*В. В. Іванова, д. е. н., професор*

*Вищий навчальний заклад Укоопспілки*

*«Полтавський університет економіки і торгівлі»*

ОРГАНІЗАЦІЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОТОКІВ У СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Споживчій кооперації завжди були властиві механізми під- приємництва. Основною проблемою для неї є збереження ство- реної системи, підвищення ефективності діяльності.

Однією з проблем, на вирішення якої повинні бути спрямо- вані механізми економічної політики споживчої кооперації, є її конкурентоспроможність. Такі конкурентні переваги системи як матеріально-технічна база, кадри, сформовані господарські зв’язки, повинні бути використані в повній мірі для забезпечен- ня можливості вирішення питань щодо всіх видів діяльності споживчої кооперації, в тому числі впровадження ефективного маркетингу, залучення інвестицій.

Реалізація всього вищевикладеного передбачає:

– постійний моніторинг ринку для визначення існуючого і перспективного попиту на товари і послуги;

– визначення конкурентних переваг підприємств системи;

– створення прогресивних організаційно-економічних меха- нізмів;

– пріоритетний розвиток ефективних виробництв;

– пошук нових ідей;

– багатокритеріальний аналіз даних діяльності окремих під- приємств і системи в цілому;

– моделювання проблем і визначення методів їх вирішення;

– оцінку і впровадження досвіду організацій-конкурентів;

– оцінку і впровадження інновацій;

– прогноз коливань кон’юнктури ринку;

– аналіз комерційного рейтингу партнерів і конкурентів;

– підготовку і проведення рекламної компанії;

– постійний контроль за змінами в законодавстві та подат- ковій політиці.

Реалізація цих завдань передбачає наявність і обробку знач- ного обсягу різнобічної інформації. Аналіз інформаційного про- стору України свідчить про наявність вузьких відомчих інфор- маційних систем, ізольованості їх інформаційних ресурсів, від- сутності комплексної систематизованої інформації про реальний стан внутрішнього і зовнішнього ринків.

Для більшості підприємств споживчої кооперації практично неможливо самостійно сканувати ринок в пошуках інформації, особливо за межами регіону і країни в цілому. У той час, коли системний моніторинг і сканування кон’юнктури внутрішнього і зовнішнього ринків дає можливість оперативно коригувати еко- номічну політику, формувати оптимальну стратегію діяльності, вивести нові товари на ринок, виробити рекомендації стосовно реклами та її обґрунтування.

Це обумовлює необхідність створення інформаційних баз да- них на рівні споживчих спілок областей, які повинні забезпе- чити підприємства споживчої кооперації достовірною та опера- тивною інформації про стан економічного розвитку окремих підприємств, регіонального ринку, галузі, економіки країни та зарубіжжя.

Серед функцій, які повинні бути покладені на такі структури, можна виділити такі: моніторинг внутрішнього і зовнішнього ринків; дослідження розвитку попиту на окремі види продукції; організація інформаційно-методичного забезпечення досліджень; формування спеціальних джерел інформації про ринки окремих видів товарів; постійне спостереження за динамікою зміни цін і асортименту.

Для організації оперативного доступу до інформації слід ви- користовувати можливості Інтернету через створення сайтів обласних споживчих спілок і організації доступу до них підпри- ємствам споживчої кооперації.

Створення самих інформаційних структур в обласних спо- живчих союзах, які б займалися інформаційною підтримкою підприємств системи споживчої кооперації на рівні області і, як

наслідок, на рівні країни, вимагають додаткових грошових вит- рат. Організація їх діяльності пов’язана також з наявністю від- повідних кадрів і, перш за все, виникає нагальна потреба введен- ня в штат посади заступника голови з питань інформації та мар- кетингу.

Крім того обласним споживчим спілкам можна запропону- вати:

– удосконалювати стимулювання інформаційної діяльності;

– орієнтувати свою діяльність на формування єдиного ін- формаційного простору системи споживчої кооперації на основі об’єднання інформаційних структур районів і областей;

– створити сприятливі умови для вільного доступу до ін- формації;

– збільшити фінансування розробок для створення інформа- ційної складової інфраструктури системи;

– розробити комплекс заходів щодо підготовки і підвищен- ню кваліфікації кадрів в сфері надання інформаційних послуг;

– розробити і прийняти документи про порядок поширення інформації та інформаційних продуктів, а також механізму до- ступу до інформаційних ресурсів;

– розробити регіональні програми розвитку інфраструктури товарних ринків.

Запропонований підхід до організації збору та використання інформації вплине на підвищення якості управлінських рішень, і як наслідок, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності всієї системи споживчої кооперації.