

ЕКОНОМІКА ТОРГІВЛІ ТА ПОСЛУГ

УДК 339.166.82:004.738.5

Березін О.В., д-р екон. наук, проф., Шовкова О.А. (ВНЗ Укоопспілки
«Полтавський університет економіки і торгівлі», Полтава)

ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЇ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

У статті розглядаються тенденції та проблеми розвитку торговельних підприємств споживчої кооперації України, запропоновано впровадження інтернет-технологій у торгівлю продовольством, визначено переваги їхнього використання.

Ключові слова: продовольчий ринок, споживча кооперація України, інтернет-технології, механізм.

Ринок продовольчих товарів покликаний задовольнити потреби населення у високоякісних продуктах харчування. Вагоме місце в інфраструктурі національного продовольчого ринку посідає система споживчої кооперації України, а саме, її торговельні підприємства. Потреба забезпечення розвитку та ефективного функціонування торговельних підприємств Укоопспілки, загострення конкурентної боротьби на ринку продовольства вимагають інноваційного оновлення господарської діяльності, де чинне місце займають інтернет-технології просування продовольства.

Питанням, які пов'язані з оцінкою економічної ефективності функціонування торговельних підприємств Укоопспілки, присвячена низка робіт науковців. В.В. Апопій досліджує проблеми організації гуртової та роздрібною торгівлі, концепції та тенденції її розвитку в Україні, Н.О. Власова розглядає фінансові механізми функціонування підприємств, Б.В. Гринів висвітлює у своїх працях питання економічного аналізу торговельних підприємств, зокрема споживчих товариств, Л.І. Донець досліджує діяльність підприємств в умовах трансформації форм господарювання в Україні, Н.Г. Міценко присвячує свої праці питанням функціонування підприємств роздрібною торгівлі, П.Т. Саблук досліджує міжгалузеві економічні відносини в агропромисловому комплексі. Разом з тим питання функціонування торговельних підприємств в умовах розвитку інтернет-технологій ще не знайшли висвітлення.

Метою статті є аналіз розвитку торговельних підприємств Укоопспілки, визначення можливостей та організаційних умов запровадження інтернет-технологій у торгівлю продовольством з метою підвищення ефективності господарської діяльності та конкурентоспроможності торговельних підприємств споживчої кооперації України.

Ринок продовольства розглядається як вид господарської діяльності, пов'язаної з виробництвом і реалізацією продуктів харчування. Поняття «ринок

продовольства» характеризує не лише умови реалізації, але і відповідний процес, який має певний економічний зміст і поєднує сукупність господарських відносин. Сутність таких відносин, з одного боку, полягає в необхідності відшкодування витрат, з другого – у задоволенні потреб на основі еквівалентного обміну, обумовленого законом вартості. На нашу думку, продовольчий ринок являє собою систему економічних відносин, що складаються у сфері виробництва, транспортування, зберігання і реалізації продовольства. Зазначимо, що це система, котра знаходиться у стані безперервного розвитку.

С.У. Нуралієв зазначає, що сутність ринку продовольства проявляється у тому, що саме через нього відбувається вплив на галузь виробництва продуктів харчування, і цей зворотній зв'язок суттєвий, адже формує асортимент виробленої продукції, а її обсяг визначає ресурсне забезпечення ринку [1, с. 7].

Функціонування національного ринку продовольства супроводжується розвитком інфраструктури та складної системи міжгалузевих взаємовідносин, від рівня ефективності якої значною мірою залежить ступінь задоволення потреб населення харчовими продуктами і отримання всіма учасниками господарської діяльності власних економічних вигод. Товарний ринок вимагає узгодженої взаємодії усіх ланок господарського ланцюжка [2, с. 11]. Таким чином, ринкова інфраструктура забезпечує взаємодію між виробниками і споживачами, попитом і пропозицією.

Варто наголосити, що в інфраструктурі національного продовольчого ринку вагоме місце посідає система споживчої кооперації. Відповідно до Закону України «Про споживчу кооперацію», вона є добровільним об'єднанням громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального становища [3]. Споживча кооперація здійснює торговельну, заготівельну, виробничу та іншу діяльність, не заборонену чинним законодавством України, сприяє соціальному та культурному розвитку сільських поселень, народних промислів і ремесел, бере участь у міжнародному кооперативному русі.

