

ДОКРИЗОВИЙ МОНІТОРИНГ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО СТАНУ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Постановка проблеми. У сучасній Україні резервом відновлення динамізму економіки є трансформація системи відтворення з опорою на внутрішньо-орієнтований сектор, у тому числі споживчу кооперацію. У структурі економіки держави торгівля характеризується стійким зростанням. У 2008 р. оборот роздрібної торгівлі становив 449,3 млрд. грн., а реальний обсяг валового внутрішнього продукту - 949,8 млрд. грн. За темпами підвищення валової доданої вартості у 2008 р. торгівля посідала третє місце серед галузей економіки держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам споживчої кооперації присвячені цілі наукових досліджень та публікації вчених, таких як : Аліман М.В.[1], Апопій І.Н.[2], Бабенко С.Г.[3], Барибіна Я.О.[4], Березін О.В.[5], Куценко А.В.[6], Маркіна І.А.[7], Сторожук В.П.[8].

Завданням дослідження є: розгляд та порівняльний аналіз соціально-економічного стану роздрібної торгівлі споживчої кооперації у період з 2001-2009 роки.

Виклад основного матеріалу. Площа торговельних об'єктів протягом 2004-2008 рр. збільшилася на 35,3 %, зокрема у містах - на 52 %, за рахунок відкриття великих магазинів, а кількість роздрібних ринків зменшилася на 3 %. Споживачі надавали перевагу стаціонарним торговельним об'єктам - питома вага реалізації товарів на ринках скоротилась у 2008 р. до 26,3 % обсягу продажу споживчих товарів.

У 2008 р. обсяг коштів, що надійшли до бюджету в результаті сплати податків і зборів підприємствами торгівлі, становив 23 млрд. грн. (12,6 % загального обсягу надходжень)[9, 11]. Станом на 1 квітня 2009 р. загальний обсяг прямих іноземних інвестицій у сферу торгівлі становив 3,744 млрд. дол. США, або 10,3 % обсягу іноземних інвестицій в економіку, що на 1,5 % більше від обсягу іноземних інвестицій на початок 2009 р. За цим показником внутрішня торгівля - на третьому місці після промисловості та фінансової діяльності.

Останніми роками в Україні відбуваються позитивні зміни у розвитку матеріально-технічної бази торгівлі, зокрема такі: впровадження сучасних торговельних технологій, створення роздрібних торговельних підприємств, які за рівнем культури обслуговування покупців відповідають вимогам європейських стандартів, створення вітчизняних торговельних мереж, що здійснюють торгівлю під однією торговельною маркою, дотримуються єдиної стратегії діяльності, мають єдиний центр управління, координації та контролю.

Недоліками організації торговельної діяльності в державі є нерівномірне розміщення торговельних об'єктів у містах, стихійне закриття діючих і відкриття нових торговельних об'єктів без узгодження з генеральними планами населених пунктів; значне скорочення мережі хлібних, овочевих, книжкових, галантерейних магазинів, водночас надмірне відкриття аптек, магазинів із продажу ексклюзивного одягу, автотранспортних засобів, ювелірних виробів; зменшення кількості об'єктів роздрібної торговельної мережі в сільській місцевості, особливо у віддалених і малодоступних районах; практична відсутність системи торговельного обслуговування соціально не захищених верств населення. Останнім часом набувають значної актуальності проблеми функціонування роздрібних ринків, де реалізуються здебільшого низькоякісні товари, зокрема фальсифікат.

Торгівля є провідною галуззю господарської діяльності системи споживчої кооперації. Питома вага споживчої кооперації із продажу продовольчих товарів, враховуючи ресторанне господарство, в товарообміні України у 2008 р. становила 6,6 %, у

2003 р. - 7,3 %. Організаційна структура системи споживчої кооперації, яка представлена в табл. 1, відображає тенденцію до скорочення структурних одиниць системи (РСС, РСТ, СТ, ринків). Кількість пайовиків на початок 2009 р. становила 595,4 тис. осіб. Необхідність аналізу обсягу товарообігу системи споживчої кооперації зумовлена тим, що це основний показник діяльності організацій і підприємств, який характеризує результат їх функціонування щодо залучення споживачів. Реалізація певного обсягу товарів формує основу для отримання прибутку, що є передумовою для реалізації стратегічних цілей діяльності.

Таблиця 1

Організаційна структура системи споживчої кооперації за 2003-2008 рр.

