

ХАРКІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ХАРЧУВАННЯ ТА ТОРГІВЛІ

БАЛАБАН МИКОЛА ПЕТРОВИЧ

УДК 339.33:334

**ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ
ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ**

Спеціальність 08.07.05 – економіка торгівлі та послуг

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Харків – 2004

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі комерційної діяльності та підприємництва Львівської комерційної академії Укоопспілки

Науковий керівник кандидат економічних наук, професор
Апопій Віктор Володимирович,
Львівська комерційна академія,
проректор з наукової роботи,
завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Онищенко Володимир Пилипович,
Українська академія зовнішньої торгівлі Міністерства
економіки та з питань європейської інтеграції України,
завідувач кафедри міжнародного менеджменту і маркетингу

кандидат економічних наук, професор
Маркіна Ірина Анатоліївна,
Полтавський університет споживчої кооперації України,
завідувач кафедри менеджменту

Провідна установа Інститут економічного прогнозування НАН України,
відділ секторіальних прогнозів та кон'юнктури ринків, м. Київ

Захист відбудеться "14" травня 2004 о 10 годині на засіданні спеціалізованої вченої ради К 64.088.02 Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333, ауд. 45.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Харківського державного університету харчування та торгівлі за адресою: 61051, м. Харків, вул. Клочківська, 333.

Автореферат розісланий "13" квітня 2004 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради,
кандидат економічних наук, доцент

А.П. Грінько

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В новій економічній системі, що формується в Україні, оптова торгівля займає особливе місце. Вона опосередковує у зростаючих масштабах обмін у товарно-грошовій формі, забезпечуючи необхідні темпи і пропорції не лише відтворювального процесу, але сукупного попиту і пропозиції та міжгалузевого обміну.

В міру поглиблення ринкових процесів суттєво розширюються організаційно-економічні, соціальні, технологічні функції оптової торгівлі. Поступово вона стає важливим інститутом ринкової інфраструктури та інструментом збалансованого розвитку внутрішнього ринку.

Однак матеріально-технічний та кадровий потенціал оптової торгівлі, її організаційна та функціональна структура серйозно відстають від темпів розвитку і вимог суміжних сфер – виробництва і роздрібною торгівлі. Особливо виражено темпи відставання спостерігаються в оптовій торгівлі споживчої кооперації.

У кооперативній оптовій торгівлі зруйнована організаційна структура, деформована функціональна діяльність, недосконалий економічний механізм функціонування і система управління. В результаті кооперативна оптова торгівля не в повній мірі забезпечує формування системи господарських зв'язків, товарних ресурсів, реалізації раціональних схем товаропросування, здійснення в широких масштабах товарно-грошового обміну. Оптовий оборот за період з 1990 по 2002 рр. скоротився із 16493 млн. крб. до 181,1 млн. грн. і складає 10,3% роздрібного товарообороту.

При цьому теоретичні дослідження розвитку оптової торгівлі, у тому числі і кооперативної, в конкурентному середовищі, підвищення рівня ефективності її функціонування із врахуванням особливостей національної економіки по-суті відсутні.

Таким чином, особливості та ефективність функціонування оптової торгівлі в ринкових умовах, шляхи подальшого розвитку, стратегічні цілі і завдання цієї важливої підсистеми споживчої кооперації в концептуальному плані не визначені, що і обумовлює актуальність досліджень.

Теоретичні і практичні аспекти досліджуваної проблеми знайшли відображення в роботах відомих вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів: В.В.Апопія, Л.В.Балабанової, І.О.Бланка, Л.О.Брагіна, М.Д.Виноградського, Н.А.Голошубової, В.Даненбурга, І.І.Королькова, А.А.Мазаракі, Ф.Котлера, Р.Монкріфа, В.П.Онищенко, М.В. Опельбаума, В.К.Памбухчиянца, Ф.Г.Панкратова, В.О. Точиліна, К.П.Пашаєва, Ч.Фатрелла та інших.

Аналіз наукових праць і практики господарської діяльності в умовах перехідного періоду виявили невідповідність між станом оптової торгівлі споживчої кооперації і потребами підприємств її роздрібною торговою мережі. Основна проблема полягає у підвищенні ролі оптової торгівлі в процесі товаропостачання магазинів. Нові умови господарювання споживчої кооперації, зростання конкуренції на сіль-

ському споживчому ринку вимагають покладання на торгові бази функцій організаторів кооперативного обороту, визначення стратегічних напрямів їх розвитку в перспективі, використання маркетингових підходів, елементів логістики в процесі доведення товарів від сфери виробництва до сфери споживання.

Актуальність викладених вище аспектів розвитку кооперативної оптової торгівлі, недостатність їх теоретичного аналізу і практичного застосування в торговельній галузі споживчої кооперації, стихійний і безсистемний характер розвитку обумовили вибір теми дисертації, її мету, завдання, напрями досліджень.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Обраний напрямок дослідження пов'язаний з науково-дослідними роботами, що виконувалися на кафедрі комерційної діяльності та підприємництва Полтавського університету споживчої кооперації України, та кафедрі комерційної діяльності та підприємництва Львівської комерційної академії, де виконувалася дисертація. Тема дослідження є складовою частиною комплексної науково-дослідної теми за замовленням Укоопспілки “Формування кооперативного сектору економіки”, (довідка від 03.02.04 р.) та науково-дослідній теми “Стратегія розвитку кооперативного сектору економіки України” (рег. № 0103 U 076650), які виконувалися Львівською комерційною академією, госпдоговірної теми № 167/02 за замовленням Дніпропетровської облспоживспілки “Використання методів підприємницької діяльності в роботі підприємств і організацій системи облспоживспілки”, що виконувалася Полтавським університетом споживчої кооперації України (довідка № 45 – 15/14 від 16.01.2004 р.).

