

4. Просування сайту. Розкручування Інтернет-магазину / [Інтернет-ресурс]. – Режим доступу : <http://webstudio2u.net/ua/web-promotion/198-promotion-for-online-shop.html>.

5. Методи просування Інтернет-магазинів / [Інтернет-ресурс]. – Режим доступу : <http://fishka-plus.com.ua/blog/metody-prosuвання-internet-magazyniv.html>.

6. Просування та розкручування Інтернет-магазину / [Інтернет-ресурс]. – Режим доступу : <http://www.etechs.com.ua/i/lng.ua/page.seo>.

7. Ефективне просування інтернет-магазину / [Інтернет-ресурс]. – Режим доступу : <http://www.sanao.com.ua/uk/statti/45-2010-11-13-19-26-15/94-efektivne-prosuвання-internet-magazynu.html>.

УДК 334.735

Серветник-Царій В. В.

## СТАН І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

*Досліджено стан і тенденції зміни потенціалу торгівлі споживчої кооперації України. Зокрема, визначено зниження кількості райспоживспілок, районних та інших споживчих товариств, підприємств оптової та роздрібною торгівлі, ринків, торговельних та складських площ, товарообороту. На основі рішень XXI з'їзду споживчої кооперації України визначено напрями реформування системи загалом та торговельної сфери в тому числі. Зокрема, визначено за доцільне відновлення та організацію міжгалузевих зв'язків та концентрацію зусиль кожного підприємства на напрямках діяльності, які традиційно є сильною стороною української споживчої кооперації, впровадження інноваційних методів управління.*

**Ключові слова:** споживча кооперація України, торгівля, потенціал, постанова, з'їзд.

Servetnyk-Tsariy V.

## STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF POTENTIAL OF TRADE OF CONSUMER CO-OPERATION OF UKRAINE

*Investigational the state and tendencies of change of potential of trade of consumer co-operation of Ukraine. In particular, certainly decline of amount of rayspozhyvspilok, district and other consumer societies, enterprises of wholesale and retail trade, markets, point-of-sale and ware-house areas, commodity turnover. On the basis of decisions of XXI convention of consumer co-operation of Ukraine certainly directions of reformation of the system on the whole and point-of-sale sphere in a that number. In particular, certainly for expedient renewal and organization of mizhgaluzevikh connections and concentration of efforts of every enterprise on directions of activity, which traditionally are the strong side of Ukrainian consumer co-operation, introduction of innovative methods of management.*

**Keywords:** consumer co-operation of Ukraine, trade, potential, decision, convention.

**Вступ.** Споживча кооперація Україна – система організацій і підприємств, яка з використанням величезного досвіду та сучасних методів здійснює забезпечення населення продуктами харчування та іншими соціально орієнтованими товарами, а також різноманітними послугами, організовує зв'язки між галузями, є рушійною силою розвитку інфраструктури на селі і забезпечення зайнятості громадян. Для здійснення таких функцій споживча кооперація загалом та її провідна сфера – торгівля – володіє значним ресурсним потенціалом. Основним завданням функціонування торгівлі споживчої кооперації в сучасних умовах є забезпечення ефективного використання свого потенціалу.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження стану та ефективності використання потенціалу торговельних підприємств споживчої кооперації України досліджували такі вчені як А. Артеменко, В. В. Апопій [1], С. Г. Бабенко, П. Ю. Балабан, Н. Г. Міценко, Г. П. Скіляр, Ю. В. Тимченко, А. Н. Фрідман та інші. Проте, після проведення XXI (позачергового) з'їзду споживчої кооперації України виникли нові перспективи розвитку підприємств торгівлі.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження стану потенціалу торгівлі споживчої кооперації та визначення перспектив розвитку торгівлі з врахуванням виявлених тенденцій та в світлі рішень останнього з'їзду споживчої кооперації.

**Виклад основного завдання.** Перехід до ринкової економіки супроводжувався появою певних, у тому числі негативних, тенденцій у розвитку торгівлі споживчої кооперації, що вплинуло на обсяги її діяльності, зменшення розмірів потенціалу.

