

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД УКООСПЛКИ
«ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ» (ПУЕТ)**

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ: ТЕОРІЯ, ПРАКТИКА, ІННОВАЦІЇ

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

За редакцією В. В. Лісіци, В. І. Місюкевич, О. М. Михайленко

**Полтава
ПУЕТ
2020**

УДК 339.3(477)
Ф79

Рекомендовано до видання, розміщення в електронній бібліотеці та використання в освітньому процесі вченою радою Вищого навчального закладу Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі», протокол № 11 від 25 листопада 2020 р.

Колектив авторів

Рецензенти:

Х. З. Махмудов, д. е. н., професор, завідувач кафедри підприємництва і права Полтавської державної аграрної академії;

І. П. Міщук, д. е. н., доцент, завідувач кафедри підприємництва, торгівлі та логістики Львівського торгово-економічного університету;

Ж. В. Дерій, д. е. н., професорка, завідувачка кафедри теоретичної та прикладної економіки Національного університету «Чернігівська політехніка».

Формування системи внутрішньої торгівлі України: теорія, практика, інновації : колективна монографія / за ред. В. В. Лісци, В. І. Місюкевич, О. М. Михайленко. – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 232 с.

ISBN 978-966-184-385-0

У монографії досліджено проблеми розвитку внутрішньої торгівлі України, проаналізовано актуальні аспекти діяльності підприємств сфери внутрішньої торгівлі в реаліях поточної економічної ситуації. Розглянуто особливості функціонування мережевого ритейлу, зокрема в кооперативній торгівлі. Значну увагу приділено проблемам і перспективам розвитку електронної комерції в Україні та світі.

Розраховано на науковців, викладачів, аспірантів, студентів, фахівців-практиків і всіх, хто займається дослідженнями у сфері внутрішньої торгівлі.

УДК 339.3(477)

За зміст і достовірність інформації відповідальні автори.

© Колектив авторів, 2020
© Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», 2020

ISBN 978-966-184-385-0

ЗМІСТ

Передмова	5
Розділ 1. Напрями та пріоритети розвитку системи внутрішньої торгівлі України. Організаційно-економічні та управлінські аспекти розвитку підприємств сфери внутрішньої торгівлі.....	7
1.1. Внутрішня торгівля у системі підприємництва України: ретроспективний аналіз тенденцій розвитку (О. О. Кавун-Мошковська)	7
1.2. Макроекономічні індикатори розвитку економіки та тенденції трансформації малого і середнього підприємництва у сфері торгівлі (А. М. Овсієнко)	18
1.3. Становлення, сучасний стан та перспективи розвитку внутрішньої торгівлі органічними харчовими продуктами в Україні (А. С. Ткаченко).....	36
1.4. Бізнес-модель роздрібною компанії та її трансформація за сучасних умов (В. В. Лісіца, О. М. Михайленко, А. О. Брацун)	46
1.5. Антикризове управління підприємствами роздрібною торгівлі за умов пандемії COVID-19 (О. В. Боровиков)	60
Розділ 2. Роздрібні торговельні мережі: стратегії, економіка, управління	75
2.1. Зародження і розвиток мережевої торгівлі в Україні (І. В. Юрко)	75
2.2. Особливості розвитку роздрібних торговельних мереж у регіонах України (Н. І. Сарай, Н. Я. Сапотницька, Н. І. Кучерук).....	93
2.3. Конкурентоспроможність кооперативного ритейлу: торгівля споживчої кооперації як мережева структура (П. Ю. Балабан, М. П. Балабан, Ю. В. Іванов)	104