Мета і завдання дослідження. Метою дослідження є розробка методичного інструментарію оцінки ефективності функціонування та обґрунтування стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації. Реалізація поставленої мети обумовила необхідність вирішення наступних завдань:

- теоретично узагальнити суть оптової торгівлі як галузі економіки і виду економічної діяльності в умовах переходу економіки України до ринкових відносин;
- систематизувати і доповнити існуючу класифікацію функцій оптової торгівлі у конкурентному середовищі;
- визначити тенденції розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації;
- розробити методику та здійснити оцінку економічної ефективності функціонування оптової торгівлі споживчої кооперації;
- дослідити стан і динаміку змін в господарській діяльності системи споживчої кооперації та їх вплив на розвиток кооперативної оптової торгівлі;
- проаналізувати кількісні і якісні зміни, що сталися в оптовій торгівлі споживчої кооперації;
- визначити стратегію розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації в конкурентному середовищі.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації України.

Предметом дослідження є теоретичні засади та практичні аспекти ефективності функціонування та визначення стратегічних напрямів розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації в умовах трансформації національної економіки.

Методи дослідження. Методологічною та теоретичною основою дисертаційного дослідження є наукові розробки вітчизняних та зарубіжних вчених з проблем економічної теорії, макро- і мікроекономіки та напрямів її ринкової трансформації, теорії кооперації, розвитку сучасного міжнародного кооперативного руху, законодавчі та нормативні акти України, що регламентують торговельну діяльність, спеціалізовані періодичні видання та наукові публікації, що стосуються економіко-організаційних аспектів ефективності функціонування та перспектив розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації. В роботі використовувалися як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження, а саме: методи теоретичного узагальнення і порівняння в процесі розкриття сутності і ролі, тенденцій розвитку, характеристики структури і форм оптової торгівлі в ринково орієнтованій економіці; методи причинно-наслідкового та абстрактно-логічного зв'язку – при класифікації форм оптової торгівлі та її функцій у сфері товарного обігу; методи економіко-статистичного аналізу (порівняння, графічний, угруповання, середніх величин, динамічних рядів, індексний метод) та кореляційно-регресивний – для характеристики основних показників розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації, стану та динаміки змін у галузях діяльності системи; метод експертних оцінок (анкетування та спостереження) – для визначення перспектив розвитку та основних напрямів виходу з кризи споживчої кооперації та її оптової ланки; метод систематизації та матричні методи – при розробці стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації в стратегічних зонах господарювання.

У процесі дослідження були використані інформаційно-аналітичні матеріали Держкомстату України, Укоопспілки, фактичний матеріал монографій та періодичних видань, дані статистичної та оперативної звітності обласних та районних споживспілок, результати анкетних обстежень оптових баз та опитувань керівників і спеціалістів оптової торгівлі споживчої кооперації.

Наукова новизна одержаних результатів. Відповідно до мети і завдань у дисертаційній роботі містяться нові науково обґрунтовані рекомендації щодо підвищення ефективності та стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації в умовах конкуренції.

В процесі дослідження отримані наступні найбільш вагомні результати, що представляють наукову новизну:

- вперше запропоновано методичні підходи обґрунтування системи показників для оцінки економічної ефективності функціонування оптової торгівлі на основі специфічних, узагальнених, інтегральних показників та рівня економічної сталості оптових організацій, що дає змогу визначити конкурентоспроможність оптової торгівлі в стратегічних зонах господарювання (с. 9);

дістали подальшого розвитку:

- методика ранжування окремих підприємств і організацій оптової торгівлі споживчої кооперації за допомогою побудови динамічної персоніфікованої матриці та динамічної матриці позиціонування для аналізу стабільності функціонування оптової торгівлі споживчої кооперації та виявлення змін, що відбулися в період ринкових трансформацій в економіці України (с. 9);

- матричні методи кількісної оцінки ринкової сталості оптових підприємств в стратегічних зонах господарювання (матриця БКГ та модель Портера) для визначення стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації та пошуку резервів її стабілізації (с.10);

- запропоновано рекомендації зі створення на базі міжрайонних оптових баз та райспоживспілок зони їх діяльності багатогалузевих комплексів - міжрайспоживспілок та модель організаційної структури управління ними для більш повного узгодження інтересів всіх галузей діяльності споживчої кооперації, концентрації ресурсів, спрощення процесу управління та скорочення витрат на утримання адміністративно-управлінського апарату (с. 12);

- удосконалено визначення сутності оптової торгівлі в сфері товарного обігу в економіці перехідного періоду, її місце в системі комерційних відносин і товарних зв'язків, класифікацію функцій на макро- і мікроекономічному рівнях для всебічного розкриття особливостей, характерних рис, змін структури і форм оптової торгівлі та основних тенденцій її розвитку в сучасній ринковій економіці (с. 6);

Практичне значення одержаних результатів роботи полягає в тому, що наукові результати з комплексного теоретико-методологічного дослідження ефективності функціонування та стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації доповнюють організаційно-економічний механізм господарювання та методологію управління оптовими підприємствами конкретними пропозиціями та методиками, які можуть бути використані в практичній діяльності районних та обласних споживспілок та апарату управління Укоопспілки. Впровадження результатів дослідження сприяє стабілізації господарської діяльності та виходу з кризи оптової ланки споживчої кооперації. Практичне значення мають запропоновані методики і пропозиції, а саме: методичний інструментарій для кількісної оцінки ефективності функціонування оптової торгівлі; методика аналізу стратегічної позиції оптового підприємства в зонах ведення господарської діяльності шляхом адаптації матриць БКГ та моделі Портера до діяльності оптової торгівлі; створення на основі міжрайонних оптових баз міжрайонних оптово-роздрібних комплексів (міжрайспоживспілок) зі службою маркетингу; використання логістичних підходів до управління товарними запасами оптового підприємства та їх оптимізації. Запропоновано методичні розробки з адаптації “моделі навчання” та “моделі досвіду” до умов діяльності споживчої кооперації, варіанти схем управління підприємствами і організаціями споживчої кооперації,

модель організаційної структури управління при створенні міжрайспоживспілок та інші, які можуть використовуватися в практичній діяльності оптових підприємств.