Структурний елемент системи споживчої кооперації	Кількість на відповідну дату			Абсолютне відхилення	
	01.01.2004	01.01.2008	01.01.2009	2008 р. до 2004 р.	2008 р. до 2007 р.
Кримспоживспілка	1	1	1	-	-
Облспоживспілки	21	21	21	-	-
Райспоживспілки	247	228	222	-25	-6
Райспоживтовариства	205	200	197	-8	-
Споживчі товариства	1849	1933	1911	+62	-22
Ринки	622	506	482	-140	-24

Товарообіг організацій і підприємств торгівлі системи споживчої кооперації формується під впливом низки факторів, які визначають його обсяг. Це такі фактори: обсяг і структура споживчого попиту і пропозиції споживчих товарів, стан конкуренції на певному регіональному товарному ринку, доходи населення, перелік і розмір податків, що формують ціну закупівлі та реалізації, розмір торговельної надбавки та цін реалізації, загальна макроекономічна ситуація, стратегія діяльності на споживчому ринку, спеціалізація, місце знаходження підприємства, забезпеченість товарообігу товарними та трудовими ресурсами, основними фондами, цінова та маркетингова політика підприємства.

Загальний обсяг роздрібного товарообігу споживспілок формується з обороту роздрібної торговельної мережі та підприємств громадського харчування. Динаміка даного показника за звітний період у цінах 2008 р. свідчить про тенденцію до збільшення загального обсягу товарообігу споживспілок проти 2001 р. У період з 2006-2008 рр. відбувалося збільшення показника на 19,76; 22,12; 19,33 % відповідно. Зокрема, у Вінницькій споживспілці обсяг товарообігу протягом звітного періоду постійно зростав, крім 2005 р. проти 2004 р. (відхилення 98,88 %). У 2008 р. найбільшого обсягу загального роздрібного товарообігу (млн. грн.) досягли Вінницька - 395,80; Рівненська - 379,20 споживспілки.

Динаміка роздрібного товарообігу підприємств і організацій споживспілок, розташованих у сільській місцевості, у 2001-2008 рр. у цінах 2008 р. характеризується збільшенням показника відносно 2001 р. (%): на 4,93 у 2002 р., 1,68 у 2004 р., 7,46 у 2005 р., 0,81 у 2006 р., 2,41 у р., 0,80 у 2008 р. Лише в 2003 р. товарообіг знизився відносно 2002 р. - темп росту становив 96,91 %. Найбільший товарообіг (млн. грн.) підприємств організацій споживспілок, розташованих у сільській місцевості, в 2007р. мали Вінницька - 268,00; Рівненська - 272,50 споживспілки [10].

У 2008 р. в обороті споживспілки найменшу питому вагу роздрібного товарообігу підприємств і організацій споживспілок, розташованих у сільській місцевості, мали Кіровоградська (35,75 %) і Черкаська (36,30 %) споживспілки.

Динаміка роздрібного товарообігу продовольчих товарів підприємств і організацій споживспілок у цінах 2008 р. визначається таким чином (%): відносно 2001 р. відбулося збільшення показника на 5,4 у 2002 р., на 4,63 у 2007 р. і зниження у 2006 і 2008 рр.,

відхилення становить 94,84 і 96,84 відповідно. Товарообіг продовольчих товарів у 2008 р. проти 2007 був меншим - відхилення становило 92,55 %. Найвище збільшення у 2008р. проти 2007 р. відбулося лише у Тернопільській споживспілці, що становило 7,34 %. У 2008 р. найбільший обсяг товарообігу продовольчих товарів (тис. грн.) був у Вінницькій - 312,10; найменший - 34,60 у Миколаївській споживспілках.

Аналізуючи роздрібний товарообіг непродовольчих товарів у цінах 2008 р., визначено тенденцію росту (%) відповідно до 2001 р. на 20,94 у 2002 р., 10,54 у 2006 р., 29,36 у 2007 р., 73,85 у 2008 р. У 2008 р. проти 2007 р. лише у Дніпропетровській і Миколаївській споживспілках відбулося зниження товарообігу, відхилення становило 86,89 і 87,42 %. У 2008 р. найбільший обсяг товарообігу непродовольчих товарів мала Вінницька (44,20 тис. грн.), найменший - Миколаївська (2,70 тис. грн.) споживспілки.