Розділ 3. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку електронної комерції в Україні та світі	117
3.1. Формування нової моделі електронної комерції в Україні (<u>В. В. Апопій</u> , О. І. Шалева)	117
3.2. Електронна комерція: сутність, функції та періодизація розвитку (О. В. Артюх-Пасюта, Я. О. Полтава)	139
3.3. Електронна комерція у глобальному цифровому просторі: нові виклики та напрями розвитку (В. І. Місюкевич, Н. В. Трушкіна, Ю. О. Шкригун)	150
3.4. Врахування демографічних і споживацьких поведінкових факторів при аналізі трендів розвитку світової електронної комерції (М. В. Макарова)	162
3.5. Пріоритети та бюджетно-податкові стимули розвитку цифрового підприємництва в Україні (Н. Б. Демчишак, Н. В. Паламар)	177
3.6. Інтернет-маркетинг – основа електронної комерції (Н. Р. Кордзая)	195
Розділ 4. Тенденції розвитку товарознавства за сучасних умов функціонування системи внутрішньої торгівлі України	207
4.1. Виявлення та аналіз критеріїв ідентифікації квітів (О. В. Калашник, С. Е. Мороз, О. Ю. Дмитренко, Ю. О. Басова)	207
Розділ 5. Проблеми підготовки фахівців для сфери внутрішньої торгівлі	220
5.1. Виклики та можливості сучасного ринку праці в умовах автоматизації виробництва і цифровізації економіки: футурологічний аспект (О. В. Манжура, К. М. Краус, Н. М. Краус)	220

що актуалізує питання визначення сукупності факторів впливу, які б поліпшили фінансову стійкість суб'єктів ринку роздрібно́ї торгівлі.

2.3. Конкуренстоспроможність кооперативного ритейлу: торгівля споживчої кооперації як мережева структура

П. Ю. Балабан, к. е. н., професор (ПУЕТ, м. Полтава);

М. П. Балабан, к. е. н., доцент (ПУЕТ, м. Полтава);

Ю. В. Іванов, к. е. н., доцент (ПУЕТ, м. Полтава)

У господарському комплексі споживчої кооперації провідне місце посідає торговельна діяльність, яку здійснювали торговельні підприємства оптової і роздрібно́ї торгівлі, підприємства громадського харчування (ресторанного господарства) та кооперативні ринки. Станом на 1.01.1991 р. в системі функціонувало 83,1 тис. підприємств роздрібно́ї торгівлі, зокрема 73,6 тис. магазинів та 450 оптових баз і 2,6 тис. загальнотоварних складів загальною площею 3 057,1 тис. м² [93, с. 86].

Основним видом торговельної діяльності споживчої кооперації України є роздрібна торгівля. З переходом України до ринкової моделі економіки роздрібною торгівлею почали займатися всі галузі системи: оптові бази, заготівельні та виробничі підприємства тощо. Як показала практика, розширення сфери торговельної діяльності не призвело до позитивного ефекту. Починаючи з 1997 р. роздрібна торгівля у більшості обласних споживспілок була збитковою. Уже на 1.01.1998 р. загалом по галузі отримано збитків на суму 36,4 млн грн, торговельна діяльність 22-х (із 25-ти) споживспілок була збитковою.

Збитковість кооперативної торгівлі визначали скорочення чисельності підприємств торгівлі та обсягів роздрібного товарообороту, які були характерними для перших років перехідного періоду.

Лише починаючи з 2003 р. система загалом вийшла на прибуткову діяльність по галузі торгівлі (сума прибутку – 458 тис.

⁹³ Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети: монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава: ПУЕТ, 2011. – 121 с.

грн). У подальшому сума прибутку від торговельної діяльності постійно збільшувалася: у 2005 р. – 34,5 млн грн, у 2010 р. – 42,3 млн грн, у 2015 р. – 55,9 млн грн, у 2018 р. – 60,1 млн грн. Відповідно зростала кількість прибуткових підприємств торгівлі [94, с. 86, 87].

Як показують матеріали аналізу, за 1995–2015 рр. (дані за 2016–2018 рр. у звітності Укркоопспілки відсутні) чисельність підприємств роздрібної торгівлі загалом по Укркоопспілці скоротилася на 55 339 од., або у 9,5 раза (табл. 2.3.1).

Таблиця 2.3.1 – Зміни в обсягах товарообороту та чисельності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України за 1995–2018 рр.

