

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЛОГІСТИКИ ЯК УМОВА ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ

У статті розглянуто сучасні підходи до підвищення ефективності діяльності підприємств торгівлі споживчої кооперації. Обґрунтовано необхідність формування інтегрованої системи логістики підприємств кооперативної роздрібної та оптової торгівлі, визначено напрями та проблеми її побудови на сучасному етапі.

The modern approaches to consumer cooperative enterprise commercial activity improvement is discussed in the article. The necessity of creating an cooperative retail and wholesale trade enterprise is integrated logistics is grounded, the directions and problems of its construction at present are determined.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Підвищення конкурентоспроможності підприємств торгівлі споживчої кооперації України на внутрішньому споживчому ринку протягом останніх років пов'язується з реалізацією проекту «Концепція маркету споживчої кооперації України» [1], основна бізнес-ідея якого полягає у прагненні забезпечувати споживачів високоякісними товарами повсякденного попиту в необхідному асортименті, за доступними цінами та відповідно до їх потреб через мережу магазинів самообслуговування. Відповідно до вимог зазначеної Концепції, «...оновлені магазини повинні надавати пайовикам та іншим місцевим споживачам традиційні та нові види послуг; – бути конкурентоздатними і підвищувати вплив споживчої кооперації в даному населеному пункті, районі, області; – відігравати важливу роль в реалізації продовольчих і непродовольчих товарів в Україні, а також ...забезпечувати прибуткову діяльність маркетів...» [1, с.6]. Реалізація поставлених завдань, як випливає із вищезгаданих документів, передбачає розроблення нових підходів щодо організації торговельних процесів, що має сприяти зниженню цін на товари та послуги у торговельних закладах мережі, зокрема – на основі удосконалення організації систем логістики підприємств кооперативної торгівлі та управління ними на засадах логістичного менеджменту.

Аналіз досліджень і публікацій останніх років. Взагалі питання змісту та організації логістичної діяльності в економіці були предметом розгляду в працях вітчизняних (Є. Крикавський, А. Кальченко, М. Окландер, Н. Чухрай, Ю. Пономарьова та ін.) і зарубіжних учених (М. Крістофер, Д. Сток, А. Гаджинський, Л. Міротін, В. Сергеев та ін.). Але їх праці відображають переважно результати дослідження логістичної діяльності промислових і, меншою мірою, аграрних підприємств (Т. Косарева, Г. Черевко, Н. Струк).

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Логістичну діяльність підприємств торгівлі досліджували К. Ковальов, С. Уваров та П. Щеглов, М. Кіршина, Л. Фролова, Л. Балабанова, Т. Москвітін і Д. Кочубей, Н. Бойко і Б. Мізюк, Т. Хлевицька, Л. Гончар та ін., але жоден із цих авторів не розглядав особливостей організації системи логістики підприємств такої специфічної торговельної системи, як споживча кооперація. Саме це обумовлює актуальність цього дослідження та визначає його мету.

Постановка завдання. Метою статті є розвиток науково-теоретичних положень щодо організації логістичної діяльності підприємств торгівлі та розробка науково-практичних рекомендацій з формування систем логістики суб'єктів господарювання в окремих сегментах внутрішньої торгівлі. Завданням статті є відображення результатів проведеного автором аналізу змісту організації логістичної діяльності підприємств торгівлі та дослідження особливостей, напрямів і проблем формування систем логістики в підприємствах торгівлі споживчої кооперації в контексті реалізації завдань щодо підвищення

конкурентоспроможності кооперативної торгівлі на споживчому ринку.

Виклад основного матеріалу дослідження. На внутрішньому споживчому ринку України своєю соціальною спрямованістю вирізняється система споживчої кооперації, яка є найстарішою організацією з торгівлі в країні, що в даний час забезпечує задоволення потреб переважно сільського населення через торговельну мережу, яка (станом на 1.01.2012 р.) нараховувала 9,7 тис. магазинів, 3,0 тис. ресторанів, кафе, магазинів кулінарії, понад 400 ринків, 150 торгово-закупівельних пунктів, біля 60 оптових торгових баз і складів з торгівлі продовольчими, непродовольчими, господарськими товарами, лісовими і будівельними матеріалами тощо [2, с.3–4]. При цьому домінуюча частина торговельних об'єктів системи Укоопспілки (понад 80%) розташована в сільській місцевості і досить часто є для мешканців сіл єдиним джерелом задоволення потреб у продовольчих та непродовольчих товарах (біля 10% роздрібною торговельною мережі кооперативної торгівлі – магазини з переважанням товарів непродовольчого асортименту) [2, с.3].