Теоретичні узагальнення та розробки можуть стати базою для подальших досліджень економіко-організаційних проблем підвищення ефективності функціонування кооперативної оптової торгівлі в умовах ринкових перетворень в економіці України, дозволять збагатити інформацією навчальну літературу.

Основні практичні рекомендації та пропозиції за результатами дослідження прийняті до впровадження правліннями Полтавської і Чернігівської облспоживспілок (довідки про впровадження від 22.10.2003р. та 07.06.2003р.).

Результати досліджень автора використовуються у навчальному процесі Полтавського університету споживчої кооперації України (довідка № 45-14/14 від 08.01.04р.).

Особистий внесок здобувача. Усі наукові результати, що викладені у дисертації і виносяться на захист, є результатом самостійного наукового дослідження.

Апробація результатів дисертації. Одержані результати досліджень доповідалися на міжнародних науково-практичних конференціях: “Актуальні аспекти формування національного продовольчого ринку України” (Полтава, 2002), “Управління розвитком соціально-економічних систем: глобалізація, підприємництво, стале економічне зростання” (Донецьк, 2003), на Всеукраїнській науково-практичній конференції “Економіка підприємства: проблеми теорії та практики” (Дніпропетровськ, 2003), наукових конференціях професорсько-викладацького складу ЛКА та ПУСКУ за підсумками науково-дослідної роботи за 2002-2003 рр., та на засіданнях правлінь Полтавської та Чернігівської обласних споживспілок.

Публікації. Основні положення дисертації опубліковані у 5 роботах обсягом авторського тексту 3,07 д.а., у тому числі у 4 статтях фахових видань та у 1 тезі доповіді. Всі статті і тези виконані і надруковані одноособово.

Структура і обсяг дисертаційної роботи. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків та пропозицій, списку використаних джерел та додатків.

Повний обсяг дисертації становить 228 сторінок друкованого тексту, в тому числі вміщує 47 таблиць, 42 рисунка, 18 додатків на 36 сторінках, список літературних джерел із 152 найменувань. Зміст дисертаційної роботи викладено на 180 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми, відображено мету, завдання, предмет та об'єкт дисертаційного дослідження, визначено основні положення наукової новизни, сформульовано теоретичне й практичне значення отриманих результатів, наведено дані про апробацію основних положень роботи.

У першому розділі “Теоретичні аспекти і тенденції розвитку оптової торгівлі в ринковій економіці” уточнено сутність торгівлі як економічної категорії у сфері товарного обігу, визначено місце і роль оптової торгівлі, обґрунтована та узагальнена класифікація її функцій та форм в умовах переходу до ринкових відносин.

На основі попереднього аналізу робіт дослідників та узагальнення основних еволюційних поглядів вчених-економістів зроблено висновок, що оптова торгівля як елемент інфраструктури економіки ринкового типу, є важливою опосередкованою ланкою між сферами виробництва і споживання, яка виступає координатором і організатором в системі економічних зв'язків між галузями економіки та регіонами країни, сприяє їх матеріально-технічному і сировинному забезпеченню, економічній інтеграції територій, активізує і розширює міжрегіональний обмін, зміцнює територіальний розподіл праці і спеціалізацію виробництва та сфери обслуговування. В ринкових умовах вона повинна стати центром зосередження і передачі інформації з питань дослідження ринку.

Визначення сутності, особливостей та характерних рис оптової торгівлі, її місця і ролі в сучасній ринковій економіці в роботі розглянуто з позицій дослідження функцій, в яких вона знаходить свій практичний вираз. Критичний аналіз різних ознак класифікації функцій оптової торгівлі, що поданий в роботах вітчизняних і зарубіжних авторів, їх систематизація та узагальнення дозволили запропонувати класифікацію функцій оптової торгівлі на макро- та мікрорівнях, що відповідає сучасним умовам діяльності її підприємств і організацій.

Встановлено, що скорочення обсягів оптових операцій на товарному ринку в період побудови в Україні ринково орієнтованої моделі господарювання, суттєво понизило роль оптової торгівлі споживчої кооперації в організації товаропостачання роздрібних торговельних підприємств. А тому довготерміновими завданнями політики споживчої кооперації у сфері розвитку оптової торгівлі повинні стати її структурна перебудова, припинення спаду та стабілізація обсягів діяльності, максимальне використання наявного потенціалу оптової ланки для стимулювання і підтримки регіональних і міжрегіональних інтеграційних процесів на сільському споживчому ринку, відродження та посилення конкурентних позицій роздрібною торгівлі системи.

Відзначається, що в процесі розвитку і поглиблення ринкових реформ в Україні загострилися негативні тенденції, пов'язані з руйнуванням господарських зв'язків між галузями економіки, роздробленістю товаровиробників і споживачів, що призвело до руйнування системи оптової торгівлі. В результаті порушився процес товароруку між суб'єктами господарювання, збільшилася його ланковість, оптова і оптово-посередницька діяльність стали фактично безсистемними. В таких умовах значне скорочення обсягів роздрібного товарообороту споживчої кооперації, мережі підприємств роздрібною торгівлі та її частки в товарообороті України призвело до відповідного скорочення обсягів діяльності та чисельності матеріально-технічної бази кооперативної оптової торгівлі. Втрата системою монопольного становища на

сільському споживчому ринку в результаті інтенсивного розвитку конкуренції, вплив об'єктивних і суб'єктивних факторів на розвиток оптової торгівлі призвели до погіршення її фінансового стану, що змусило розвивати власну роздрібну торгівлю, змінити структуру оптового обороту, сконцентрувавши основну увагу на торгівлі продовольчими товарами, перетворитися із внутрішньосистемних в комерційні підприємства, які недостатньо враховують інтереси роздрібно-кооперативної торгівлі. Структура оптових підприємств, що склалася в дореформений період, виявилася слабо пристосованою до сучасних умов господарювання.