Аналіз показників, наведених у табл. 2, дозволив виявити негативні і позитивні тенденції розвитку роздрібних торгових підприємств. Загальна кількість кооперативних магазинів склала на початок 2010 р. 11340 одиниць, але зменшилася при цьому,

Таблиця 1  
Показники динаміки споживчих товариств і їх спілок у системі споживчої кооперації України (Укоопспілки) за 2008 – 2010 рр. (на початок року) [3, 4]

Організаційні форми	Роки			Відхилення 2010 р. від	
	2008	2009	2010	2008	2009
Кримспоживспілка	1	1	1	-	-
Облспоживспілка	21	21	21	-	-
Райспоживспілка	228	222	217	-11	-5
Районні споживчі товариства	200	197	194	-6	-3
Споживчі товариства (без районних)	1933	1911	1880	-53	-31

Специфіка формування матеріально-технічної бази споживчої кооперації полягає в об'єднанні об'єктів в спілки різного рівня. Аналіз, проведений за даними табл. 1 дозволяє стверджувати про погіршення стану споживчої кооперації з точки зору формування райспоживспілок, яких в 2010 році стало на 11 менше порівняно з 2008 р. та на 5 менше – порівняно з попереднім. Кількість районних споживчих товариств в 2008-2010 роках зменшилась на 6, порівняно з 2009 р. – на 3 од. Споживчі товариства в 2010 р. порівняно з 2009р. зменшились на 53од., порівняно з 2009 р. – на 31од.

у порівнянні з 2008 р. на 1854 од., або на 14,1%. Також сформувалася тенденція зменшення кількості магазинів споживчої кооперації, які розташовані у сільській місцевості. Так, за 2008 - 2010 рр. їх кількість зменшилася на 1600 одиниць, або на 14,8%. Разом з тим позитивними є деякі якісні зміни. Збільшилася у 2008 - 2009 рр. кількість магазинів самообслуговування на 358 одиниць, а їх частка у загальній кількості магазинів досягла у 2010 р. 13.9%.

Певну характеристику магазинам споживчої кооперації надають показники їх торгової площі (табл. 3).

Таблиця 2  
Показники динаміки кількості діючих роздрібних підприємств за типами в системі споживчої кооперації України (Укоопспілки) за 2008 - 2010 рр. (на початок року) [3, 4]

Типи роздрібних торгових підприємств	Роки			Відхилення 2010 р. від	
	2008	2009	2010	2008	2009
Магазини	13194	12057	11340	-1854	-717
з них продовольчі	12058	11044	10376	-1682	-668
непродовольчі	1136	1013	964	-172	-49
із загальної кількості магазинів:					
магазини самообслуговування	1218	1425	1576	358	151
магазини розташовані у сільській місцевості	10806	9808	9206	-1600	-602

Наведені факти свідчать, на нашу думку, не тільки про зменшення присутності споживчої кооперації в окремих районах, але й про її цілковите зникнення там як господарюючого суб'єкта.

За час свого розвитку споживча кооперація створила розгалужену мережу різних типів підприємств роздрібною та оптовою торгівлі. Однак сформувалася тенденція до скорочення кількості роздрібних торгових підприємств (табл. 2).

Аналіз показників табл. 3 дає можливість виявити в цілому позитивну тенденцію збільшення, хоча і незначного, розмірів магазинів споживчої кооперації. Площа продовольчого магазину досягла у 2010 р. 77 м<sup>2</sup>, а непродовольчого – 138 м<sup>2</sup>. Середня площа одного магазину, розташованого у сільській місцевості, склала 72 м<sup>2</sup>. Вказані площі дозволяють у цілому здійснювати торговельне обслуговування пайовиків, задовольняти їх потреби.

Таблиця 3  
Показники торгової площі діючих роздрібних підприємств у системі споживчої кооперації України (Укоопспілки) за 2008 - 2010 рр. (на початок року) [3, 4]

Типи роздрібних торгових підприємств	Роки			Відхилення 2010 р. від	
	2008	2009	2010	2008	2009
Магазини	80,5	81,6	82,0	1,5	0,4
з них продовольчі	75,1	76,5	77,0	1,9	0,5
непродовольчі	138,2	137,4	138,0	-0,2	0,6
із загальної кількості магазинів:					
магазини самообслуговування	108,3	109,5	104,1	-4,2	-5,4
магазини розташовані у сільській місцевості	70,6	71,2	72,0	1,4	0,8