Своєрідною особливістю споживчої кооперації є те, що статусом суб'єкта господарсько-торговельної діяльності (тобто – підприємства торгівлі) у системі володіють споживчі товариства, створені членами споживчої кооперації-пайовиками, а не окремі магазини, розташовані в достатньо великій кількості населених пунктів. До того ж, у кооперативній торгівлі підприємства торгівлі характеризуються не лише значною чисельністю торговельних об'єктів (що дозволяє розглядати їх як підприємства мережевого типу), але й територіальною розосередженістю та нераціональною дислокацією, різномірністю товарної спеціалізації, слабкістю матеріально-технічної бази (що проявляється у невеликих розмірах торгової площі) та незначними обсягами роздрібного товарообороту (що викликано малими обсягами реалізації товарів у селах з невеликою чисельністю мешканців). Розвиток роздрібною торгівлі споживчої кооперації України в період незалежності відбувається в умовах зниження купівельної спроможності населення, скорочення попиту, посилення конкуренції як з боку крупних торговельних мереж, так і з боку неорганізованих посередників тощо, внаслідок чого погіршилася організація торговельної діяльності, суттєво скоротилась мережа кооперативних торговельних об'єктів, зменшилися обсяги роздрібного товарообороту (табл.1).

Таблиця 1

Показники стану роздрібною торговельною мережі споживчої кооперації України у 2005–2011 рр. [розраховано за даними: 2, с.3, с.13; 3, с.4, с.11]

Показники	Роки							Абсолютне відхилення, 2011/2005	Темпи зміни, 2011/2005,%
	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011		
Кількість магазинів, од.	16348	14653	13194	12057	11340	10092	9675	-6763	59,2
у т. ч.:									
– у міській місцевості	2989	2663	2388	2249	2134	1813	1770	-1219	59,2
– у сільській місцевості	13359	11990	10806	9808	9206	8279	7905	-5454	59,2
Торгова площа, тис. кв.м	1287,6	1166,9	1063,0	983,8	932,0	838,3	806,8	-480,8	62,7
Середня торгова площа магазину, кв. м	78,8	79,6	80,6	81,6	82,2	83,1	83,3	+4,5	105,7
Товарооборот на 1 кв. м торгової площі, тис. грн.	1,65	2,08	2,57	3,24	3,55	4,38	5,27	+3,62	3,2р.

Інтенсивний розвиток конкурентного середовища, що проявляється, насамперед, у формі відкриття великих супермаркетів та корпоративних торговельних мереж, негативно впливає на малі підприємства кооперативної торгівлі, діяльність яких пов'язана з великою витратоємністю і невисокою товарооборотністю; таке становище загострюється через недостатність та/або нераціональність використання власних оборотних коштів для забезпечення фінансової стійкості торговельних підприємств споживчої кооперації. Водночас, через недостатньо ефективний менеджмент торговельні підприємства споживчої кооперації не змогли використати притаманні їм конкурентні переваги, пов'язані з наявністю

власної розвинутої матеріально-технічної бази, можливостями економії витрат завдяки використанню кооперативного опту, багатогалузевим характером діяльності споживчої кооперації як джерела отримання власних товарних ресурсів, наявністю пайовиків як гарантованих покупців та ін. Як наслідок, лише за 2005–2011 рр. чисельність об'єктів роздрібної торгівлі скоротилася на 6,6 тис. од. (39,9%), із них – у сільській місцевості – на 5,4 тис. од. (40,8%); при цьому закриття об'єктів роздрібної торгівлі споживчої кооперації спостерігалось найчастіше в невеликих населених пунктах (рис.1).