До тенденцій розвитку кооперативної оптової торгівлі в роботі також віднесені різке зростання витрат обігу при недостатньому розмірі торговельної надбавки, дефіцит або повна відсутність власних обігових коштів, неефективне використання матеріально-технічної бази, втрата статусу основного постачальника товарів в роздрібно-торговельну мережу системи та згортання централізованого завезення товарів в магазини.

За результатами дослідження проведено групування несприятливих для розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації чинників на внутрішні та зовнішні (таблиця 1).

Таблиця 1

Внутрішні та зовнішні несприятливі чинники для розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації в конкурентному середовищі

Внутрішні чинники	Зовнішні чинники
1. Порушення господарських зв'язків у кооперативному господарстві та недостатня керованість підприємствами	1. Зменшення доходів і купівельних фондів сільського населення
2. Послаблення господарських зв'язків з підприємствами промисловості і сільського господарства в зоні своєї діяльності	2. Високий рівень інфляції, знецінення власних оборотних коштів
3. Недостатність власних оборотних коштів	3. Ріст цін і тарифів на послуги, електроенергію, паливо
4. Децентралізація закупівельної роботи в системі, закупівля товарів у позасистемних посередників	4. Недосконале податкове законодавство
5. Відсутність бізнес-планування діяльності оптових підприємств	5. Високі відсотки за користування кредитами банків
6. Недосконала цінова стратегія, система ціноутворення	6. Зростання конкуренції з боку приватнопідприємницьких структур
7. Відсутність чіткої стратегії розвитку оптової торгівлі, невідповідність спеціалістів до роботи в умовах конкуренції	7. Недостатня законодавча підтримка діяльності кооперативного опту

У другому розділі “Аналіз ефективності функціонування оптової торгівлі споживчої кооперації в умовах ринкових трансформацій” проаналізовано стан та ефективність господарської діяльності основних галузей кооперативного господарства, визначено та обґрунтовано систему показників оцінки економічної ефективності функціонування оптової торгівлі споживчої кооперації, проведено економіко-статистичний аналіз її розвитку в умовах конкуренції.

На основі даних Держкомстату України, Укоопспілки, статистичної та оперативної інформації обласних районних споживспілок досліджено динаміку змін та основні тенденції розвитку основних галузей господарської діяльності споживчої кооперації України в цілому та окремих її споживспілок: роздрібною торгівлі, виробництва, заготівельної діяльності. У процесі дослідження встановлено, що на розвиток оптової торгівлі визначальний вплив мало скорочення роздрібного товарообороту та погіршення його структури (частка продовольчих товарів в обороті збільшилася із 46,4% у 1990 р. до 89,7% у 2002 р. при відносному зменшенні частки непродовольчих товарів із 53,6% до 11,3 %). У порівнянні з 1990 роком на 60,5 тис. одиниць скоротилася чисельність діючих роздрібних торговельних підприємств, знизилася ефективність їх функціонування, що безпосередньо вплинуло на стан та розвиток оптової ланки торговельної діяльності системи.

Проведене дослідження показало, що ефективність функціонування оптової торгівлі визначалася розвитком всіх галузей господарської діяльності системи, які входили до єдиного кооперативного господарського комплексу, були і залишаються взаємозалежними складовими єдиної системи.

Це зумовлено тим, що значна частка товарів, які надходять для реалізації в оптову і роздрібну торгівлю, поступає від власного виробництва та заготівель, які є важливим джерелом товарних ресурсів, фактором фінансової стабілізації системи. Як доводить аналіз, скорочення обсягів діяльності всіх галузей споживчої кооперації, втрата системою своїх позицій на сільському споживчому ринку були основними причинами погіршення фінансового стану підприємств і організацій системи Укоопспілки. Основні галузі діяльності, починаючи з 1997 по 2001 рр. працювали збитково, чисельність збиткових підприємств зроста з 0,06% у 1990 р. до 52,9% у 1999 р., 28,8% у 2001 р. та 16,0% у 2003 році.

Позитивні тенденції, які характерні для розвитку кооперативного господарства у 2001 – 2003 рр. свідчать про вихід з кризи основних галузей системи, в тому числі і оптової торгівлі. Подальший розвиток кооперативної оптової торгівлі можливий лише за умови зміцнення позицій споживчої кооперації на ринку шляхом збереження і підвищення ефективності господарювання всіх основних галузей її діяльності.

Оцінку економічної ефективності функціонування підприємств і організацій оптової торгівлі автором пропонується здійснювати не тільки шляхом розрахунку

специфічних, узагальнюючих та інтегральних показників, але і за допомогою аналізу рівня економічної сталості оптової організації, яка виступає як основна мета діяльності суб'єкта на ринку. З урахуванням сучасних підходів до визначення рівня економічної сталості, який базується на визначенні частки господарюючого суб'єкта на ринку, в роботі використано (як перший етап аналізу рівня економічної сталості) методикою, що базується на розрахунку рангів окремих підприємств і організацій оптової торгівлі, побудові динамічної персоніфікованої матриці та динамічної матриці позиціонування, які адаптовані автором до умов діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації.

Використання методу ранжування дозволило визначити зміни у рейтингу та надати узагальнену характеристику роботи підприємств і організацій оптової торгівлі обласних споживспілок. Розрахунки за цією методикою, проведені за матеріалами 22 обласних споживспілок, показали, що за період з 1990 по 2002 рр. відбулися значні зміни в обсягах оптово-складського товарообороту споживспілок та їх частці на ринку оптової торгівлі областей, що характеризує стабільність здійснення ними торговельної діяльності (рис.1).