Показники	Роки						2018 р. у % до	
	1995	2000	2005	2010	2015	2018	1995 р.	2010 р.
Роздрібний товарооборот, всього, млн грн	2 922,4	1 576,5	2 610,3	4 368,1	4 248,2	6 297,4	2,15 р.	144,2
в т. ч. оборот роздрібної торговельної мережі	2 494,0	1 283,4	2 130,4	3 663,5	3 696,1	5 521,1	2,21 р.	150,7
Чисельність підприємств роздрібної торгівлі, од.	61 862	27 824	16 782	10 272	6 523
в т. ч. магазинів	57 995	26 298	16 348	10 092	6 337	4 935	8,5	48,9

Джерело: [95].

Збільшення обсягів товарообороту, як видно із даних таблиці, показано у фактичних цінах. У співставних цінах (фізичний обсяг товарообороту) показник з року в рік скорочується. Так, у 2015 р. фактичний роздрібний товарооборот споживчої кооперації

⁹⁴ Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети: монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава: ПУЕТ, 2011. – 121 с.

⁹⁵ Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2018 рік. – Київ, УКС, 2019. – 47 с.

ції у порівнянні з 2014 р. зріс на 11,0 %, у порівняльних цінах – скоротився на 23,7 %; у 2018 р. фактичний товарооборот у порівнянні з 2017 р. зріс на 27,5 %, у порівняльних цінах – скоротився на 17,3 %.

Значне скорочення фізичного обсягу товарообороту споживчої кооперації призвело до скорочення питомої ваги кооперативної торгівлі у загальному роздрібному товарообороті держави та зростання її частки у кооперативному товарообороті у сільській місцевості. Якщо у 1990 р. частка кооперативного товарообороту у сільській місцевості склала 51,3 %, то у 2000 р. – 58,2 %, у 2015 р. – 64,4 %, у 2018 р. – 64,8 %. Основною причиною ситуації, що склалася, на нашу думку, є посилення конкуренції з боку підприємств приватної торгівлі, які досить часто працюють в «тіні», та втрата системою своїх позицій в обслуговуванні міського населення, яке відрізняється значно вищою концентрацією грошових доходів.

Зниження фізичного обсягу роздрібного товарообороту споживчої кооперації призвело до глибоких змін і у структурі роздрібного товарообороту системи (табл. 2.3.2).

Таблиця 2.3.2 – Структура роздрібного товарообороту підприємств України та споживчої кооперації за 1995–2018 рр., (%)

Показники	Роки						2018 р. ± до	
	1995	2000	2005	2010	2015	2018	1995 р.	2000 р.
Україна	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	–	–
продовольчі товари	63,2	52,6	41,6	39,5	41,1	43,3	–19,9	–9,3
непродовольчі товари	36,8	47,4	58,4	60,5	58,9	56,7	19,9	–3,8
Укоопспілка	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	–	–
продовольчі товари	81,1	90,4	87,7	86,4	85,8	83,2	2,1	–3,2
непродовольчі товари	18,9	9,6	12,3	13,6	14,2	16,8	–2,1	5,2

Джерело: [96, 97].

⁹⁶ Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2018 рік. – Київ, УКС, 2019. – 47 с.

⁹⁷ Офіційний сайт Державної служби статистики України: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

Так, якщо у 1995 р. у структурі роздрібного товарообороту України частка продовольчих товарів складала 63,2 % (Укоопспілки – 81,1 %) – різниця – 17,9 %, то у 2018 р. – 43,3 % і 83,2 % відповідно (різниця – 39,9 %). Тенденція суттєвого зростання частки непродовольчих товарів у роздрібному товарообороті України (з 36,8 % до 56,7 %) для системи споживчої кооперації почала проявлятися лише з 2000 р. (з 9,6 % у 2000 р. до 12,3 – у 2005 р. і 13,6 % у 2010 р. та 16,8 % у 2018 р.).