Ми поділяємо думку Н.В. Карпенко про те, що споживча кооперація є органічним структурним елементом нової економічної системи, яка формується в Україні. Українська споживча кооперація є членом Міжнародного кооперативного альянсу, отже, як і переважній більшості кооперативних організацій держав Східної Європи, їй притаманний етап глибоких трансформаційних перетворень [4, с. 38].

В Україні визначилася тенденція до згортання відносин у сфері споживчої кооперації. Так, за період з 2000 до 2010 рр. значно скоротилася питома вага споживчої кооперації в загальному обсязі роздрібного товарообігу України (рисунк 1).

За результатами показників, наведених на рисунку 1, бачимо, що після рівномірного нарощування обсягів товарообороту протягом періоду 2000-2008 рр. відбулося його скорочення 2009 р. Зростання товарообороту Укоопспілки відбувається повільніше, ніж в Україні загалом, що свідчить про зниження питомих ваг товарообороту Укоопспілки у товарообороті торговельних підприємств України і є негативною тенденцією.

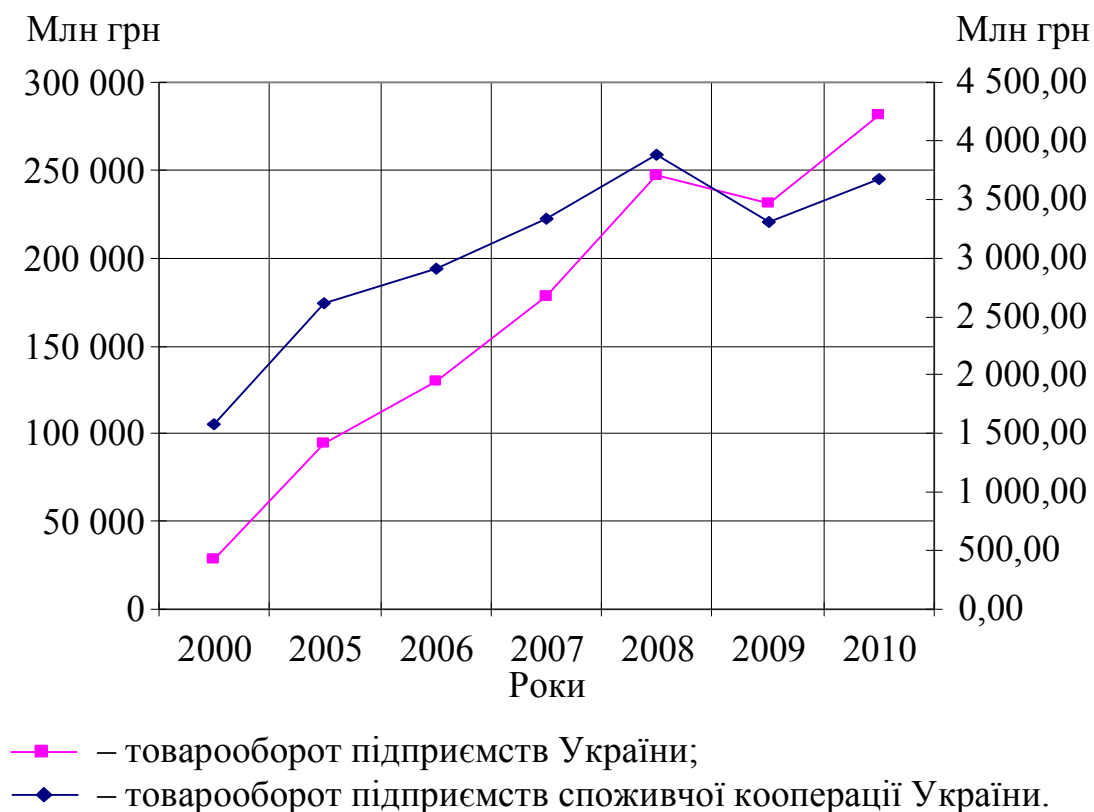


Рисунок 1 – Динаміка обсягів роздрібного товарообороту споживчої кооперації України в 2000-2010 рр.

