наприклад, на свята, і при цьому вони не дуже багато витратять на свої продукти. При визначенні груп А, В, С диференційним методом ми побачили, що в принципі торгівельний майданчик більше всього орієнтований на групу В, тобто на середній клас, а позиція А більш звужена. Але недоліком диференційного методу є невизначеність коефіцієнта при вартості товару, що використовується для формули визначення груп А, В, С. Тому у цій роботі орієнтуємось на перший метод. На основі проведених розрахунків можна сказати, що такий торгівельний об'єкт є хорошим прикладом ведення сумлінної ділової практики підприємством.

В подальшому дослідженні заплануємо проаналізувати використання різних коефіцієнтів в диференційному методі і в залежності від результатів вирішення даної задачі виробити загальну стратегію визначення груп споживання.

Література:

1. Квітка А.В. Роль соціальної політики у розвитку людського потенціалу. Ефективна економіка. 2015. № 10. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2015/46.pdf (дата звернення 19.11.2021).
2. Сазонець І.А., Тадеєва Н.В. Виявлення напрямів розвитку сумлінної ділової практики в Україні. Економіка та держава. 2016. № 10. С. 21—25.
3. Моторнюк У.І. Соціальна політика як необхідна умова функціонування соціальної держави. Економіка та держава. 2016. № 12. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2016/7.pdf (дата звернення 19.11.2021).
4. Про Глобальні цілі. URL: <http://sdg.org.ua/ua/pro-globalni-tsili> (дата звернення 19.02.2021).
5. Закон України "Про соціальні послуги", Відомості Верховної Ради (ВВР). 2019. № 18 Ст. 73.
6. Бондаренко С.М., Бугас Н. В. Соціальна політика держави як основа забезпечення соціального розвитку. Електронне "Державне управління: удосконалення та розвиток". URL: http://www.dy.nayka.com.ua/pdf/2_2021/42.pdf
7. Соціальна політика / За заг. ред. В.М. Пічі та Я.Б. Турчин. Львів: Новий світ, 2018. 318 с.
8. Мних М.В. Соціальна політика нашої держави в умовах асоційованого членства України в ЄС, Український соціум. 2015. № 3 (54). С. 114—124.
9. Lopushniak H.S. (2011), Derzhavna sotsialna polityka yak peredumova ekonomichnoho rozvytku Ukrainy [State social policy as a prerequisite for economic development of Ukraine], LRIDU NADU, Lviv, Ukraine. P. 372.
10. Харченко Т.О., Бондаренко С.М. Місце самоврядування: європейський досвід реформування. Ефективна економіка. 2017. № 3. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua> (дата звернення 19.11.2021).
11. Сазонець О.М. Управління міжнародним бізнесом. Навч. посіб. Рівне: НУВГП, 2019. 338 с.
12. Ричард Кох. Закон Парето или Принцип 80\20, URL: <https://www.kaznu.kz/content/files/news.pdf>.
13. Івахів Ю., Спільник І. Метод АВС-аналізу: доцільність застосування. Економічний аналіз. Вип. 3 (19). 2008. С. 170—172.
14. Coule John J., Bardi Edward J., Langlay John Jr. The Management of Business Logistics. Supply Chain Perspective, 7-e. South Western devise of Thomson Harming, 2003, 236 p.

References:

1. Kvitka, A.V. (2015), "The role of social policy in development of human potential", *Efektivna ekonomika*, vol. 10, [Online], available at: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/10_2015/46.pdf (Accessed 19 Nov 2021).
2. Sazonetz, I. and Tadeeva, N. (2016), "Identification of directions of development of good business practices in Ukraine", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 10, pp. 21—25.
3. Motorniuk, U. (2016), "Social policy as needs of the welfare state", *Ekonomika ta derzhava*, vol. 12, pp. 23—26.
4. sdg.org.ua (2015), "About Global Goals", available at: <http://sdg.org.ua/ua/pro-globalni-tsili> (Accessed 19 Nov 2021).
5. Verkhovna Rada of Ukraine (2019), The Law of Ukraine "About social services", *Vidomosti Verkhovnoi Rady*, vol. 18, pp.73.
6. Bondarenko, S. and Buhas, N. (2021), "Social policy of the state as a basis for ensuring social development", *Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok*, vol. 2, available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1981> (Accessed 19 Nov 2021).

7. Picha, V.M. and Turchyn, Ya.B. (2018), *Sotsialna polityka [Social policy]*, Novyi svit, Lviv, Ukraine.

8. Mnykh, M.V. (2015), "Social policy of our state in the conditions of associate membership of Ukraine in the EU", *Ukrainskyi sotsium*, vol. 3 (54), pp. 114—124.

9. Lopushniak, H.S. (2011), *Derzhavna sotsialna polityka yak peredumova ekonomichnoho rozvytku Ukrainy [State social policy as a prerequisite for economic development of Ukraine]*, LRIDU NADU, Lviv, Ukraine.

10. Kharchenko, T.O. and Bondarenko, S.M. (2017), "Local government: reforming the european experience", *Efektivna ekonomika*, vol. 3, available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5489> (Accessed 19 Nov 2021).


11. Sazonets', O.M. (2019), *Upravlinnia mizhnarodnym biznesom [Management of international business]*, NUVHP, Rivne, Ukraine.

12. Kokh, R. (1997), "Pareto Law or Principle 80\20", available at: <https://www.kaznu.kz/content/files/news.pdf> (Accessed 19 Nov 2021).

13. Ivakhiv, Yu. and Spil'nyk, I. (2008), "The method of ABC analysis: the feasibility of application", *Ekonomichnyj analiz*, vol. 3 (19), pp. 170—172.

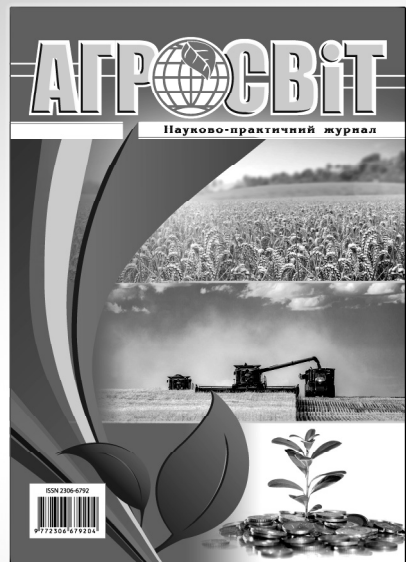
14. Coule, J.J. Bardi, E.J. and Langlay, J.Jr. (2003), *The Management of Business Logistics. Supply Chain Perspective*, 7-ed., South Western devise of Thomson Harming, Mason, United States.

Стаття надійшла до редакції 14.12.2021 р.



www.agrosvit.info

Передплатний індекс: 23847



Виходить 24 рази на рік

Журнал включено до переліку наукових фахових видань України з ЕКОНОМІЧНИХ НАУК (Категорія «Б»)

Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292