Дослідження динаміки змін роздрібного товарообороту споживчої кооперації дозволили виявити такі закономірності в розвитку цього показника:

- за 1995–2000 рр. динаміка змін була негативною на відміну від тенденції зростання роздрібного товарообороту загалом по Україні. І тільки з 2000 р. відзначається зростання товарообороту по системі споживчої кооперації на 0,5 % у порівнянні з 1999 р. Водночас роздрібний товарооборот України зріс на 8,1 %;

- рівень негативної динаміки роздрібного товарообороту споживчої кооперації має значно більшу варіацію, ніж загальнодержавний;

- суттєво погіршилася структура роздрібного товарообороту;

- споживча кооперація суттєво скоротила свою діяльність на важливому сегменті ринку в районних центрах і поселеннях міського типу [98].

Суттєве скорочення обсягів роздрібного товарообороту було наслідком (з іншого боку – однією із причин) відповідного скорочення матеріально-технічної бази роздрібної торгівлі (табл. 2.3.3).

Загалом по системі Укркоопспілки за період, що аналізується, відслідковується суттєве скорочення матеріально-технічної бази кооперативної торгівлі: магазинів – у 8,4 раза, торговельної площі – у 8,7 раза, при зростанні середньої площі магазину з 80,7 м²

⁹⁸ Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети : монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава : ПУЕТ, 2011. – 121 с.

до 82,8 м², або на 2,6 %, що характеризує процес укрупнення торговельної мережі та відчуження переважно дрібних підприємств роздрібної торгівлі.

Таблиця 2.3.3 – Динаміка матеріально-технічної бази підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України за 1995–2018 рр.

Показники	Роки						2018 р. у % до:	
	1995	2000	2005	2010	2015	2018	1995 р.	2010 р.
Кількість підприємств роздрібної торгівлі, всього, тис. од.	61,9	27,8	16,8	10,3	6,5	...	–	–
у т. ч. магазинів	58,0	26,3	16,3	10,1	6,3	4,9	8,4	48,5
Торгова площа магазинів, тис. м ²	4 683	1 954	1 288	954	503	409	8,7	42,9
Середня площа магазину, м ²	80,7	74,3	79,0	79,2	79,4	82,8	102,6	104,5

Джерело: [99].

Як свідчить практика роботи, втрата системою підприємств торгівлі була обумовлена поверненням орендованих магазинів місцевим органам влади, ліквідацією та закриттям неперспективних та непридатних до експлуатації магазинів, продажем підприємств їх новим власникам та здачею магазинів в оренду. Основні причини, що призвели до зменшення чисельності магазинів споживчої кооперації, умовно можна поділити на 2 групи: об'єктивні і суб'єктивні [100].

До об'єктивних слід віднести різке падіння життєвого рівня і купівельної спроможності населення, зміни в структурі споживання, інфляція (особливо в перші роки самостійності держави),

⁹⁹ Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2018 рік. – Київ, УКС, 2019. – 47 с.

¹⁰⁰ Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети : монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава : ПУЕТ, 2011. – 121 с.

анексія Російською Федерацією АР Крим та початок воєнних дій на території Донецької та Луганської областей, а також діюча система оподаткування тощо.

Суб'єктивними причинами, які залежали від діяльності менеджменту системи, були згортання оптової ланки торгівлі і втрата нею статусу основного постачальника товарів для кооперативної роздрібно-торгової мережі, скорочення обсягів діяльності і неефективне використання наявної матеріально-технічної бази, неврахування змін, що сталися на сільському споживчому ринку, низький рівень кваліфікації персоналу і координації діяльності кооперативних підприємств і організацій в умовах конкуренції.

Практика роботи торговельної галузі споживчої кооперації та її матеріально-технічної бази в умовах ринку вимагала змін у структурі торговельної мережі та її перепрофілювання. Зокрема, підтвердилась ефективність розвитку мережі продовольчих магазинів, скорочення спеціалізованих непродовольчих магазинів у сільській місцевості, розширення мережі неспеціалізованих магазинів з організацією продажу в них товарів складного асортименту та періодичного попиту за замовленнями населення, відкриття сучасних підприємств типу «маркет».