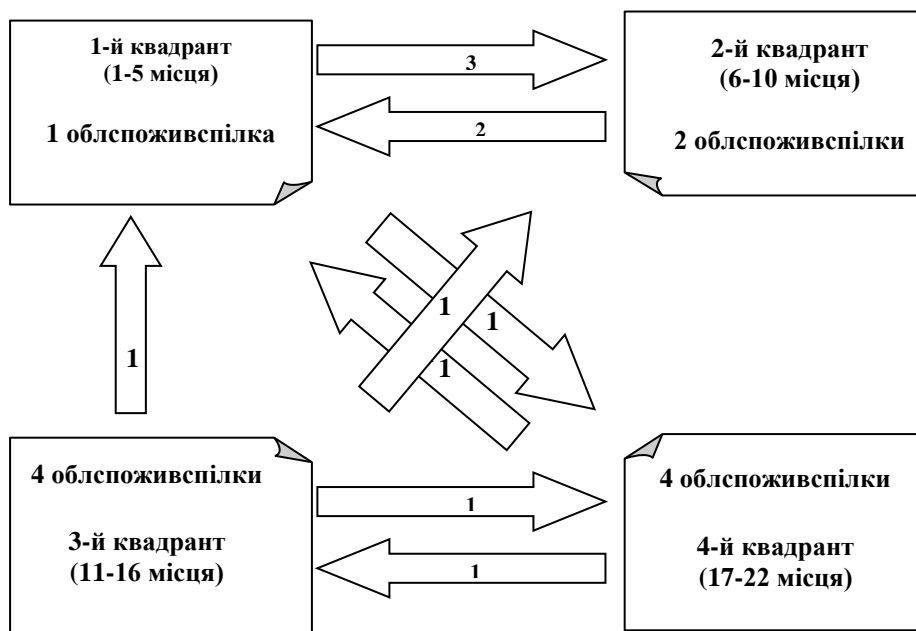


Рис. 1. Динамічна матриця позиціонування рангових місць обласних споживспілок України за обсягами оптово-складського товарообороту за 1990, 2002 роки

В залежності від місць, які займали споживспілки в 1990 і 2002 рр., вся їх сукупність поділена на 4 квадранти, в кожному із яких знаходиться по 5 (6) споживспілок. Стабільно працювали: у першому квадранті – 1 облспоживспілка, у другому –

2, у третьому – 4, і у четвертому квадранті – 4 облспоживспілки. При цьому ряд споживспілок прагнули кардинально покращити свої позиції: 2 облспоживспілки другого квадранту, 1 облспоживспілка – третього та одна – четвертого квадранту. Однак 6 облспоживспілок погіршили свій рейтинг. Таким чином, за 1990 – 2002 рр. відбулися суттєві зміни в рейтингах за оптово-складським товарооборотом у 21 із 22 облспоживспілок. Відносно стабільно з них працювало 11 споживспілок.

У третьому розділі “Стратегія розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації в конкурентному середовищі” за допомогою обраної методики визначення позиції оптових підприємств на ринку обґрунтовано стратегічні підходи до розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації, визначено основні напрями організаційно-структурної перебудови і оптимізації організаційних форм управління оптовою торгівлею в системі обласних споживспілок, сформульовано перспективи розвитку оптової торгівлі на основі концепції логістики.

В основу стратегії розвитку оптової торгівлі покладена методика оцінки її ринкової сталості, яка використовує такі інструменти стратегічного аналізу як матриця БКГ, модель Портера, крива навчання та крива досвіду, що адаптовані до умов діяльності оптової торгівлі споживчої кооперації.

Для побудови матриці БКГ (рис. 2) в роботі використані частка обласних споживспілок в загальному товарообороті регіонів, яка характеризує сегмент ринку оптової торгівлі облспоживспілок та темпи росту товарообороту.

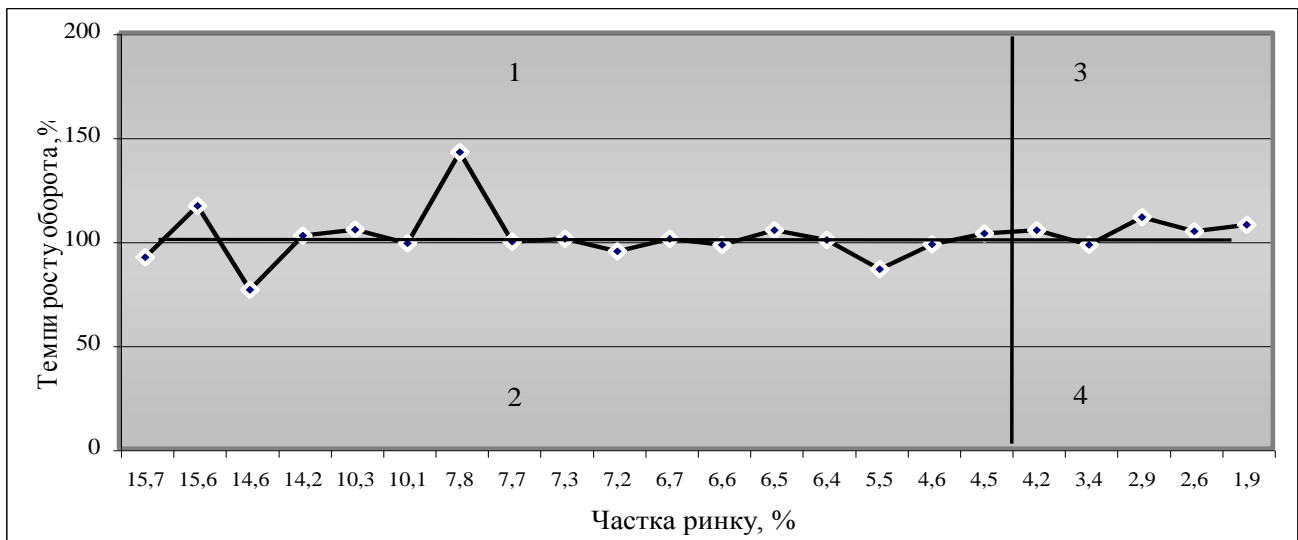


Рис. 2. Сегментація ринку оптової торгівлі споживчої кооперації за допомогою матриці БКГ (за даними обласних споживспілок системи Укоопспілки, 2002 рік)

Поділ всього ринку на 4 квадранти, до яких ввійшли споживспілки у відповідності з часткою ринку та темпами росту товарообороту дозволив згрупувати їх у залежності від перспективності оптової торгівлі споживчої кооперації в окремих ре-

гіонах та визначити стратегію її розвитку. Як межу по осі ординат прийнято середні темпи росту обороту Укоопспілки в 2002 р. в порівнянні з 2001 р. (101,1%), по осі абсцис – питому вагу споживчої кооперації у роздрібному товарообороті країни (4,5%). За розрахунками, здійсненими в дослідженні, до першого квадранту віднесені споживспілки з часткою ринку від 6,5 до 15,6% та темпами росту товарообороту у 2002 р. від 104,9% до 142,5%. Торгівля для цих організацій є перспективною, вони успішно конкурують на ринку.