У безпосередній взаємодії з підприємствами роздрібною торгівлі функціонують підприємства оптової торгівлі, які формують асортимент товарів у відповідності до запитів споживачів. Станом на 01.01.2010 р. у галузі оптової торгівлі споживчої кооперації системи Укоопспілки налічувалось сімдесят торгових баз, з них тридцять сім універсальних міжрайбаз облспоживспілок і Кримспоживспілки, чотирнадцять госпрозрахункових баз районних споживспілок та споживтовариств. Дев'ять баз і міжрайонних складів з торгівлі господарчими товарами, лісовими і будівельними матеріалами [4, с. 4]. У цілому підприємства оптової торгівлі володіють розвиненою матеріально-технічною базою, яка характеризується узагальнюючими показниками складської площі і місткостей для зберігання продуктів харчування. Так, площа складської мережі у 2008 - 2010 рр. має наступні показники динаміки (табл. 4).

збільшується площа спеціалізованих складів з торгівлі госптоварами, лісовими і будівельними матеріалами.

Крім того, у системі споживчої кооперації України створені значні обсяги місткостей для зберігання продуктів харчування на підприємствах оптової торгівлі (табл. 5).

Аналіз показників, що наведені і розраховані у табл. 5, дозволяє зробити висновок щодо зменшення місткостей для зберігання продуктів харчування. Особливо це стосується місткостей овочекартоплесховищ, які за період 2008 - 2010 рр. скоротилися на 14,1 тис. т. або на 21,7 %.

Загальна тенденція скорочення кількості діючих підприємств не оминула також і галузь ресторанного господарства (табл. 6).

Позитивним є деяке збільшення кількості ресторанів, на розвиток яких зроблено акцент у планах низки облспоживспілок. Негативним є зменшення

Таблиця 4

**Показники наявності складської мережі у системі споживчої кооперації України (Укоопспілки) за 2008-2010р.р. (на початок року) [3, 4]**

(тис. кв. м.)

Типи складів	Роки			Відхилення 2010 р. від	
	2008	2009	2010	2008	2009
Площа загальнотоварних складів, в т.ч.	289,5	255,1	249,3	-40,2	-5,8
у райспоживспілках і райспоживтовариства	117,8	105,5	97,2	-20,6	-8,3
у обласних і республіканських споживспілках	159,9	136,9	138,0	-21,9	1,1
у споживтовариствах (без районних)	11,8	12,7	14,1	2,3	1,4
Площа складів з торгівлі госптоварами, лісовими та будівельними матеріалами	23,5	23,4	24,4	0,9	1,0

Оцінка показників, які наведені у табл. 4, дає підставу стверджувати, що при загальній тенденції зменшення складської площі підприємств оптової торгівлі, особливо у райспоживспілках і райспоживтовариствах, відбуваються позитивні зрушення у низовій ланці, а саме у споживтовариствах. Також

кількості кафе, закусочних, буфетів, їдалень, мережі, яка розташована у сільській місцевості.

Досить значним є скорочення кількості ринків у системі споживчої кооперації України (рис. 1). Аналіз показує стійку тенденцію до зменшення кількості кооперативних ринків.

Таблиця 6

**Показники наявності діючої мережі підприємств ресторанного господарства в системі споживчої кооперації України (Укоопспілки) за 2008 - 2010 рр. (на початок року) [3, 4]**

(одиниць)

Типи підприємств	Роки			Відхилення 2010 р. від	
	2008	2009	2010	2008	2009
Усього	4387	3905	3709	-672	-196
з них: кафе, закусочні, буфети	2824	2521	2378	-446	-143
ресторани	170	167	176	6	9
їдальні	1000	874	845	-155	-29
Мережа, яка розташована у сільській місцевості	2718	2358	2225	-493	-133

Таблиця 5

**Показники наявності місткостей для зберігання продуктів харчування в системі споживчої кооперації України (Укоопспілки) за 2008 - 2010рр. (на початок року) [3, 4]**

(тис. т)

Типи сховищ	Роки			Відхилення 2010 р. від	
	2008	2009	2010	2008	2009
Овочекартоплесховища	65,1	53,8	51,0	-14,1	-2,8
Фруктосховища	6,0	3,7	2,7	-3,3	-1,0
Склади - холодильники з машинним охолодженням	12,7	11,5	11,3	-1,4	-0,2
Стаціонарні холодильні камери у підприємствах торгівлі, громадського харчування	2,4	2,0	1,8	-0,6	-0,2