Досить перспективним було перепрофілювання магазинів в підприємства ресторанного господарства – кафе, міні-бари тощо. Водночас зберігалася кооперативна власність, збільшувалися прибутки від господарської діяльності, не допускалися на ринок конкуруючі структури [101]. Однак темпи скорочення торговельної мережі значно перевищували показники розвитку кооперативного роздрібного товарообороту (табл. 2.3.4).

Так, при рості за 1995–2018 рр. обсягів роздрібного товарообороту загалом по системі Укркоопспілки у 2,2 раза, кількість підприємств торгівлі скоротилася у 9,2 раза.

¹⁰¹ Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети : монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава : ПУЕТ, 2011. – 121 с.

**Таблиця 2.3.4 – Темпи змін товарообороту і матеріально-технічної бази роздрібної торгівлі
Укркоопспілки за 1995–2018 рр., (%)**

Показники	Роки						2018 р. ± до	
	1995	2000	2005	2010	2015	2018	1995 р.	2015 р.
Роздрібний товарооборот, всього	100,0	53,9	89,3	149,5	145,4	220,3	120,3	74,9
в т. ч. оборот підприємств роздрібної торгівлі	100,0	51,5	85,4	146,9	148,2	221,4	121,4	73,2
Чисельність магазинів	100,0	45,3	28,2	17,4	10,9	8,5	-91,5	-2,4
Загальна торгова площа магазинів	100,0	47,3	31,2	20,4	10,7	8,7	-91,3	-2,0

Джерело: [102].

Як було показано вище, зростання обсягів кооперативного товарообороту пов'язано з розрахунками у фактичних (не у співставних) цінах при суттєвому скороченні фізичного обсягу товарообороту. Катастрофічно скоротилася мережа підприємств роздрібної торгівлі, що ставить на порядок денний питання про виживання у перспективі галузі торгівлі споживчої кооперації. Про це свідчать і темпи скорочення торговельної мережі за останні 8 років: із 10 092 од. до 4 935 од., або на 51,1 % у порівнянні з 2010 р. У середньому за рік матеріально-технічна база роздрібної торгівлі споживчої кооперації скорочувалася на 6,4 %, або на 645 магазинів. При таких темпах скорочення уже у 2030 р. система не буде мати підприємств роздрібної торгівлі.

Вирішення питання збереження кооперативної торгівлі як галузі кооперативного господарства потребує негайної реакції правління Укркоопспілки. Вселяє надію на покращення ситуації

¹⁰² Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2018 рік. – Київ : УКС, 2019. – 47 с.

рішення 3-го з'їзду Укркоопспілки, на якому одним із пріоритетних напрямів розвитку кооперативного господарства визнано розвиток роздрібно́ї торгівлі у мережевому форматі [103].

Суттєве скорочення фізичних обсягів роздрібно́го товарообороту та матеріально-технічної бази торгівлі свідчить про втрату значної частки регіональних ринків системою споживчої кооперації, згортання окремих галузей діяльності, що призвело до зниження її конкурентоспроможності, втрати позицій в конкурентній боротьбі.

Першим кроком на шляху підвищення конкурентоспроможності роздрібно́ї торгівлі споживчої кооперації, її стабілізації та подальшого поступального розвитку може стати збільшення чисельності роздрібно́х торговельних підприємств. При нинішньому фінансовому стані споживчої кооперації малоімовірно вести мову про нове будівництво. Отже, основними напрямками розвитку мережі кооперативних магазинів сьогодні повинні стати: відновлення діяльності незадіяних підприємств та реконструкція і технічне переоснащення діючих магазинів.

Для досягнення стійких позицій на споживчому ринку необхідно створення мережі сучасних магазинів, оснащених новим торговельно-технологічним обладнанням, з високою культурою торгівлі та широким асортиментом товарів, які максимально відповідали б інтересам сільського населення та враховували специфіку їх попиту.