Зазначимо, що крива динаміки товарообороту споживчої кооперації України подібна до кривої товарообороту торговельних підприємств України.

Отже, розвиток торгівлі підприємств споживчої кооперації відбувається згідно тенденцій, характерних для всієї сукупності українських торговельних підприємств.

Зменшення питомої ваги товарообороту споживчої кооперації зумовлює і скорочення мережі підприємств торгівлі. За оглядом тенденцій розвитку роздрібної торгівлі в Україні можемо зазначити, що водночас відбувається збільшення кількості універсальних магазинів (універсамів, супермаркетів, гіпермаркетів), оснащених сучасним устаткуванням, упровадженням нових форм торгівлі, проведенням рекламних і заохочувальних заходів тощо. Необхідно зауважити, що висока конкурентоспроможність універсальних магазинів, розташованих в обласних і районних центрах, усе більше поглинає ринок, призводить до зменшення кількості малих підприємств, діяльність яких пов'язана з високим рівнем витрат.

Динаміку розвитку підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України проаналізуємо за рисунком 2.

За даними рисунка 2 бачимо, що протягом досліджуваного періоду відбувається постійне скорочення кількості підприємств торгівлі. За такими змінами можемо зробити висновок, що кооперативна торгівля поступилася своїми позиціями та роллю в обслуговуванні населення, особливо міського – частка магазинів, розташованих у містах, значно менша, ніж у сільській місцевості.



Рисунок 2 – Динаміка розвитку підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації України в 2000-2010 рр.

Результати аналізу розвитку торгівлі в Україні свідчать, що обсяг товарообороту підприємств споживчої кооперації суттєво залежить від стану конкуренції та конкурентних переваг її підприємств на ринку. Так, Н.М. Тягунова зазначає, що недостатня адаптація до сучасних ринкових форм і методів господарювання та невідповідність техніко-технологічної бази, торгово-технологічного обладнання сучасним вимогам призводять до зниження конкурентоспроможності роздрібних торговельних підприємств Укоопспілки на внутрішньому споживчому ринку [5, с. 41].

Отже, потребує подальшого розвитку організаційно-економічний механізм ефективного функціонування торговельних підприємств Укоопспілки. У цій сфері, на нашу думку, варто реалізувати комплекс заходів, спрямованих на забезпечення ефективного поєднання потреб споживачів із можливостями і цілями виробників з урахуванням соціально-економічних інтересів суспільства. Світовий досвід переконує, що важлива роль у реалізації таких завдань відводиться вдосконаленню економічних відносин шляхом інноваційного розвитку ефективної збутової системи.

Впровадження у сфері торгівлі новітніх досягнень НТП призвело до значного поширення інтернет-технологій як відносно нової, особливої форми організації продажу товарів і послуг – електронної торгівлі з відповідною їй техніко-технологічною базою – електронними магазинами й електронними торговельними центрами. Як свідчить практика, електронний обмін даними на основі Інтернет у кілька разів ефективніший традиційного як за собівартістю, так і за

швидкістю проходження. Як суб'єкти можуть виступати юридичні та фізичні особи, серед яких: фінансові інститути, виробники, постачальники та споживачі товарів і послуг. Таким чином, Інтернет стає середовищем для забезпечення ефективної господарської діяльності.

Інтернет-магазин базується на електронних технологіях із завершеним циклом торговельного обслуговування. Для підприємств Укоопспілки, діяльність яких ускладнена проблемами техніко-технологічного забезпечення, запровадження інтернет-технологій варто розглядати як вагомий чинник підвищення ефективності господарювання, що передбачає:

- зниження витрат на організацію і підтримку інфраструктури бізнесу, що відбувається за рахунок використання програмних продуктів, заснованих на інтернет-технологіях із нижчими витратами як грошових, матеріальних, так і людських ресурсів. Зокрема, вартість створення і обслуговування електронного магазину є значно нижчою за вартість створення і забезпечення функціонування звичайного магазину у фізичному просторі;

- отримання завдяки мережі Інтернет можливості інтерактивної взаємодії з клієнтами. Інформаційна взаємодія створює принципово нові канали збуту, доступ до яких одержує значна кількість потенційних споживачів, що мають змогу в режимі реального часу висловлювати свої відгуки, побажання та зауваження, а це, у свою чергу, надає підприємствам можливість швидко адаптуватися до потреб певних сегментів споживачів;

- підвищення ефективності механізму просування продовольства, зміцнення зв'язків між його ланками, оптимізацією функціонування механізмів управління підприємством, прискорення реакцій на внутрішні та зовнішні чинники впливу. Використання інтернет-технологій дозволяє підприємствам реалізовувати стратегії та комплексні програми просування продовольства таким чином, щоб забезпечувати найвищий економічний ефект як для підприємства, так і для споживачів продукції.

