

- Proceedings of the Eighty-sixth Annual Meeting of the American Economic Association. – 1994. – Vol. 64. – № 2. – P. 1–14.
8. Занг В.-Б. Синергетическая экономика. Время и перемены в нелинейной экономической теории : [пер. с англ.] / В.-Б. Занг. – М. : Мир 1999. – 335 с. ; ил.
 9. Гриньов А. В. Інноваційний розвиток промислових підприємств: концепція, методологія, стратегічне управління / А. В. Гриньов. – Х. : ІНЖЕК, 2003, 304 с.
 10. Фатхутдинов Р. А. Инновационный менеджмент : учеб. для вузов / Р. А. Фатхутдинов. – 5-е изд. – С.Пб. : Питер, 2005. – 448 с. : ил. – (Серия «Учебник для вузов»).
 11. Маляревский Ю. Д. Проблема оценки информационно-интеллектуальных аспектов деятельности предприятий инновационного типа развития / Ю. Д. Маляревский, С. В. Лабунская, Н. В. Курган // БИЗНЕС ИНФОРМ. – 2007. – № 8 (338). – С. 17–27.

УДК 658.61.9: 334.735 (477)

АНАЛІЗ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СПОСОБИ ПОКРАЩЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

І. В. Титаренко

Майбутнє споживчої кооперації залежить від історичного розвитку, умов роботи та постановки господарсько-фінансової політики, отриманих у результаті минулих подій. Прийняті рішення в минулому відображають реальні події сьогодення, на основі яких формуються висновки про майбутню роботу суб'єкта.

Підвищення ефективності господарювання підприємств роздрібної торгівлі в системі споживчої кооперації значною мірою залежить від якості управління, за допомогою аналізу показників і позитивних результатів від удосконалення запланованих рішень.

Порівнюючи завдання та цілі роботи споживчої кооперації та підприємств різних форм власності слід зауважити, що система споживчої кооперації має багатогалузеві завдання та ряд особливостей діяльності.

Враховуючи сучасні умови господарювання, виникає необхідність у детальному аналізі діяльності підприємств торгівлі споживчої кооперації. Крім того, споживча кооперація потребує досить вагомих трансформацій, які виникають з урахуванням теоретичних і практичних досліджень.

Необхідно зазначити, що теоретичним і практичним питанням управління кооперативної діяльності присвячено безліч наукових праць вітчизняних та зарубіжних учених. Вагомий внесок у розробку та дослідження зазначених питань зробили як вітчизняні вчені (М. Туган-Барановський, О. М. Ананьєв, В. А. Антонюк, Є. В. Афанасьєв, С. Г. Бабенко, М. П. Балабан, Н. В. Єрьоміна, О. В. Карпенко, М. В. Макарова, І. А. Маркіна, І. І. Новаківський, В. О. Новак, Л. М. Шимановська-Діанич, Ю. Г. Шурупова, С. Я. Яремко та ін.), так і зарубіжні науковці (К. Лаудон, Дж. Лаудон, Р. Оуен, Дж. Рассел та ін.).

Актуальність викладених вище аспектів сучасного стану розвитку торгівлі споживчої кооперації, недостатність їх теоретичного аналізу та практичного застосування обумовили необхідність написання даної статті.

Метою статті є аналіз господарсько-фінансової діяльності підприємств торгівлі споживчої кооперації України та пропозиції щодо напрямів покращення їх діяльності.

В умовах фінансової та ринкової нестабільності, підприємства споживчої кооперації продовжують свою роботу з нарощування обсягових показників і ефективності госпо-

дарювання в усіх ланках і галузях діяльності. Зокрема, у Постанові Ради Укоопспілки «Про господарсько-фінансову діяльність споживчої кооперації України у 2009 році та основні напрями її економічного і соціального розвитку у 2010 році» зазначається про найважливіші завдання правлінь споживспілок, споживчих товариств забезпечення втілення у життя рішень XX з'їзду споживчої кооперації України, зростання економічного потенціалу системи кооперативних організацій, їх підприємств (об'єднань), захист майнових прав та інтересів суб'єктів господарювання, зміцнення соціальної основи споживчих товариств за рахунок залучення в їхні члени широких верств населення, розширення їхньої участі в господарській діяльності – формуючи фінансові ресурси та придбаваючи товарів у кооперативних магазинах [2].