Досвід Рівненської, Тернопільської, Чернігівської та інших облспоживспілок свідчить про значне збільшення обсягів товарообороту при відкритті магазинів типу «Коопмаркет», які стали фірмовим знаком, «брендом» торговельної галузі споживчої кооперації [104].

Створення мережі коопмаркетів було офіційно затверджено в якості політики системи в галузі торгівлі на 3-му з'їзді Укркоопспілки (20–21 березня 2019 р.), у матеріалах якого в якості «гло-

¹⁰³ 3-й з'їзд Укркоопспілки // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – № 13 (1398). – 28.03.2019 р. – Київ : СООР МЕДІА, 2019. – 16 с.

¹⁰⁴ Там же. – С. 16.

бального завдання визначено... об'єднання кооперативного ритейлу в єдину торговельну мережу» [105].

Створення мережі кооперативних торговельних підприємств дозволить активно впроваджувати високі технології, збільшувати обсяги діяльності, підвищувати ефективність управління підприємствами торгівлі, скорочувати чисельність працівників. Крім того, закупівля великих партій товарів безпосередньо у виробників дозволить кооперативним мережам активно впливати на асортимент, якість, ціни, скоротити обсяг товарних запасів, пришвидшити їх оборотність. Це дозволить суттєво знизити витрати на здійснення торговельної діяльності, що дозволить кооперативним підприємствам успішно конкурувати на регіональних ринках товарів та послуг.

До переваг кооперативного мережевого ритейлу слід також віднести: наявність єдиного управляючого центру, єдиної корпоративної стратегії, централізацію оперативної інформації. Для системи споживчої кооперації це створює конкурентні переваги, які характерні для мережевого ритейлу: економія на масштабі, об'єднання різних видів торгівлі і виробництва, переваги в розподілі ризиків та об'єднанні ресурсів для забезпечення позитивних змін, яких потребує ринок.

У розвинених країнах торговельними мережами захоплено майже весь ринковий простір, поділений приблизно порівну між дискаунтними мережами, мережами супермаркетів та гіпермаркетів. Практика останніх років засвідчує, що великі торговельні мережі уже сьогодні є реальною загрозою для кооперативної торгівлі. Враховуючи зростаючий вплив торговельних мереж на розвиток регіональних ринків товарів та послуг, конкуренція між ними та іншими учасниками ринку з кожним роком буде посилюватися. Отже, системі споживчої кооперації для виживання в цих умовах без впровадження основних переваг мережевого ритейлу побудувати конкурентоспроможну кооперативну торгівлю, відновити втрачені позиції на сільському

¹⁰⁵ 3-й з'їзд Укркоопспілки // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – № 13 (1398). – 28.03.2019 р. – Київ : СООР МЕДІА, 2019. – 16 с.

споживчому ринку буде неможливо. А тому інтенсивний розвиток і трансформація в успішну конкурентоспроможну об'єднану систему визначені як основні завдання кооперативної торгівлі на наступні роки [106, с. 5].

Системну роботу із створення торговельних мереж у споживчій кооперації було розпочато лише у 2015–2016 рр., коли в системі кооперативної торгівлі Тернопільської області було створено єдиний центр закупівель, який об'єднав мережу із 21-го магазину під назвою «ТеКо-Трейд». У 2018 р. вони ж відкрили перший в системі Укркоопспілки Експрес-маркет та інтернет-магазин з продажу продовольчих товарів. Аналогічний гуртово-логістичний центр «КоопТоргСервіс» створено у 2017 р. кооператорами Рівненщини. На сьогодні Центр постачає 30 %, а в окремих районах – до 60 % асортименту товарів, що реалізують підприємства ОСС. Аналогічні центри створені і функціонують у кооператорів Волині, Кіровоградської області, інших обласних споживспілках [107, с. 91].