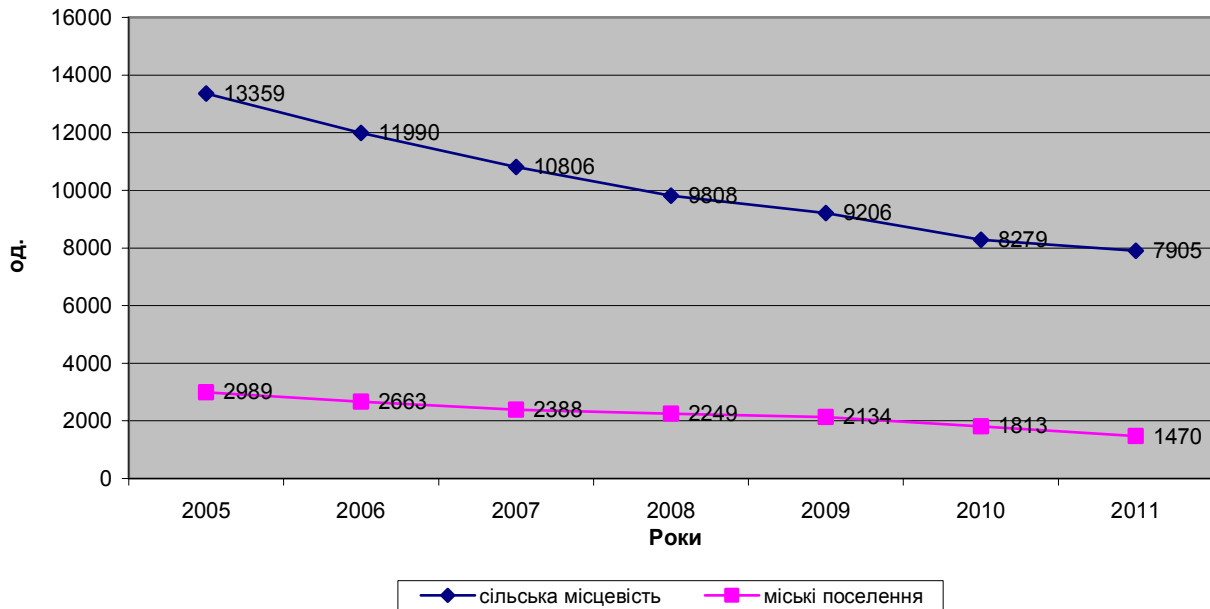


Рис. 1. Динаміка зміни кількості магазинів споживчої кооперації України за 2005–2011 рр.

Скорочення у 2005–2011 рр. матеріально-технічної бази роздрібної торгівлі споживчої кооперації призвело до падіння обсягів роздрібного товарообороту системи, який (у порівнянних цінах) зменшився на 2,1% (табл. 2).

Таблиця 2

Роздрібний товарооборот підприємств торгівлі споживчої кооперації України за 2005–2011 рр. [розраховано заданими: 2, с.13; 3, с.19]

Роки	Обсяги товарообороту в діючих цінах, млн. грн.	Базисні темпи росту, % в діючих цінах	Частка обороту мережі, розташованої у сільській місцевості, %
2005	2130,4	100,0	55,4
2006	2431,1	114,1	54,8
2007	2727,0	128,0	55,0
2008	3184,9	149,5	56,8
2009	3309,2	155,3	58,9
2010	3674,1	172,5	57,3
2011	4249,4	199,5	55,3

Наведені розрахунки свідчать про те, що ефективність торговельної мережі споживчої кооперації, розрахована через показник віддачі товарообороту з кожного кв. м торгової площі, у 2011 р. становила 5,27 тис. грн./кв. м і порівняно з 2005 р. збільшилась на 3,62 тис. грн./кв. м або у 3,2 рази. Водночас, зростання роздрібного товарообороту торговельної мережі споживчої кооперації у фактичних цінах на 2119 млн. грн. або майже у 2 рази порівняно з 2005 р., пов'язане виключно з підвищенням роздрібних цін на товари та послуги за цей період, що негативно позначилося на забезпеченні ними населення, особливо в сільській місцевості.