Динаміка роздрібно-торговельної мережі підприємств і організацій споживспілок за 2001-2008 рр. відображає постійне скорочення загальної кількості об'єктів проти 2001 р. Зокрема, кількість магазинів і їх загальна площа зменшилась у 2006 р. відносно 2005 р. на 1,70 тис. од. та 120,20 тис. кв. м., у 2007 р. відносно 2006 р. - на 1,46 тис. од. та 104 тис. кв. м., у 2008 р. відносно 2007 р. - на 1,14 тис. од. та 79,10 тис. кв. м. У 2008 р. найбільшу кількість магазинів мала Вінницька споживспілка (1,49 тис. од.), найменшу - Чернівецька (0,27 тис. од.).

Організаційну характеристику підприємств торгівлі системи споживчої кооперації наведено в табл. 2.

Таблиця 2

Організаційна характеристика підприємств торгівлі системи споживчої кооперації за 2003-2008 рр.

Вид торговельного підприємства	Кількість (одиниць)			Абсолютне відхилення	
	2003 р.	2007 р.	2008 р.	2008 р. до 2003 р.	2008 р. до 2007 р.
Магазини з них:	19647	13194	12057	-7590	-1137
Продовольчі	18039	12058	11044	-6995	-1014
Непродовольчі	1608	1136	1013		
Із загальної кількості магазинів: магазини самообслуговування	1264	1218	1425	+161	+207
Магазини, розташовані у сільській місцевості	15832	10806	9808	-6024	-998

Динаміка роздрібного товарообігу на 1 кв. м. торговельної площі підприємств і організацій споживспілок за 2001-2008 рр. у цінах 2008 р. свідчить про постійний ріст показника протягом звітного періоду відносно 2001 р. (%) на 16,24 у 2002 р., 78,35 у 2006 р., 99,67 у 2007 р., 110,79 у 2008 р.

Динаміка середньої торговельної площі одного магазину підприємств і організацій споживспілок за 2001-2008 рр. протягом звітного періоду відображає її постійне збільшення: у 2001 р. вона становила 73,65 кв. м., у 2002 р. відхилення становило 100,9 % (74,32 кв. м.), у 2003 р. -101,3% (75,27 кв. м.), у 2004 р. - 102,9% (77,47 кв. м.), у 2005 р. - 101,6% (78,73 кв.м.), у 2006 р. - 101,1% (79,64 кв. м.), у 2007 р. - 101,2% (80,56 кв. м.), у 2008 р. - 101,3 % (81,60 кв. м).

Висновки. Дослідження діяльності галузі торгівлі системи споживчої кооперації підтверджують недостатнє використання існуючих потенційних можливостей кооперативними організаціями та підприємствами.

Діючим підприємствам і організаціям споживчої кооперації складно витримувати високий рівень конкуренції, для цього, необхідно впровадження інноваційних технологій в управління галуззю. Нововведення доцільно здійснювати як на рівні системи в цілому,

так і на рівнях її ієрархії, оскільки можливості, які характерні соціально-економічній системі, відсутні у її структурних елементах.

Анотація

Наголошено, що торгівля є провідною галуззю господарської діяльності системи споживчої кооперації. Виявлено недостатнє використання існуючих потенційних можливостей кооперативними організаціями та підприємствами. Діючим підприємствам і організаціям споживчої кооперації складно витримувати високий рівень конкуренції, для цього, необхідно впровадження інноваційних технологій в управління галуззю.

Ключові слова: споживча кооперація, роздрібна торгівля, пайовики, конкуренція, торговельна діяльність, товарообіг.

Аннотация

Отмечено, что торговля является ведущей отраслью хозяйственной деятельности системы потребительской кооперации. Обнаружено недостаточное использование существующих потенциальных возможностей кооперативными организациями и предприятиями. Действующим предприятиям и организациям потребительской кооперации сложно выдерживать высокий уровень конкуренции, для этого, необходимо внедрение инновационных технологий в управление отраслью.

Ключевые слова: потребительская кооперация, мелкая торговля, паевники, конкуренция, торговая деятельность, товарооборот.

Summary

Is noted that the trade is a leading branch of economic activity of the system of consumer cooperatives. Found insufficient use of existing potential for cooperative organizations and enterprises. Existing enterprises and organisations of consumer cooperatives is difficult to withstand high levels of competition for this, it is necessary to introduce innovative technologies in the management of the industry.

Keywords: consumer cooperatives, petty trading, competition, trading activity, turnover.