На сучасному етапі розвитку та функціонування, побудова організаційної структури управління системи споживчої кооперації налагоджена досить успішно. Проте, звертаємо увагу на внутрішній процес складу, структури, ефективності взаємозв'язків між відділами фінансової підсистеми при обміні інформацією в загальній системі управління підприємством.

Аналіз побудови відділів у системі споживчої кооперації показав, що організаційна структура налагоджена досить зважено. Для оцінки реального стану роботи відділів та організаційної побудови між ними пропонуємо зупинитися детальніше.

Автор статті визначив, що у системі Укоопспілки виділено фінансово-економічне управління, яке координує і об'єднує роботу фінансових відділів усієї системи. Слід зауважити, що у разі відсутності фінансової служби, її обов'язки виконує бухгалтерія. Крім того, на бухгалтерську службу покладено функції управління фінансами в багатьох структурних підрозділах райспоживспілок, зокрема на деяких невеликих підприємствах.

У практиці роботи підприємств споживчої кооперації склалися такі форми організації бухгалтерського обліку:

- централізована;
- децентралізована;
- комбінована.

При централізованій формі організації бухгалтерського обліку всі первинні та зведені документи надходять до бухгалтерії кооперативного підприємства, де здійснюється їх подальша обробка та складається фінансова звітність. При централізації облікового процесу утворюються великі масиви інформації, відокремлюються процеси складання та обробки інформації.

Спеціалізація працівників за обліковими ланками, створення умов для автоматизації бухгалтерського обліку, зміцнення контрольних функцій обліку завдяки його оперативності – позитивні характеристики, які мають вплинути на рішення підприємств споживчої кооперації щодо доцільності створення централізованої бухгалтерії та забезпечити широке впровадження централізації у практику роботи бухгалтерських служб.

Побудова та належне функціонування бухгалтерського обліку передбачає органічне поєднання методологічних та організаційних принципів його здійснення. Крім того, для забезпечення якісного та правдивого обліку, потрібна швидкі та неупереджені дані про факти здійснених операцій, які використовуються у подальшому аналізі. Процес обробки, реєстрації даних переходить до процесу аналізу та прийняття рішень щодо підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі споживчої кооперації України. Тому, пропонуємо проаналізувати результати їх діяльності за 2005–2009 рр. [4, 5]. Перш за все, звертаємо увагу на кількість підприємств роздрібною торгівлі споживчої кооперації за економічним районуванням (табл. 1).

Слід зауважити, що визначено дев'ять економічних регіонів, до яких входять облспоживспілки. За результатами дослідження 2008–2009 рр., визначено, що разом по Укоопспілці кількість підприємств роздрібною торгівлі зменшилась на 717 одиниць, в тому числі максимальне зменшення спостерігається у столичному регіоні, зокрема на 205 підприємств. На 134 одиниці зменшилось об'єктів роздрібною торгівлі у Карпатському регіоні. Таке різке зменшення торговельних одиниць у споживчій кооперації відбулося через зростання приватних малих підприємств або великих торговельних комплексів.

Таблиця 1

**Динаміка роздрібно-торговельної мережі підприємств і організацій споживспілок
згідно економічного районування за 2008–2009 рр.**

Назва економічного регіону	Кількість підприємств, шт.		Відхилення (±)
	2008 р.	2009 р.	
Причорноморський	1320	227	-93
Північно-східний	1762	1664	-98
Карпатський	1733	1599	-134
Центральноукраїнський	1228	1144	-84
Придніпровський	341	350	9
Столичний	1539	1334	-205
Подільський	2448	2418	-30
Північно-західний	1261	1191	-70
Донецький	422	410	-12
Разом	12054	11337	-717

Звертаємо увагу на питому вагу підприємств роздрібно-торгівлі споживчої кооперації у загальній кількості об'єктів роздрібно-торгівлі загалом по Україні. За статистичними даними 2008 р., загальна кількість підприємств по Україні нараховується 64,3 тис. Питома вага підприємств роздрібно-торгівлі споживчої кооперації становить 18,7 % (табл. 2). За економічним районуванням, найбільша питома вага у загальній кількості становить 40,1 % у Подільському регіоні. Це дає змо-

гу стверджувати, що діяльність Вінницької та Тернопільської облспоживспілки є досить ефективною і спрямована на подальшу продуктивну роботу щодо розвитку підприємств роздрібно-торгівлі Подільському регіоні, про що свідчить зростання торговельних одиниць 2009 р. порівняно з 2008 р. у Вінницькій облспоживспілці на 13, а у Тернопільській на 3 торговельні одиниці. У Хмельницькій облспоживспілці упродовж 2009 р. їх кількість зменшилась на 46 одиниць.