Зважаючи на загрози поглиблення кризових явищ у торговельній галузі, керівництвом

Укоопспілки започаткована програма реформ для виведення системи на новий рівень господарювання і підвищення ефективності діяльності кооперативних підприємств, у першу чергу, – в сегменті торгівлі; при цьому центральне місце в цій програмі займає Концепція маркету споживчої кооперації України [1] та розроблені для її реалізації Операційні інструкції для маркету споживчої кооперації України [4]. Основною метою Концепції є створення магазинів єдиної моделі, що не повинні відрізнятися між собою залежно від місця розташування. При цьому сам тип магазину «Кооперативний маркет» в концепції розглядається як унікальна модель магазину, масове впровадження якого повинно забезпечити створення ефективної кооперативної роздрібно-торговельної мережі. «Коопмаркети – це мережа відновлених/вдосконалених кооперативних магазинів самообслуговування, які організовані та функціонують відповідно до єдиних загальних принципів із загальним базовим асортиментом» [1, с.6] у форматах, відображених в табл. 3.

Таблиця 3

Основні характеристики форматів коопмаркетів [1, с.8]

Формат	Розмір торговельної площі, кв.м	Кількість асортиментних позицій (тис.назв)		Наявність реєстраційно-розрахункового обладнання	
		всього	у т.ч. непродтоварів	комп'ютерна програма	комплект обладнання (РРО, електронні ваги, сканер, етикет-пістолет)
I	від 70 до 100 кв.м	2,0	0,5	Рекомендовано	Обов'язково
II	Від 100 до 200 кв.м	не менше 3,5	не менше 0,8	Обов'язково	Обов'язково
III	Від 200 до 300 кв. м	не менше 5,0	не менше 1,0	Обов'язково	Обов'язково
IV	Понад 300 кв. м	не менше 6,5	не менше 1,2	Обов'язково	Обов'язково

Головна мета створення коопмаркетів, задекларована в Концепції, – «...створення і розвиток інфраструктури сучасної торговельної мережі, нарощування обсягів діяльності, зміцнення позицій споживчої кооперації на ринку товарів та послуг, високий рівень реалізації членам кооперативних організацій та іншим споживачам необхідного асортименту продовольчих і непродовольчих товарів, який відповідає їх потребам, та забезпечення рентабельної роботи. Розвиток мережі маркетів має супроводжуватися розробленням нових підходів щодо організації торговельних процесів, що має сприяти зниженню цін на товари та послуги у торговельних закладах мережі» [1, с.6]. Конкурентоспроможність коопмаркетів, згідно з положеннями зазначених документів, має забезпечуватися «...за рахунок: зручності розміщення магазину, оптимального режиму роботи, високої культури обслуговування; широкого вибору товарів гарантованої якості; проведення грамотної асортиментної політики; гнучкого ціноутворення, доступних цін на товари першої необхідності; ефективного керівництва; самообслуговування покупців при мінімальному обсягу продажів через прилавок; застосування програм лояльності до пайовиків та постійних покупців; надання додаткових послуг та запровадження сучасних інформаційно-технічних технологій (дисконтні картки, розрахунок за допомогою банківських платіжних карток)» [1, с.6].

Удосконалення роботи коопмаркетів має досягатися завдяки достатньо детальній регламентації основних бізнес-процесів даних магазинів (відповідно до Операційних інструкцій для маркету споживчої кооперації України [4]), якими, зокрема, визначаються виконавці відповідних операцій торгово-технологічного процесу, їх зміст, вимоги до виконання, способи, прийоми, технічні засоби, стандарти обслуговування тощо, що відповідає вимогам логістичного підходу до організації ефективного товарного потоку в організаційних межах торговельного підприємства. На аналогічній теоретичній основі базуються рекомендації щодо реформування систем товаропостачання коопмаркетів та оптових закупівель товарів для їх потреб, які передбачають централізацію управління закупівлями, що передбачає: укладання договорів поставки та договорів з надання маркетингових послуг; визначення системи знижок; забезпечення безперебійної наявності товарів; організацію поставки товарів; заміну постачальником пошкодженого товару або товару, на який закінчується термін реалізації. У цьому контексті варто звернути увагу на визначення авторами Концепції провідної ролі кооперативного опту в організації