До другого квадранту ввійшли облспоживспілки з часткою в товарообороті областей на рівні 4,6 – 15,7% і темпами росту товарообороту від 96,3% до 100,9%. Вони повинні дотримуватися стратегії утримання завойованих позицій та здійснювати пошук нових сегментів ринку.

Третій квадрант представлений споживспілками з часткою в товарообороті 1,9 – 4,5%, що свідчить про втрату ними своїх конкурентних позицій. Деяке зростання обсягів товарообороту у порівнянні з 2001 роком характеризує бажання цих споживспілок повернути втрачені позиції. Однак провідне місце в стратегічних зонах їх діяльності належить конкурентам. Для збільшення частки на ринку цим споживспілкам потрібні значні обсяги інвестицій, що вимагає детальних прорахунків їх фінансових можливостей для прийняття рішення про стратегію конкурентної боротьби.

До четвертого квадранту віднесено споживспілки з низькою часткою на ринку та низькими темпами росту товарообороту. Стратегія їх подальшого розвитку повинна включати комплекс завдань по стабілізації діяльності та виходу з кризи.

Для поглиблення аналізу при визначенні стратегій розвитку оптової торгівлі в роботі використана матриця М.Портера, яка дозволила виявити вплив фінансових показників на збільшення частки організацій на ринку (витратовіддачі та прибутку на 1 грн. витрат). Економічний аналіз показав, що максимальні показники витратовіддачі та прибутковості характерні для споживспілок з найбільшою часткою ринку. Для визначення залежності між обсягом продаж і витратами обігу в роботі використано такі інструменти як “крива навчання” та “крива досвіду”, які пов’язують стратегію розвитку з досягненням переваг у витратах.

Практика господарювання та проведені дослідження показали, що можливими варіантами стабілізації діяльності та збільшення частки ринку підприємств і організацій оптової торгівлі споживчої кооперації повинні бути:

- збільшення обсягів діяльності і частки на ринку, обслуговування всієї наявності кооперативної роздрібної торговельної мережі та приватних підприємців, організації централізованого завезення товарів, надання широкого спектру послуг;
- зниження розміру оптових надбавок на товари у порівнянні з конкурентами і завоювання більшого сегменту ринку;

- підвищення якості обслуговування та орієнтація на різні соціальні групи покупців при формуванні асортименту товарів.

На основі проведеного дослідження встановлено, що кризовий стан оптової торгівлі визвали як загальнодержавні процеси трансформації економіки України, так і невідповідність діючих організаційних форм і структур управління споживчою кооперацією в цілому, її оптовою та роздрібною ланками.

Удосконалення організаційної структури управління, перехід до нових ринкових методів діяльності, проведення структурних змін в організації торговельної діяльності системи споживчої кооперації в умовах жорстокої конкуренції вимагає виключення дублювання різними управлінськими структурами однакових функцій, скорочення числа рівнів управління до об'єктивно необхідного, підвищення відповідальності за результати господарської діяльності. Цим вимогам відповідає запропоноване в роботі створення міжрайонних комплексів (міжрайспоживспілок).

Необхідність створення міжрайспоживспілок аргументується значним скороченням обсягів діяльності оптових баз та райспоживспілок (чисельності магазинів, підприємств ресторанного господарства, заготівельної галузі тощо). Наявність великої кількості райспоживспілок при незначних обсягах їх діяльності та утримання значного за чисельністю апарату управління призводять до додаткових витрат. Так, при чисельності райспоживспілок і райСТ у 1990 р. – 476 од. і 462 од. у 2002 році чисельність магазинів у розрахунку райспоживспілку (райСТ) скоротилася з 154,6 од. до 46,7 од., або більше, ніж у 3,3 рази. Укрупнення і реструктуризація частини збиткових райспоживспілок (райСТ) та створення міжрайонних комплексів, які об'єднують оптові бази запропоновано в роботі як один із реальних варіантів вдосконалення управління підприємствами і організаціями споживчої кооперації.

Створення міжрайспоживспілок не суперечить і інтересам подальшого розвитку кооперативного руху. Організаційна модель створення міжрайспоживспілок, розроблена автором, включає усі структури і органи управління, що характерні для кооперативних організацій.

ВИСНОВКИ

За результатами наукових досліджень теоретичних аспектів, практики функціонування та стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації в ринково орієнтованій економіці України сформульовані наступні узагальнюючі висновки:

1. Подальшого розвитку набуло визначення оптової торгівлі як елементу інфраструктури економіки ринкового типу, різновиду торговельної діяльності, який в процесі відтворення виступає посередником між сферами виробництва і споживання.

2. Визначено місце оптової торгівлі в системі господарських зв'язків і комерційних відносин, економічну природу, сутність та роль в економіці перехідного періоду, досліджено її функції. Узагальнення існуючих поглядів, ознак та підходів до класифікації функцій в історичному аспекті дозволило розробити класифікацію на макро- та мікрорівнях, яка орієнтована на сучасні умови діяльності оптових торговельних підприємств.