«Створення єдиних центрів закупівлі, об'єднання магазинів у мережевий ритейл дозволило отримати нижчі ціни, бонуси, маркетингові виплати тощо. Це єдиний спосіб зберегти торгівлю як галузь кооперативного бізнесу» [108, с. 5]. У результаті об'єктивних і суб'єктивних чинників, що мали значний вплив на розвиток господарської діяльності системи, в економіці перехідного періоду споживча кооперація почала втрачати свої конкурентні позиції на регіональних та загальнодержавному ринках.

Слід зауважити, що система споживчої кооперації в останні роки ХХ століття фактично була мережевою структурою, будучи монополістом на сільському споживчому ринку, могла успішно протистояти першим приватним підприємствам торгівлі, які

¹⁰⁶ 3-й з'їзд Укркоопспілки // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – № 13 (1398). – 28.03.2019 р. – Київ : СООР МЕДІА, 2019. – 16 с.

¹⁰⁷ Конкурентоспроможність кооперативної торгівлі і мережевий ритейл / Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали ІХ Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 18–19 квітня 2019 року). – Полтава : ПУЕТ, 2019. – С. 89–96.

¹⁰⁸ 3-й з'їзд Укркоопспілки // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – № 13 (1398). – 28.03.2019 р. – Київ : СООР МЕДІА, 2019. – 16 с.

почали з'являтися у 1991–1995 рр. в зоні її діяльності. Однак орієнтація на «розпорошення кооперації на дрібні господарюючі суб'єкти у важкі 90-ті роки» [109, с.5] призвела до катастрофічного скорочення мережі, втрати цілих галузей кооперативного господарства, витіснення її підприємств з районних центрів і селищ міського типу, де кооперативна торгівля займала домінуючі позиції.

На відміну від політики «розпорошення кооперації на дрібні господарюючі суб'єкти» в розвинутих країнах Заходу було проведено укрупнення споживчих товариств з одночасним здійсненням цілого комплексу заходів, які дозволили зберегти ефективне демократичне управління ними [110, с. 107].

Так, у Фінляндії в 1960 р. функціонувало 479 споживчих товариств, у 1970 р. – 334, у 1995р. – 46. У Швеції в 1990 р. чисельність споживчих товариств складала 125, у 1994 р. – 99, у 2005 р. – 70. Життєздатними виявилися великі кооперативні організації з стабільною членською базою і значним економічним потенціалом. Так, кооперативні організації Швеції у 1980–1990-х роках провели кардинальну реорганізацію і перепрофілювання кооперативного господарства. Були ліквідовані виробництво, більшість підприємств ресторанного господарства, дрібних оптових баз і складів тощо. Основною галуззю кооперативного господарства Швеції залишилася роздрібна торгівля, оптово-сервісні центри, транспорт [111, с. 108]. Кооперативні підприємства роздрібною торгівлі Швеції сьогодні представлені масовим типом продовольчих магазинів самообслуговування з широким асортиментом непродовольчих товарів повсякденного попиту – «Зелений консум» та магазинами-дискаунтами.

В Естонії, де розробку концепцій розвитку торговельної мережі розпочато в 1996 р., створено більше 40 магазинів ново-

¹⁰⁹ 3-й з'їзд Укркоопспілки // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – № 13 (1398). – 28.03.2019 р. – Київ : СООР МЕДІА, 2019. – С. 5.

¹¹⁰ Балабан П. Ю. Кооперативний рух Фінляндії: тенденції розвитку / Балабан П. Ю., Машенко В. П. / Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації : матеріали X Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 27–28 квітня 2020 року). – Полтава : ПУЕТ, 2020. – 293 с.

¹¹¹ Там же.

го типу під єдиною назвою «ЕДУ» (у перекладі – «Успіх») з торговельною площею 250–500 м² і 1 200 найменувань товарів [112].

