

СЕКЦІЯ 3. СТРУКТУРНІ ЗМІНИ ПІД ВПЛИВОМ МЕРЕЖЕВИХ ОПЕРАТОРІВ. СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ ЯК МЕРЕЖЕВА СИСТЕМА ТОРГІВЛІ

*М. П. Балабан, к. е. н., доцент;
В. Ю. Іванов, студент
ПУЕТ, м. Полтава*

ОПТОВА ТОРГІВЛЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ВДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЙНИХ ФОРМ УПРАВЛІННЯ

Трансформаційні процеси, що характеризують розвиток економіки України в останні десятиліття, характерні і для споживчої кооперації, яка переживає етап фундаментальних змін, пов'язаних з переходом вітчизняної економіки до ринково орієнтованої моделі.

Глибоких структурних змін і втрат зазнала і оптова торгівля системи, яка в нинішніх умовах господарювання значно зменшила обсяги своєї діяльності як за об'єктивних причин (негативні явища, характерні для перехідного періоду), так і суб'єктивних – рівень керованості оптовою торгівлею та здатність її адаптуватися до конкурентного середовища.

Однією із важливих причин такого стану є ігнорування ролі оптової торгівлі з боку керівництва кооперативних організацій та практична відсутність змін в її організаційних формах і структурі управління, що потребує відповідного реагування.

В цих умовах особливої актуальності набувають проблеми удосконалення організаційної структури управління кооперативними підприємствами і організаціями всіх рівнів управління, перехід до нових економічних методів діяльності, суттєве розширення економічної самостійності господарюючих суб'єктів. Це вимагає на кожному рівні підвищеної відповідальності за наслідки організаційно-господарської діяльності, суттєвого скорочення кількості рівнів управління, виключення дублювання різними управлінськими органами аналогічних функцій [1, 3].

У процесі створення нових організаційних форм управління оптовою торгівлею необхідно враховувати різні соціальні та економічні фактори. Серед них: суттєве скорочення чисельності оптових і роздрібних торговельних підприємств, невизначеність у реформуванні власності системи і відсутність достатнього досвіду створення нових ринково орієнтованих організаційних форм і структур управління; неготовність персоналу оптових баз до роботи в умовах конкурентної економіки тощо.

Особливу актуальність ця проблема отримує у зв'язку з останніми рішеннями третього з'їзду Укркоопспілки (20–21 березня 2019 року), який у якості «глобального завдання, яке матиме наслідком посилення конкурентоспроможності споживчої кооперації визначив об'єднання кооперативного ритейлу в єдину торговельну мережу» [2, с. 4]. Це дасть змогу впроваджувати високі технології, збільшити обсяги діяльності, вдосконалити систему управління кооперативним господарством, суттєво знизити витрати на здійснення торговельної діяльності та, відповідно, ціни реалізації. «До переваг мережевого ритейлу слід також віднести: наявність єдиного управляючого центру, єдиної корпоративної стратегії (зокрема єдине управління трендом, єдина маркетингова стратегія), загальне управління постачанням товарів і їх переміщенням, централізація оперативної інформації (зокрема обробки замовлень, складання графіків постачань), можливість одночасного обслуговування різних сегментів ринку» [2, с. 4–5].

При цьому є об'єктивна можливість скоротити загальну чисельність працівників; здійснювати закупівлю великих партій товарів крупними оптовими базами системи безпосередньо у виробників, що дозволяє мережам активно впливати на асортимент, якість, ціни.

Реанімація кооперативної оптової торгівлі можлива шляхом створення оптово-логістичних центрів (практичний досвід функціонування яких має споживча кооперація Фінляндії і Швеції, що у 1980–1990-х роках провели кардинальну реорганізацію і перепрофілювання кооперативного господарства. Були ліквідовані виробництво, більшість підприємств ресторанного госпо-

дарства, дрібних оптових баз і складів тощо. Основною галуззю кооперативного господарства залишилися роздрібна торгівля, оптово-сервісні центри, транспорт). Це дозволить скоротити загальний обсяг товарних запасів, пришвидшити їх оборотність, мінімізувати витрати обігу. Таким чином, лише за умов створення розгалуженої мережі оптових логістичних центрів можлива успішна діяльність роздрібно-торговельної мережі системи. «Створення єдиних оптово-логістичних центрів із закупівлі товарів, об'єднання магазинів у мережевий ритейл дозволить отримати нижчі ціни, бонуси, маркетингові виплати тощо. Це єдиний спосіб зберегти торгівлю як галузь кооперативного бізнесу» [2, с. 5].

Крім того, аналіз ефективності діяльності правлінь районних і обласних споживспілок та Укоопспілки за останні роки, свідчить, що ці організації практично дублюють управлінські функції, вирішуючи аналогічні питання на відповідних рівнях. В умовах, коли відзначається суттєве скорочення чисельності підприємств усіх галузей господарської діяльності споживчої кооперації, обсягів їх діяльності, структура управління, що склалася, уже не відповідає вимогам часу. Враховуючи це нами запропоновано декілька напрямків організаційно-структурної перебудови організаційних форм управління райспоживспілок і районних споживчих товариств, що пов'язано, крім того і з створенням нових об'єднаних територіальних громад (ОТГ), які не вписуються у старі рамки районного і обласного рівнів:

- здійснити укрупнення споживчих товариств;
- реструктуризувати райспоживспілки (РСС) і районні споживчі товариства (РайСТ) у більш крупні міжрайонні комплекси;
- здійснити реорганізацію ієрархічної структури управління, що склалася в дореформений період, в напрямку орієнтації новостворених організаційних структур на споживчий ринок, створення, де це доцільно, відділів логістики, служби маркетингу тощо.

Список використаних інформаційних джерел

1. 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. – 421 с.
2. Балабан М. П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : монографія / М. П. Балабан. – Полтава : ПУСКУ, 2005. – 353 с.
3. Внутрішня торгівля України: проблеми і перспективи розвитку : монографія / І. М. Копич, О. О. Нестуля [та ін.] ; за ред. В. В. Апоптія, П. Ю. Балабана. – Львів : Новий світ – 2000, 2014. – 563 с.
4. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2018 рік. – Київ : УКС, 2019. – 47 с.

*П. Ю. Балабан, к. е. н., професор;
Ю. В. Іванов, к. е. н., доцент
ПУЕТ, м. Полтава;*

*Б. А. Курлейко, к. е. н., заступник завідувача
підприємство «Кооперативний ринок»
Кіровоградської облспоживспілки, м. Кропивницький*

СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ УКРАЇНИ: ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ В КОНКУРЕНТНІЙ ЕКОНОМІЦІ

На початку перехідного періоду споживча кооперація об'єднувала 12,3 млн пайовиків і обслуговувала більше 22 млн осіб населення України, здійснювала торговельну, заготівельну, виробничу діяльність, громадське харчування, будівництво, підготовку кадрів та інші види діяльності, монопольно обслуговуючи сільське населення України.

Починаючи з 90-х років, економіка України пройшла важкий шлях реформ, що характеризувався переходом до ринкових методів господарювання, скороченням ВВП країни, розбалансованістю господарського механізму. Відповідних трансформацій зазнав і кооперативний сектор економіки, в тому числі і споживча кооперація – основна кооперативна система держави.

Перехід до ринку об'єктивно повинен був стимулювати поступальний розвиток кооперативного господарства, – спожив-