3. Аналіз основних тенденцій розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації в пострадянський період засвідчив, що ринкові трансформації в економіці України призвели до значного скорочення обсягів діяльності та чисельності оптових баз, зниження їх ролі в організації товаропостачання відомчої роздрібною торговельною мережі, порушення взаємозв'язків із товаровиробниками, в тому числі і внутрішньосистемними, змін в організаційній структурі оптової ланки. Обґрунтовано, що ці тенденції були обумовлені цілим рядом внутрішніх і зовнішніх причин. Поряд з цим у 2000 – 2003 рр. виявлена чітка тенденція стабілізації та зростання обсягів діяльності оптових підприємств і організацій системи.

4. Автором визначено, що сучасний стан оптової торгівлі споживчої кооперації оцінюється як критичний. Поряд із зовнішніми чинниками цьому сприяли негативні тенденції в розвитку всіх галузей діяльності споживчої кооперації: роздрібною торгівлі, ресторанного господарства, заготівельно-виробничого комплексу, скорочення обсягів товарообороту та чисельності підприємств роздрібною торгівлі, частки споживчої кооперації в загальному роздрібному товарообороті України.

5. Досліджено основні причини збиткової діяльності підприємств і організацій кооперативної оптової торгівлі: жорстка конкуренція; закупка товарів підприємствами роздрібною торгівлі безпосередньо у виробників та втрата оптовою торгівлею статусу основного постачальника товарів; недостатній розмір торговельної надбавки при значному зростанні витрат обігу; дефіцит власних оборотних коштів; неефективне використання матеріально-технічної бази; кардинальні зміни в структурі роздрібного товарообороту та інші.

6. Обґрунтовано, що наявна матеріально-технічна база оптової торгівлі споживчої кооперації достатня для забезпечення кооперативної роздрібною торговельною мережі товарами, однак використовується неефективно.

7. В роботі запропонована класифікація показників ефективності діяльності за основними критеріями (якість, надійність, ліквідність, сталість) та результативністю діяльності (техніко-економічні та результативні). Доведено, що в ринково-орієнтованій економіці максимізація прибутку вже не є кінцевою метою діяльності. У якості такої виступає рівень економічної сталості підприємства, який визначається його часткою (сегментом) на ринку.

8. Обґрунтовано необхідність проведення стратегічного аналізу ринкової ситуації, на основі якого розробляється стратегія розвитку оптової торгівлі на перспективу. Визначення стратегії в роботі здійснено за допомогою елементів ситуаційного аналізу, які дозволяють визначити стратегічно вигідні зони (сегменти) діяльності оптових підприємств і організацій на ринку.

9. Вдосконалено методику визначення стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації, на основі використання матриці БКГ, адаптованої до умов діяльності оптової торгівлі, яка дає можливість визначити взаємозв'язок між стратегічними зонами діяльності, силу та ефективність їх взаємодії, визначити стратегію поведінки оптових підприємств і організацій в умовах конкуренції на різних сегментах ринку. Основою побудови матриці БКГ є поділ ринку на 4 квадранти по сукупності частки ринку і темпів росту товарообороту.

10. Розроблено методичний інструментарій поглибленого аналізу стратегії розвитку оптової торгівлі обласних споживспілок в стратегічних зонах господарювання за допомогою моделі М.Портера, яка дозволяє виявити вплив фінансових показників діяльності на збільшення частки ринку і посилення конкурентних позицій організації. В роботі побудовано моделі Портера, які визначають залежність від частки на ринку витратовіддачі та прибутку в розрахунку на 1 грн. витрат. Розрахунки показали, що максимальна величина витратовіддачі та рівня прибутковості були у споживспілок з найбільшою часткою ринку.

11. Досліджено можливість використання для обґрунтування стратегії розвитку оптової торгівлі та пошуку резервів підвищення ефективності діяльності її підприємств таких інструментів економічного аналізу як “крива навчання” та “крива досвіду”, які характеризують залежність між часткою підприємств на ринку і рівнем витрат та залежність рівня витрат від товарообороту.

12. Визначено стратегічні напрями розвитку оптової торгівлі: на макроекономічному рівні – впровадження методів підприємництва, збільшення власних оборотних коштів, залучення інвесторів, жорстке планування і контроль за витратами, створення служб маркетингу; на мікроекономічному рівні – відновлення господарських зв'язків з виробниками товарів, завершення процесу розмежування і закріплення власності, інтеграція галузей діяльності споживчої кооперації на основі кластерного підходу в межах міжрайспоживспілок, вдосконалення комерційної роботи, перепідготовка фахівців керівної ланки для роботи в умовах конкуренції тощо.

13. Аргументовано необхідність трансформації організаційних форм управління споживчою кооперацією на рівні районної ланки шляхом створення на базі оптових підприємств та райспоживспілок (райСТ) міжрайонних багатогалузевих комплексів (міжрайспоживспілок), наводяться економічні і соціальні переваги нових організаційних структур.

14. Внесено пропозиції щодо створення на оптових базах та в обласних споживспілках маркетингових служб, розроблено модель організаційної структури управління міжрайспоживспілкою зі службою маркетингу.

Реалізація у практичній діяльності підприємств і організацій оптової торгівлі споживчої кооперації висновків та рекомендацій, наведених у дисертаційній роботі, дозволить підвищити ефективність господарювання, забезпечити конкурентоспроможність оптової ланки системи в стратегічних зонах господарювання, визначити стратегію розвитку в ринковому середовищі.

СПИСОК ОПУБЛІКОВНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях

1. Балабан М.П. Трансформаційні процеси в торговельній діяльності споживчої кооперації і розвиток сільського споживчого ринку в перехідному періоді // Регіональні перспективи. – 2003. - №1. – с. 22-25. (0,56 друк. арк.).
2. Балабан М.П. Оптові бази споживчої кооперації в інфраструктурі аграрного ринку // Регіональні перспективи. – 2003. - № 4-5. – с. 70-74. (0,7 друк. арк.).
3. Балабан М.П. Використання методів оцінки ринкової стійкості підприємств оптової торгівлі у конкурентному середовищі для розробки стратегії їх розвитку в перспективі // Регіональні перспективи. – 2004. - № 9-10. – с. 78-83 (0,78 друк. арк.).
4. Балабан М.П. Демографічні процеси в Україні як фактор розвитку торговельної діяльності споживчої кооперації // Економіка: проблеми теорії і практики. Збірник наукових праць. Випуск 177: В 2 т. – Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. Том II. – 328 с. – с.382-391. (0,84 друк. арк.).