Таблиця 2

**Динаміка питомої ваги роздрібного товарообороту підприємств споживспілок
у загальному товарообороті економічного регіону за 2007–2008 рр.**

Назва економічного регіону	Питома вага, %		Відхилення (±)
	2007 р.	2008 р.	
Причорноморський	1,3	12,8	11,5
Північно-східний	1,8	21,5	19,7
Карпатський	1,7	18,8	17,1
Центральноукраїнський	1,2	18,1	16,8
Придніпровський	0,3	4,7	4,4
Столичний	1,5	34,2	32,7
Подільський	2,4	40,1	37,7
Північно-західний	1,3	37,1	35,8
Донецький	0,4	4,9	4,5
Разом	12,1	18,7	6,7

Досить непогане розповсюдження торговельної діяльності мають Столичний та Північно-західний регіони та питома вага кількості їх одиниць у загальній кількості підприємств роздрібно-торгівлі відповідного

економічного регіону становить 34,2 та 37,1 % у 2008 р. (див. табл. 2).

Слід відмітити, що по всіх регіонах питома вага кількості підприємств роздрібно-торгівлі у 2008 р. порівняно з 2007 значно зросла. Тому

можна зробити висновок, що розповсюдження споживчої кооперації є досить ефективним. Проте для якіснішого дослідження, крім кількісного складу, проаналізуємо показники господарської діяльності підприємств роздрібною торгівлі системи споживчої кооперації України за 2005–2009 рр. (табл. 3).

Як свідчать результати розрахунків, товарооборот роздрібною торговельною мережею у 2009-му порівняно з 2005 р. збільшився у всіх регіонах на 1185,7 млн грн. Найвищий показник обороту роздрібною торгівлі має Подільський економічний регіон, до якого відносять-

ся Вінницька, Тернопільська та Хмельницька облспоживспілки. Відповідно у 2009 р. проти 2005 р. оборот збільшився на 369,5 млн грн, а проти 2008 р. зріс на 47,0 млн грн. Крім того, у 2009 р. порівняно з попереднім оборот має тенденцію до зростання і у Північно-східному, Карпатському, Центральноукраїнському, Північно-західному, Донецькому регіонах. Це є досить ефективними показниками діяльності облспоживспілок. Проте слід відзначити, що оборот зменшився у Причорноморському, Придніпровському, Столичному регіонах.

Таблиця 3

Динаміка обороту роздрібною торговою мережею споживспілок у економічних регіонах за 2005–2009 рр.

Назва економічного регіону	Оборот роздрібною торговою мережею, млн грн					Відхилення (±)	
	2005 р.	2006 р.	2007 р.	2008 р.	2009 р.	2009 р. до 2005	2009 р. до 2008
Причорноморський	266,5	294,1	329,2	362,1	359,5	93,0	-2,6
Північно-східний	331,2	368,2	410,5	455,1	455,2	124,0	0,1
Карпатський	284,8	316,3	348,9	402,6	427,7	142,9	25,1
Центральноукраїнський	305,3	343,7	364,6	422,9	431,5	126,2	8,6
Придніпровський	88,1	102,6	104,4	104,4	101,9	13,8	-2,5
Столичний	267,3	292,2	317,2	382,5	369,8	102,5	-12,7
Подільський	321,9	397,4	498,2	644,4	691,4	369,5	47,0
Північно-західний	197,6	243,8	277,1	353,6	377,8	180,2	24,2
Донецький	52,3	59,0	66,9	76,1	85,9	33,6	9,8
Разом	2115,0	2417,3	2717,0	3203,7	3300,7	1185,7	97,0