товаропостачання коопмаркетів, відображеної, зокрема, у вимозі щодо зосередження всього масиву комерційної інформації про поставки товарів та їх асортимент – включаючи ті, які завозяться у магазини кооперативного торговельного підприємства в порядку транзиту – від місцевих виробників та постачальників. Особливе місце в реалізації проекту зі створення коопмаркетів займають питання роботи комп'ютерної системи управління інформаційними процесами магазину, яка має забезпечувати типові для системи споживчої кооперації алгоритми торговельних бізнес-процесів та реалізацію віддаленого доступу до серверу бази даних з метою агрегації торгових трансакцій. При цьому ключова роль у роботі комп'ютерної системи відводиться розрахунковому вузлу, який має створюватися на базі реєстратора розрахункових операцій, що управляється касовим сервером CashDrive, або ж на базі POS-терміналу – спеціалізованого комп'ютера, оснащеного фіскальним принтером, і завдяки цьому – забезпечувати швидку і безпомилкову ідентифікацію товару, реєстрацію виконуваних касиром операцій, друк чека, приймання оплати в різноманітних формах (готівкою, картками) і накопичення фіскальної інформації, у тому числі про придбання товарів членами споживчих товариств, підтримку систем лояльності (дисконтів, бонусів, знижок, акцій) тощо. Для ідентифікації товарів передбачене використання зчитувачів штрих-коду (багатопощинних лазерних сканерів), що забезпечують зручне, швидке та безпомилкове зчитування; у виняткових випадках (при відсутності штрих-коду або його пошкодженні) передбачена можливість введення касиром коду товару з клавіатури. Касові вузли всіх коопмаркетів об'єднуються в єдину мережу, що має дозволити системі обліку (Front-office) централізовано виконувати оновлення довідників товарів і одержувати інформацію щодо продажу.

Таким чином, мережа створюваних коопмаркетів реально має потужний потенціал у сфері роздрібної торгівлі, що дозволить їй при належній організації торговельної діяльності успішно конкурувати на споживчому ринку; разом з тим, досягнення такого стану може бути забезпечене лише за умови переходу від політики фрагментарної реалізації «точкових» проектів зі створення високотехнологічних торговельних об'єктів, для яких передбачаються пріоритетні умови доступу до товарних ресурсів, забезпечується першочергове (за рахунок інших торговельних об'єктів) забезпечення торгово-технологічним обладнанням та технікою, формуються окремі ланцюги постачань, застосовуються техніко-технологічні процеси, які відрізняються від тих, що мають місце у більшості кооперативних магазинів. Тому, на погляд автора, керівництву споживчої кооперації потрібно забезпечити реалізацію даної Концепції на засадах логістичного підходу, який би дозволив створити єдину для всіх підприємств кооперативної торгівлі систему логістики, складовими якої мають бути: «1/ ...готова продукція, яка у формі товару доставляється на ринок і пропонується ...споживачам, 2/ безпосередньо логістична діяльність, яка забезпечує існування матеріального потоку, 3/ комплекс виробничих, транспортних, складських потужностей разом з відповідними технічними засобами, обладнанням та облаштуваннями, які використовуються для виконання комплексу операцій логістичної діяльності (інфраструктура логістики), 4/ управління логістикою – як сукупність процесів планування, організації, обліку, контролю, регулювання разом з комплексом засобів збирання, зберігання, опрацювання і передачі інформації і 5/ теорія логістики – як методологія логістичної діяльності й управління нею у поєднанні з використовуваним науково-методичним, нормативно-правовим, організаційним забезпеченням» [5, с.19].