Тези:

1. Балабан М.П. Перспективи розвитку оптової торгівлі на основі концепції логістики // Праці Четвертої міжнародної наукової конференції студентів та молодих учених “УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ СИСТЕМ: ГЛОБАЛІЗАЦІЯ, ПІДПРИЄМНИЦТВО, СТАЛЕ ЕКОНОМІЧНЕ ЗРОСТАННЯ”. Частина 4./ Ред.кол. Ступін О.Б. (голова), Александров І.О. (заступник голови) та ін. – Донецьк ДонНУ, 2003. – 376с. – с.153-155 (0,19 друк.арк.).

АНОТАЦІЯ

Балабан М.П. Ефективність функціонування та стратегія розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.07.05 – економіка торгівлі та послуг. – Харківський державний університет харчування та торгівлі, Харків, 2004.

Дисертація присвячена теоретико-методологічним та прикладним проблемам підвищення ефективності господарювання та стратегії розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації.

У роботі здійснено комплексне дослідження теоретичних аспектів, проблем і тенденцій розвитку кооперативної оптової торгівлі в перехідний до ринку період, визначено вплив окремих галузей господарської діяльності системи на розвиток її оптової ланки, проаналізовано стан та ефективність функціонування оптової торгівлі в умовах економічних трансформацій в перехідній економіці. Розроблено нові підходи до визначення стратегії розвитку оптової торгівлі на основі стратегічного аналізу ринкової ситуації та визначення стратегічно вигідних зон діяльності на ринку з використанням елементів ситуаційного аналізу - матриці БКГ та моделі М.Портера, адаптованих до умов діяльності оптової торгівлі та інших.

Запропоновано та аргументовано необхідність трансформації організаційних форм управління оптовою і роздрібною торгівлею шляхом створення міжрайонних багатогалузевих комплексів, наведена модель організаційної структури управління ними. Обґрунтовано основні напрями виходу з кризи, необхідність введення в організаційні структури управління служб маркетингу і логістики.

Ключові слова: споживча кооперація, оптова торгівля, ефективність функціонування, стратегія розвитку, економічні трансформації, організаційно-управлінська структура.

АННОТАЦІЯ

Балабан Н.П. Эффективность функционирования и стратегия развития оптовой торговли потребительской кооперации. – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.07.05 – экономика торговли и услуг. – Харьковский государственный университет питания и торговли, Харьков, 2004.

Диссертационная работа посвящается исследованию теоретико-методологических и прикладных проблем эффективности функционирования и

стратегии развития оптовой торговли потребительской кооперации в условиях перехода экономики Украины к рыночным отношениям.

В первом разделе диссертационной работы “Теоретические аспекты, проблемы и тенденции развития оптовой торговли в рыночной экономике” исследована сущность, систематизирована и дополнена классификация функций, охарактеризованы роль и значение оптовой торговли в сфере товарного обращения, освещены проблемы и тенденции развития оптовой торговли в новых условиях хозяйствования.

Во втором разделе “анализ эффективности функционирования оптовой торговли потребительской кооперации” на основе данных Госкомстата Украины, областных и районных потребсоюзов исследованы методика, система критериев и показателей оценки экономической эффективности функционирования оптовой торговли, определены количественные и качественные структурные динамические сдвиги в развитии отраслей деятельности потребительской кооперации, их влияние на состояние и развитие оптовой торговли, проведен экономический анализ тенденций ее развития в экономике переходного периода.

В третьем разделе “Стратегические направления развития оптовой торговли потребительской кооперации в конкурентной среде” на основании проведенных исследований разработаны новые подходы к определению стратегии развития оптовой торговли в условиях конкуренции на рынке, аргументирована необходимость создания новых организационных форм управления оптовой и розничной торговлей – межрайонных многоотраслевых комплексов. Определены основные направления стабилизации деятельности и выхода из кризиса оптовой торговли, обоснованы необходимость создания служб маркетинга и логистики.

Предложенные в диссертационной работе разработки позволяют предприятиям и организациям оптовой торговли самостоятельно оценивать эффективность хозяйственной деятельности с целью ее оптимизации, разрабатывать стратегию развития на перспективу.

Ключевые слова: потребительская кооперация, оптовая торговля, эффективность функционирования, стратегия развития, экономические трансформации, организационно-управленческая структура.

ANNOTATION

Balaban M.P. Functioning Efficiency and Consumer Cooperative Wholesale Trade Development Strategy. – Manuscript.

Candidate of Economic Sciences Thesis, Speciality 08.07.05 – Economy of Trade and Services. – Kharkiv State University of Food Technology and Trade, Kharkiv, 2004.

The Dissertation is devoted to theoretical, methodological and applied problems of economic effectiveness improvement and consumer cooperative wholesale trade strategy development.

The work contains complex research of theoretical aspects, problems and tendencies of wholesale trade development in the period of transition to the market economy, defines different branches activities impact on the development of the system's wholesale, analysis of the current state and effectiveness in wholesale functioning under the conditions of economic transformations in transition period. New approaches have been worked out to determine wholesale trade development strategy on the base of market situation strategic analysis and define strategically attractive zones for market activity with the elements of situational analysis: matrix, M.Porter's model adapted to the conditions of wholesale activities and others being used.

Suggested and proved the necessity of transformation in the organizational forms of wholesale and retail trade management by means of creating transregional multibranch complexes; given the model of organizational structure to manage them. Substantiated basic ways of overcoming the crisis, the necessity of marketing and logistics services being included into the organizational structure of management.

Key Words: consumer co-operation, wholesale trade functioning effectiveness, development strategy, economic transformations, organizational management structure.