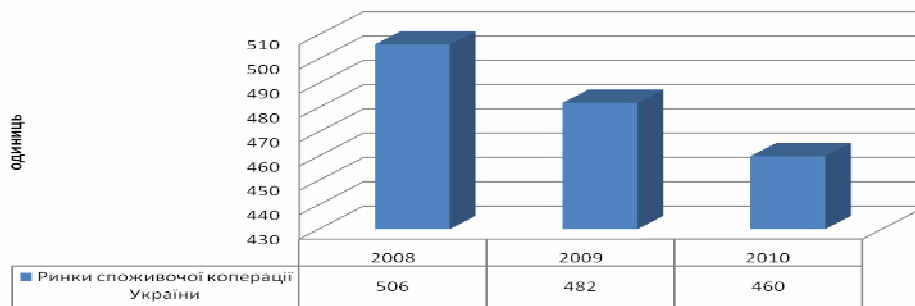


Рис. 1. Показники наявності ринків в системі споживчої кооперації України за 2008-2010 роки [3,4]

Таким чином, нами виявлено стійку негативну тенденцію до зменшення кількості підприємств торгівлі споживчої кооперації, що, в свою чергу, здійснює вплив на узагальнюючі показники їх функціонування в процесі використання потенціалу.

Головними такими узагальнюючими показниками діяльності є обсяг і структура роздрібного товарообороту споживчої кооперації, які наведені нами у табл. 7.

3) стереотип поведінки персоналу, що безпосередньо працює із споживачем.

4) недиференційована система оплати праці працівників.

5) недооцінка конкурентів [2, с.172].

Першим напрямом реформування споживчої кооперації України загалом та торговельної сфери в тому числі, затвердженим Постановою XXI (позачергового) з'їзду споживчої кооперації України, визначено підвищення ефективності господарської

Таблиця 7

Показники обсягу і структури роздрібного товарообороту споживчої кооперації України за 2008 - 2010 рр. [3, 4]  
(обсяг - млн. грн., частка - %)

Показники	Роки			Відхилення 2010 р. від	
	2008	2009	2010	2008	2009
Загальний обсяг роздрібного товарообороту	3887,0	3984,2	4368,1	481,1	383,9
Частка обороту мережі, розташованої у сільській місцевості	56,8	58,9	57,3	0,5	-1,6
Обсяг роздрібного товарообороту торгової мережі	3215,0	3309,2	3674,1	459,1	364,9
Частка роздрібного товарообороту торгової мережі	82,7	83,1	84,1	1,4	1,0
Обсяг роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства	672,0	675,0	694,0	22,0	19,0
Частка роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства	17,3	16,9	15,9	1,4	1,0

Оцінка показників, наведених у табл. 7., дозволяє зробити наступні висновки. В цілому загальний обсяг товарообороту за 2008 - 2010 рр. у діючих цінах постійно зростає. Загальний обсяг роздрібного товарообороту складався з обсягу роздрібного товарообороту торгової мережі, частка якого досягла 82-84 %, і обсягу роздрібного товарообороту закладів ресторанного господарства. Враховуючи, що соціальною базою споживчої кооперації, її членами є жителі переважно сільської місцевості, недостатньо значною, на нашу думку, є динаміка частки обороту мережі, розташованої у сільській місцевості (вона не досягала 60%).

Таким чином, проведений аналіз стану та зміни потенціалу торгівлі споживчої кооперації України виявив негативні тенденції в зміні як самих об'єднань системи, так і окремих підприємств сфери торгівлі. Розмір товарообороту в діючих цінах зростає невисокими темпами. Існують і інші проблеми, які носять важливу роль потребують негайного вирішення, зокрема:

1) погіршення структури кадрового потенціалу, відтік молодих спеціалістів.

2) інертність працівників торгових підприємств, відсутність підприємницьких якостей у деяких керівників і спеціалістів.

діяльності споживчої кооперації [5]. Вирішення цього завдання потребуватиме від споживчої кооперації:

\* модернізації підприємств, оптимізації їх потужностей, концентрації господарської діяльності та раціонального розташування кооперативних господарських об'єктів;

\* диверсифікації господарської діяльності на базі нових технологій, методів та форм господарювання;

\* впровадження конкурентних стратегій, ефективних методів конкурентної боротьби, реалізації конкурентних переваг споживчої кооперації.