Отже, дані статистики свідчать про наявність розвитку роздрібною торгівлі споживчої кооперації України в сучасних ринкових умовах господарювання. Зазначимо, що з розвитком нових ринкових умов кожен суб'єкт визначає майбутній ефективніший шлях розвитку на основі прорахунків, допущених у минулих і звітних періодах. Таким чином, для визначення подальших завдань діяльності підприємств роздрібною торгівлі споживчої кооперації слід врахувати прорахунки, які були допущені:

- порушення взаємозв'язків між власними виробниками продукції та роздрібною торгівлею;
- торгівля схожими імпортованими товарами;
- зниження взаємозв'язків з оптовою ланкою споживчої кооперації;

• послаблення впливу держави на розвиток торговельної галузі в цілому та споживчої кооперації зокрема;

- нераціональна структура розташування торговельних підприємств;
- зменшення попиту сільського населення і скорочення сільського споживчого ринку;
- скорочення заготівельної діяльності;
- зменшення асортименту продовольчих і непродовольчих товарів.

Для стабілізації господарської діяльності підприємств роздрібною торгівлі споживчої кооперації пропонуємо врахувати наші пропозиції:

- впровадження методів підприємництва у роботу роздрібною торгівлі;
- планування і контроль за витратами;

- налагодження зв'язків з вітчизняними виробниками;
- спільна робота з виробничими, оптовими і заготівельними підприємствами;
- упровадження маркетингової стратегії та створення потужної системи маркетингу;
- поглиблене дослідження зовнішнього та внутрішнього ринку торговельної діяльності;
- раціональне розташування магазинів роздрібною торгівлі у сільській місцевості тощо.

Оцінюючи сучасний розвиток діяльності споживчої кооперації, відмітимо, що на фоні досягнутих успіхів, слід упроваджувати та розвивати нові вимоги ринкових відносин не тільки для покращення діяльності, але й з метою побудови міцного підґрунтя для подальшого ефективного функціонування.

ЛІТЕРАТУРА

1. Балабан М. П. Оптова торгівля в ринковому середовищі: ефективність функціонування та стратегія розвитку : [монографія] / М. П. Балабан. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2005. – 153 с.
2. Інтернет-сервер офіційного сайту Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.coop.com.ua>. – Заголовок з титулу екрана.
3. Маркіна І. А. Управління споживчою кооперацією як соціально-економічною системою: теорія та практика : монографія // І. А. Маркіна. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 255 с.
4. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2004–2008 роки. – К. : Центральна спілка споживчих товариств України, 2009. – 118 с.
5. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2009 рік. – К. : Центральна спілка споживчих товариств України, 2010. – 103 с.
6. Шимановська-Діанич Л. М. Методичний підхід до формування організаційно-економічного механізму управління розвитком системи споживчої кооперації України / Л. М. Шимановська-Діанич, В. А. Власенко // Науковий вісник ПУСКУ. – 2007. – № 1 (21). – С. 119–123. – (Серія: «Економічні науки»).

УДК 339.138

ЕТИМОЛОГІЯ КАТЕГОРІЇ «МАРКЕТИНГ ПЕРСОНАЛУ» У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Ю. Г. Кропивка

Сучасний етап розвитку науки і техніки, розробка нових технологій, проведення радикальних економічних реформ зумовили зміну функцій, методів і підходів до управління персоналом в цілому та виокремлення нового напрямку в цій сфері – маркетингу персоналу.

У сучасній економічній літературі значна увага приділяється дослідженню процесу управління персоналом, зокрема, маркетингу персоналу. Це відображено в працях вітчизняних і зарубіжних учених, а саме: В. Д. Ардзинової, В. В. Бесчастнова, О. В. Железцова,

А. Я. Кібанова, О. Ю. Клімової, О. В. Кобяк, В. М. Колпакова, В. І. Крупко, С. В. Легомінової, Д. Лобанова, О. В. Мартиненко, Л. В. Пашук, І. В. Петрової, А. Т. Тлеубердінової, В. В. Томілова, С. Фірсової, Л. М. Шимановської-Діанич. Проте результати аналізу досліджень даної проблематики у науковій літературі свідчать, що маркетинг персоналу є відносно новим поняттям у світовій практиці управління персоналом і на сьогодні не існує загальноприйнятого визначення поняття «маркетинг персоналу».