Центральним елементом системи логістики кожного торговельного підприємства є «продукт», тобто – сукупність товарів та інших товарно-матеріальних цінностей, які утворюють матеріальний (насамперед – товарний) потік, котрий є об'єктом логістичної діяльності підприємства торгівлі. При цьому матеріальний потік невіддільний від логістичної діяльності підприємства торгівлі, яка полягає в здійсненні перетворень просторових, часових та інших параметрів матеріального (насамперед – товарного) потоку і охоплює сфери закупівель, транспортування, складування, торгово-технологічний процес складу чи магазину, управління замовленнями та запасами, надання послуг тощо. Поряд з

функціями, які реалізують процеси товаропросування, логістична діяльність підприємств торгівлі включає процеси формування інфраструктури логістичних процесів (визначення потреби в об'єктах оптової та роздрібною торгівлі, планування їх розвитку та розмішування на полігоні обслуговування, забезпечення технічного оснащення торговельних об'єктів), а також організаційно-управлінську діяльність зі створення та управління цією системою.

Специфіка кооперативних торговельних підприємств, задіяних у логістичних процесах, пов'язана з високим рівнем залежності торговців від організаторів ланцюгів постачань, що обмежує їх можливості щодо вибору технологій опрацювання матеріального потоку на стадії його руху в організаційних межах торговельного підприємства, засобів і знарядь праці, напрямів руху потоків та ін. Разом з тим, у межах торговельного підприємства також має бути обрана така структура системи логістики, яка дозволить, використовуючи наявні у підприємства ресурси, забезпечувати відповідність товарів, що реалізуються, усім вимогам остаточних покупців. Залежно від виду, типу, спеціалізації, потужностей і масштабів діяльності кожного торговельного підприємства об'єкти логістичної діяльності є різними, відрізняючись насамперед, обсягами і структурою товарообороту, вантажообороту, інтенсивністю, сезонністю надходження і реалізації різних товарів. У сучасних умовах виділення в споживчих товариствах потоків товарів для коопмаркетів і окремих потоків товарів для інших магазинів цього ж торговельного підприємства обумовлює існування кількох неспівпадаючих потоків товарів для кооперативних магазинів (що відносяться до єдиного суб'єкта господарювання), зростання технологічних розривів у процесах товаропостачання коопмаркетів та інших кооперативних магазинів з невеликими обсягами товарообороту і зростання логістичних витрат на організацію товаропросування; при цьому в споживчій кооперації загострюється проблема внутрішньосистемної і внутрішньогалузевої конкуренції між підприємствами і окремими магазинами, що функціонують в складі СТ, райСТ, РСС, оптово-роздрібних об'єднань.

Тому для побудови ефективної системи логістики підприємств кооперативної торгівлі в організаційних межах споживчої кооперації, перш за все, потрібно на єдиних засадах організувати та керувати комерційними за своєю суттю процесами формування асортименту, закупівель і реалізації товарів, що означає необхідність повноцінної реалізації задекларованого раніше принципу створення централізованої служби закупівель товарів (з регіональними відділеннями, які б відповідно до прийнятої асортиментної моделі забезпечували формування асортименту кооперативних магазинів у частині товарів місцевих виробників).

Подальша логістика (у розумінні її відповідно до тлумачення Наукової Ради ЄІА як «...планування, виконання і контролю руху та розмішування людей і (або) товарів, а також підтримуючих дій, пов'язаних з таким рухом і розмішуванням, в межах економічної системи, створеної для досягнення своїх специфічних цілей» [6, с.88]) у системі кооперативної торгівлі має базуватися на чіткій регламентації, стандартизації та уніфікації всього комплексу безпосередньої операційної діяльності з переміщення елементів матеріального потоку та розмішування необхідних для цього засобів (будівель, споруд, обладнання тощо) в межах здійснення підприємствами кооперативної торгівлі виробничої функції реалізації процесу просторово-часового переміщення товарів та інших матеріальних цінностей. Вирішальну роль мають відігравати ті підприємства кооперативної оптової торгівлі, які в системі Укоопспілки ще збереглися (в кількості біля 60 од. проти 450 од. на початку 90-х років) і більшість із яких, на думку автора, мають бути перетворені у логістичні центри, що обслуговували б підприємства роздрібною торгівлі споживчої кооперації відповідних районів чи регіонів на основі застосування системи централізованого завезення товарів зі своїх складів у кожен кооперативний магазин. Виходячи з цього, в системі споживчої кооперації доцільно на засадах комплексно-цільового підходу організувати роботи з формування мережі логістичних центрів на основі: невідкладного аналізу існуючих схем товаропросування для підприємств кооперативної торгівлі по різних товарах; проведення інвентаризації та паспортизації об'єктів мережі оптової кооперативної торгівлі, визначення можливості та доцільності їх подальшої експлуатації; розробки Комплексної Програми розвитку