Спільний бізнес на основі взаємовигідного інтересу дозволить забезпечити єдність та цілісність системи споживчої кооперації України, а також її стабільність та благополуччя в майбутньому [5].

**Висновки.** Таким чином, торгівля споживчої кооперації України має традиції та специфічне переважне місце розташування, володіє значним потенціалом, розвинуту мережу підприємств по всій країні. Разом з тим, аналіз стану та тенденцій зміни різноманітних показників торгівлі споживчої кооперації виявив загальне погіршення стану та зменшення кількості об'єднань, підприємств, площ та ринків.

Для підвищення ефективності торгівлі споживчої кооперації та забезпечення її розвитку, як провідної сфери господарювання системи, доцільно, використовуючи досвід світових кооперативних систем, в світлі рішення постанови останнього з'їзду, відновити та організувати зв'язки між сферами господарювання системи, реформувати потужності з метою усунення малоприбуткових (чи збиткових) та концентрації зусиль кожного підприємства на напрямках діяльності, які традиційно є сильною стороною української споживчої кооперації, впровадити інноваційні методи управління.

Реформування торгівлі споживчої кооперації України потребує подальших розробок в світлі рішень Постанови XXI (позачергового) з'їзду. Зокрема, вимагає конкретики кожен означений напрям реформування в розрізі окремих підприємств та їх об'єднань, а також потрібен постійний моніторинг за виконання означених програм.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Розвиток кооперативної торгівлі в умовах глобалізації товарних ринків та інтернаціоналізації торгового капіталу / В. В. Апопій //

Споживча кооперація України : історичний досвід, сучасний розвиток, стратегічні орієнтири : зб. наук. доп. уч-в Всеукр. наук. - практ. конф. – Львів: Львівська комерційна академія, 2010. – С. 148-156.

2. Бенько І. Проблеми сучасного стану споживчої кооперації України / І. Бенько // Наукові записки ТНПУ ім. В. Гнатюка. / [редкол.: А. А. Григорук, Т. Г. Дудар, С. Л. Дусановський та ін.] – Тернопіль, 2008. – Вип. 22. – С. 155-157. (Сер. Економіка)

3. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2004-2008 роки / Укоопспілка. – К. : 2009. – 118 с.

4. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2009 рік / Укоопспілка. – К. : 2010. – 104 с.

5. Постанова XXI (позачергового) з'їзду споживчої кооперації України [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.nau.ua/index.php?page=hotline&file=416219-04102012-0.htm>

УДК 330.357:65.016.2

Мамаєва Г. С.

### ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Розроблено науково-методичний підхід до оцінки стійкого розвитку підприємства на основі побудови ієрархічного графу. Розглянуто складові локальні елементи стійкого розвитку торговельного підприємства і обґрунтовано систему показників.*

**Ключові слова:** стійкість, розвиток, процесний підхід, управління, збалансованість, стійкий розвиток.

Мамаєва Г.

### FORMATION OF INDICATORS OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF COMMERCIAL ENTERPRISE

*The scientific and methodological approach to the evaluation of sustainable development on the basis of building a hierarchical graph. The components of the local elements of sustainable development of commercial enterprise and reasonable system performance.*

**Keywords:** stability, development, process approach, management, balance, sustainable development.

**Вступ.** В умовах високого динамізму зовнішнього середовища сучасне торговельне підприємство може стати ефективним завдяки здатності пристосовуватися до змін. Відповідність внутрішнього середовища підприємства вимогам зовнішнього середовища, є найважливішим чинником ринкового успіху й приводить підприємство до необхідності постійної трансформації. При цьому ефективне управління внутрішнім середовищем повинно бути адекватним поточним і майбутнім змінам зовнішнього середовища з одночасним забезпеченням стабільного, збалансованого та інтег-

рованого розвитку підприємства. Тому виникає необхідність обґрунтування інструментів й методів оцінки процесу управління підприємством з одночасною підтримкою його стійкого розвитку.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проведений аналіз економічної літератури щодо формування системи показників оцінки стійкого розвитку торговельного підприємства, дав змогу виявити, що найчастіше науковці в ході своїх досліджень використовують методи теоретичного узагальнення, системного аналізу, метод екстраполя-