З огляду на тенденції розвитку світового господарства і зростаючого значення інформаційних технологій у світі, Верховна Рада України у 2007 р. ухвалила Закон «Про основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки». Серед основних стратегічних цілей розвитку інформаційного суспільства в Україні визначається державна підтримка нових електронних секторів економіки (торгівлі, надання фінансових і банківських послуг тощо). Основним завданням розвитку інформаційного суспільства в Україні є надання кожній людині на засадах широкого використання сучасних інформаційно-комунікаційних технологій можливостей створювати інформацію і знання, користуватися та обмінюватися ними, виробляти товари та надавати послуги, повною мірою реалізуючи свій потенціал, підвищуючи якість свого життя і сприяючи сталому розвитку країни [6]. Розробку механізму реалізації завдань делеговано Кабінету Міністрів України.

Висновки. Таким чином, аналіз тенденцій розвитку торгівлі та світової практики впровадження інтернет-технологій у торгівлю продовольством свідчить, що переведення традиційної торгівлі продовольством підприємств Укоопспілки у мережу Інтернет надасть їм додаткові можливості адаптації до змін зов-

нішнього середовища, співпраці між учасниками торговельного процесу, а також розвитку комунікаційної політики. Використання інтернет-технологій на торговельних підприємствах Укоопспілки повною мірою визначає його успіх на ринку та впливає на конкурентоспроможність товарів і послуг.

Зважаючи на останні тенденції поширення і розвитку інформаційних технологій в Україні, можна стверджувати, що перспективи подальших досліджень потребують ґрунтовного аналізу й опрацювання ефективних механізмів впровадження інтернет-технологій торговельними підприємствами Укоопспілки.

Список літератури

1. Нуралиев С.У. Продовольственный рынок: проблемы становления и перспективы развития / С.У. Нуралиев. – Волгоград: Изд-во Волгоград. гос. ун-та, 2003. – 280 с.
2. Березін О.В. Продовольчий ринок України: теоретико-методологічні засади формування і розвитку: монографія / О.В. Березін. – К.: ЦУЛ, 2008. – 184 с.
3. Про споживчу кооперацію [Електронний ресурс]: Закон України. – Режим доступу: <<http://www.zakon.rada.gov.ua>>.
4. Карпенко Н.В. Маркетингова діяльність підприємств споживчої кооперації: монографія / Н.В. Карпенко. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2010. – 259 с.
5. Тягунова Н.М. Підвищення конкурентоспроможності торговельних підприємств споживчої кооперації як чинник прискорення євроінтеграції / Н.М. Тягунова // Споживча кооперація ХХІ століття: уроки трансформаційних реформ і перспективи розвитку: Міжнар. наук.-практ. конф. Полтава, 20-21 липня. 2008 р.: [матеріали]. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2008. – С. 21.
6. Про Основні засади розвитку інформаційного суспільства в Україні на 2007-2015 роки [Електронний ресурс]: Закон України. – Режим доступу: <<http://www.zakon.rada.gov.ua>>.

УДК 640.432:331

Кривошей В.В., д-р екон. наук, доц.,

Грек Д.В. (ХДУХТ, Харків)

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ПРОВЕДЕННЯ АНАЛІЗУ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РЕСТОРАННОГО ГОСПОДАРСТВА

Запропоновано методику побудови трифакторної та п'ятифакторної моделей ефективності використання виробничої діяльності підприємств ресторанного господарства.

Ключові слова: *трудовий капітал, підприємства ресторанного господарства, ефективність діяльності підприємств, показники діяльності підприємств ресторанного господарства.*

Наукові дослідження у сфері ресторанного господарства в основному орієнтовані на вивчення питань економічного стану, розвитку, визначення фінан-