кооперативної оптової торгівлі на засадах системного підходу, з урахуванням не лише напрямків розвитку, але й заходів і ресурсів для їх реалізації; організації на діючих кооперативних оптових базах гуртівень для позасистемних клієнтів (для нарощування обсягів реалізації та створення можливостей щодо виходу на прямі зв'язки з виробниками) і експедиційних складів – для організації ЦДТ – для кооперативних магазинів; пошуку можливостей та ресурсів для проведення реінжинірингу бізнес-процесів, реконструкції і технічного переоснащення діючих кооперативних оптових підприємств, а також включення їх в єдину для споживчої кооперації Корпоративну інформаційну систему (КІС) управління.

Програма формування системи логістики в торгівлі споживчої кооперації повинна бути спрямована не лише на модернізацію матеріально-технічної бази, але й на ефективне інформаційне забезпечення управління роздрібним товарооборотом торговельних підприємств, що дозволить адекватно реагувати на зміни у зовнішньому середовищі їх функціонування, на будь-які підприємницькі заходи конкурентів, пристосовуватися до нестабільних умов ринкового середовища. Формування системи логістики торговельного підприємства споживчої кооперації має базуватися на широкому використанні торговельним підприємством (та його партнерами по інтегрованому логістичному ланцюгу) інформаційно-комп'ютерних технологій і сучасних програмних продуктів задля забезпечення ефективного стратегічного, тактичного та оперативного управління процесами руху матеріальних (насамперед, товарних), а також інформаційних, фінансових та інших потоків в процесі товаропросування як в організаційних межах торговельного підприємства, так і поза ними.

У зв'язку з цим особливої актуальності набувають питання оснащення торговельних підприємств комп'ютерною технікою та електронними реєстраторами розрахункових операцій, що потенційно спроможні стати базою для створення логістичної інформаційної системи управління запасами, товаропостачанням і товаропросуванням у межах загальної інформаційної системи даного суб'єкта господарювання. У цьому контексті заслуговує на увагу підписання Укоопспількою меморандуму про співпрацю з SystemGroup Україна, що передбачає закупівлю 8000 касових апаратів (разом з необхідним програмним забезпеченням) для торговельних підприємств споживчої кооперації [7]. Рішення про масову закупівлю було прийнято у зв'язку зі змінами в законодавстві України, відповідно до яких з 1.07.2013 р. реєстратори розрахункових операцій (касові апарати) повинні передавати електронні копії розрахункових документів і фіскальних звітних чеків дротовими або бездротовими каналами зв'язку органам державної податкової служби. На думку автора, ця вимога обумовлена, насамперед, фіскальними міркуваннями, та має бути розцінена як сприятлива для створення ефективної системи логістики підприємств кооперативної торгівлі, адже саме завдяки оснащенню всіх кооперативних магазинів, а також торговельних об'єктів на кооперативних ринках, кафе, ресторанів і підприємств системи Укоопспільки, що працюють у сфері послуг, виникає можливість створення інтегрованої системи логістики, вибудовування ефективних відносин з виробниками товарів, автоматизації бізнес-процесів підприємств роздрібною та оптовою торгівлі та ін. Проте, за розрахунками автора статті, чисельність закуповуваних згідно Меморандуму реєстраторів розрахункових операцій є недостатньою, внаслідок чого в системі споживчої кооперації біля 20–25% торговельних об'єктів все ще залишатимуться поза межами інтегрованої КІС управління, не застосовуватимуть сучасних засобів збирання та передавання комерційної інформації і працюватимуть за застарілими торговельними технологіями.