Список використаних джерел:

1. Алиман М.В. Роль кооперации в сферах производства и услуг и некоторые тенденции ее развития(на примере Полтавской области)/ М.В.Алиман; В.В. Гончаренко. - Харьков, 1990. - 21 с.
2. Теорія та практика торговельного обслуговування: [навч. посіб.] / В.В.Апопій, І.П.Міщук, С.І.Рудницький, Ю.М.Хом'як ; за ред. В. В. Апопія. - К. : Центр навчальної літератури, 2005. - 459 с.
3. Бабенко С.Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці: монографія / С Г. Бабенко. - К. : Наукова думка, 2003. -332 с.
4. Барибіна Я.О. Безпека соціально - економічного потенціалу підприємств споживчої кооперації / Я.О.Барибіна // Економічна безпека і проблеми господарсько-політичної трансформації соціально-економічних систем : міжнар. наук.-прак. конф., (Полтава, 15-16 трав. 2009 р.). - Полтава : РВВ ПУСКУ, 2009. - С. 121-124.
5. Березін О.В. Споживча кооперація в інфраструктурі продовольчого ринку України /О. В.Березін // Вісті. Діловий випуск. - 2005. - 29 лип.- С. 1-2.
6. Куценко А.В. Організаційно-економічний механізм управління ефективністю діяльності підприємств споживчої кооперації України : монографія / А.В. Куценко. - Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. - 205 с.
7. Маркіна І.А. Система управління якістю в галузі торгівлі організацій та підприємств споживчої кооперації [Текст] + [Електрон, ресурс]: монографія /І.А. Маркіна, Л.А. Рибалко. - Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008.-163 с.

8. Сторожук В.П. Управління підприємствами та організаціями споживчої кооперації на засадах функціонального підходу: [монографія] / В. П. Сторожук. - Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. - 155 с.
9. Про господарсько-фінансову діяльність у 2007 році та основні напрями економічного і соціального розвитку споживчої кооперації України у 2008р.: постанова п'ятих зборів Ради Укоопспілки дев'ятнадцятого скликання/Україна.Укоопспілка//Вісті.Діловий випуск.-2007.-30 листоп.-С. 28-30.
10. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 2007 рік. - К. : Укоопспілка, 2008. - 148 с.
11. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 2008 рік. - К. : Укоопспілка, 2009. - 148 с.

УДК: 332.3:332,339.9

Січко А.В.

ВИКОРИСТАННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. Особливістю аграрного сектору країни є те, що він нині знаходиться в процесі становлення. В Україні було здійснено реформування відносин власності на землю та засоби виробництва. Внаслідок реалізації аграрної і земельної реформи за станом на 1 січня 2010 р. в Миколаївській області при існуванні 39250 суб'єктів господарювання, з яких 6199 аграрних підприємств [3].

Суб'єктам аграрного виробництва потрібно займатися інноваційною діяльністю, у тому числі в зовнішньоекономічній сфері, оскільки створення аграрних інноваційних підприємств може не тільки забезпечити виробництво сільськогосподарської продукції з використанням високих технологій, але й передбачає можливість отримати податкові пільги, встановлені законодавством.

Огляд останніх досліджень. Найчастіше здійснюваними видами зовнішньоекономічної діяльності в аграрному секторі є, безумовно, експорт та імпорт товарів, робіт, послуг, створення спільних підприємств, міжнародна кооперація. Щодо режиму експорту, то держава, як правило, намагається його заохочувати і підтримувати. Проте, у деяких випадках, якщо на внутрішньому ринку відчувається дефіцит певних видів сільськогосподарської продукції, держава впроваджує вивізні (експортні) мита, встановлює режим ліцензування та квотування. Здійснення бартерних (товарообмінних) операцій на зовнішньому ринку щодо сільськогосподарської продукції, яка підпадає під режим ліцензування чи квотування, регулюється. Положенням про порядок реалізації на зовнішньому ринку сільськогосподарської продукції, затвердженим наказом Мінекономіки, МЗЕЗ, Держмиткому від 18 січня 1994 р. № 37-19-1-12/314. Особливий режим експорту й вивізні мито на живу худобу та шкіряну сировину впроваджені в Україні згідно із Законом України від 7 травня 1996 р. "Про вивізні (експортні) мито на живу худобу та шкіряну сировину", та на насіння олійних культур, згідно із Законом України від 10 вересня 1999 р. "Про ставки вивізного (експортного) мита на насіння деяких видів олійних культур".

Аграрно-правовий інститут імпорту сільськогосподарської продукції є більш складним, ніж інститут експорту, позаяк передбачає особливе правове регулювання згідно