**Балабан Микола Петрович. Ефективність функціонування та стратегія розвитку оптової торгівлі споживчої кооперації: дис... канд. екон. наук: 08.07.05 / Харківський держ. ун-т харчування та торгівлі. - Х., 2004. , табл.**

|  |  |
| --- | --- |
| |  | | --- | | **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. | |
| |  | | --- | | 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 роздрібної торговельної 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: роздрібної торгівлі, ресторанного господарства, заготівельно-виробничого комплексу, скорочення обсягів товарообороту та чисельності підприємств роздрібної 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 роздрібної 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 роздрібної торговельної 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. | |