Мережева торгівля характерна і для кооперативних підприємств Фінляндії. Економічна криза, яку пережила економіка Фінляндії у 80-х роках 20-го століття, змусила шукати нові шляхи розвитку у кооперативній торгівлі країни. У результаті, багатогалузева діяльність системи скоротилася до основних галузей діяльності: торгівля, готельно-ресторанний бізнес, мережа АЗС та логістичний центр. На сьогодні у Фінляндії успішно функціонує мережа кооперативних «Агромаркетів», які торгують сільськогосподарською технікою та інвентарем, насінням, засобами хімічного захисту рослин, господарськими товарами для фермерів тощо.

Основні складові успіху кооперації Фінляндії – укрупнення кооперативів; введення в експлуатацію сучасних висококомп'ютеризованих та роботизованих підприємств торгівлі і логістичного центру; матеріальна зацікавленість пайовиків у результатах діяльності кооперативів та безпосередня участь у їх роботі [113, с. 109].

У 2016 р. фінськими кооператорами було відкрито Логістичний центр загальною площею 300 тис. м², який є найсучаснішим і найбільшим логістичним центром Фінляндії. Всі процеси Центру автоматизовані і роботизовані. За зміну він опрацьовує більше 1 млн замовлень підприємств торгівлі, готелів та ресторанного господарства, обслуговує більше 1 тис. транспортних операцій, централізовано доставляє товари до підприємств ритейлу. Чисельність персоналу Центру – 220 осіб. Асортимент товарів – продовольчі товари та товари повсякденного попиту.

Враховуючи той факт, що логістика охоплює практично всю діяльність організації – від контролю всіх витрат до реалізації самої продукції, застосування концепцій логістики дозволяє

¹¹² Балабан П. Ю. Кооперативний рух Фінляндії: тенденції розвитку / Балабан П. Ю., Машенко В. П. / Мережевий бізнес: становлення, проблеми, інновації: матеріали X Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Полтава, 27–28 квітня 2020 року). – Полтава: ПУЕТ, 2020. – С. 109.

¹¹³ Там же. – 293 с.

істотно зменшити витрати і підвищити конкурентоспроможність серед інших підприємств.

Результатом використання логістичних концепцій є також суттєве зниження запасів продукції у виробництві, постачанні і збуті, зменшення собівартості, підвищення рівня задоволеності клієнтів якістю товару і обслуговування. Транспортування продукту, логістичні дії управління запасами гарантують більш високу гнучкість організації.

Практика господарської діяльності засвідчує, що логістика значно пришвидшує процес отримання необхідних даних, підвищує рівень та якість обслуговування. Основними відмінними рисами логістики є: наявність широкого асортименту товарів; активний попит на товари; великі вимоги до сервісу; присутність посередників; близька відстань між складською мережею і клієнтом. Зниження на 1 % логістичних втрат рівнозначно 10 % підвищення обсягу продажів [114].

На нашу думку, активне впровадження в кооперативній торгівлі України логістичних центрів та концепції мережевого ритейлу дозволить споживчій кооперації посилити свої конкурентні позиції на сільському споживчому ринку, повернутися у районні центри та селища міського типу, що дасть змогу підвищити конкурентоспроможність і ефективність господарської діяльності кооперативних підприємств і організацій.

¹¹⁴ Копич І. М. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку: монографія / І. М. Копич, О. О. Нестуля [та ін.]; за ред. В. В. Апопії, П. Ю. Балабана. – Львів : Новий світ – 2000, 2014. – 563 [3] с.

Наукове видання

**ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ
ВНУТРІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ
УКРАЇНИ: ТЕОРІЯ,
ПРАКТИКА, ІННОВАЦІЇ**

КОЛЕКТИВНА МОНОГРАФІЯ

Редактор *Н. М. Захарова*
Комп'ютерне верстання *О. С. Корніліч*

Формат 60x84/16. Ум. друк. арк. 13,5.
Тираж 300 пр. Зам. № 145/1631.

Видавець і виготовлювач
Вищий навчальний заклад Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі»,
к. 115, вул. Коваля, 3, м. Полтава, 36014; ☎(0532) 50-24-81

Свідоцтво про внесення до Державного реєстру видавців, виготівників і розповсюджувачів видавничої продукції ДК № 3827 від 08.07.2010 р.