Логістична діяльність підприємства торгівлі забезпечується персоналом відповідних структурних підрозділів, які або задіяні в процесі безпосереднього опрацювання елементів матеріального потоку, який проходить через дане підприємство, або ж беруть участь в організації цього процесу, виконуючи функції планування, контролю, керування тощо. Специфіка організаційної побудови підприємств кооперативної торгівлі, де в роздрібній торгівлі у споживчому товаристві, крім коопмаркету, функціонують ще й кілька магазинів, відмінних від коопмаркету за спеціалізацією, розмірами торгової площі, товарообороту, чисельністю працівників тощо, обумовлює необхідність визначення конкретних працівників, відповідальних за виконання логістичних функцій та операцій за умови, що створення

спеціального функціонального підрозділу є недоцільним (і неможливим за фінансовими причинами). Водночас, більш реалістичним є створення такого підрозділу у структурі підприємств кооперативної оптової торгівлі або навіть взагалі перетворення існуючих оптових баз в логістичні центри. У цьому випадку саме у них на засадах внутрішньосистемного аутсорсингу має бути зосереджено всю повноту функцій, повноважень та відповідальності за узгоджене управління логістичними процесами в межах логістичного ланцюга, що створений за участю підприємств кооперативної торгівлі. У свою чергу, для потреб управління системою логістики кожного торговельного підприємства та утворюваних ними ланцюгів постачань персонал служби, що відповідає за організацію логістики на підприємстві, має чітко знати комплекс умов, у яких здійснюється діяльність з реалізації процесів фізичного переміщення та управління ними (юридичне, інформаційне, фінансове, інженерно-технічне забезпечення), а також мати можливість використовувати сукупність методик, алгоритмів і принципів здійснення такої діяльності, які виступають у формі її науково-методичного забезпечення.

Висновки і перспективи подальших розробок. Підвищення ефективності діяльності підприємств кооперативної торгівлі в сучасних умовах пов'язане з формуванням в споживчій кооперації інтегрованої системи логістики та застосуванням інструментарію логістичного менеджменту під час управління матеріальними та відповідними потоками для досягнення максимально можливих результатів за умови ефективного використання наявних ресурсів. Процес управління формуванням та функціонуванням логістичної системи для підприємств кооперативної торгівлі пов'язаний з визначенням складу її суб'єктів, підбором і розвитком задіяних до процесів опрацювання матеріального потоку об'єктів, їх функціонуванням і безпосередньо виконанням комплексу логістичних операцій, що забезпечують рух матеріального потоку чи його окремих елементів на різних стадіях. З урахуванням вищезазначеного, в кооперативних торговельних підприємствах має бути затверджена конфігурація системи логістики, організаційна структура служби логістики, сформована інтегрована логістична інформаційна система, розроблений стратегічний план логістики, розроблена система показників оцінки виконання стратегічних завдань і моніторингу плану логістики, здійснений розрахунок відповідних агрегованих показників системи логістики торговельного підприємства та її окремих рівнів. Завданням подальших досліджень має стати розробка методичних підходів до практичної реалізації науково-теоретичних положень щодо формування системи логістики кожного кооперативного торговельного підприємства та забезпечення її ефективного функціонування.

Список використаної літератури

1. Укоопспілка. 3-ті Збори Ради двадцятого скликання. Постанова про Концепцію коопмаркетів в споживчій кооперації України / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://document.ua/konceptsiya-marketu-spozvivchoyi-kooperaciyi-ukrayini-doc47523.html>.
2. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2011 р. – К.: Укоопспілка, 2012. – 126 с.
3. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2010 р. – К.: Укоопспілка, 2011. – 107 с.
4. Укоопспілка. 3-і Збори Ради двадцятого скликання. Постанова про операційні інструкції для маркету споживчої кооперації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://document.ua/konceptsiya-marketu-spozvivchoyi-kooperaciyi-ukrayini-doc47523.html>.
5. Черевко Г. В. Вдосконалення управління матеріально-інформаційними потоками підприємств АПК на засадах логістики: [монографія] / Г. В. Черевко, Н. С. Струк. – Львів: Ліга-Прес, 2012. – 352 с.
6. Supply Chain and Logistics Terms and Glossary [Electronic source]. – Updated October 2006. – Access: <http://www.logisticsservicelocator.com/resources/glossary03.pdf>.
7. Укоопспілка масово закуповує касові апарати [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.coop.com.ua/ua/news/120>.

Прийнято до друку 13.05.2013