**Сторожук Вікторія Петрівна. Управління системою споживчої кооперації України на засадах функціонального підходу : Дис... канд. наук: 08.06.01 – 2006**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| Сторожук В.П. Управління системою споживчої кооперації України на засадах функціонального підходу. – Рукопис.Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Донецький державний університет економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського, Донецьк, 2006.Дисертація присвячена дослідженню теоретичних, методичних та практичних аспектів управління системою споживчої кооперації України в сучасних умовах господарювання на засадах функціонального підходу. У роботі розглянуто сутність, сучасний зміст функціонального підходу до управління соціально-економічними системами, поглиблено теоретико-методологічні засади поняття та класифікації функцій управління. У дисертації проведено дослідження основних тенденцій та особливостей розвитку споживчої кооперації. Здійснено діагностику реалізації функцій управління на підприємствах та в організаціях споживчої кооперації.Розроблено напрямки, алгоритми та процедури вдосконалення системи управління підприємствами й організаціями споживчої кооперації, що є основою для підвищення та розрахунку ефективності реалізації функцій управління. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертаційній роботі здійснене теоретичне узагальнення та запропоноване нове розв’язання актуальної наукової і практичної проблеми – визначення найбільш сутнісних характеристик та напрямків управління підприємствами й організаціями споживчої кооперації на засадах функціонального підходу. Результати проведеного дослідження дозволяють зробити такі висновки:1. Відсутність єдиної думки щодо визначення сутності поняття категорії „функції управління” обумовило необхідність його уточнення. Функції управління – це система самостійних активних універсальних керуючих дій із метою встановлення взаємозв’язків між елементами управління й цілеспрямованого впливу на них, які відображають мету об’єкта управління та його елементів і спрямовані на задоволення потреб зовнішнього та внутрішнього середовища. Систематизовано й узагальнено класифікаційні ознаки функцій управління: з організаційно-технічного погляду, з позицій суб'єкта менеджменту, за сферою розвитку об'єкта управління, за організаційною роллю, за напрямком діяльності, за етапністю процесу управління, за масштабом часу, функції забезпечення потреб соціально-економічної системи всіма видами ресурсів. Запропоновано також класифікувати функції управління залежно від задоволення потреб зовнішнього та внутрішнього середовищ. Розроблено модель процесу управління соціально-економічною системою на основі оновленого функціонального підходу, яка відображає функціональний характер процесу управління і підкреслює той факт, що раціональна система управління вимагає координації та сумісності процесів, що є її компонентами, визначення їхніх взаємозв'язків і відповідності потребам зовнішнього та внутрішнього середовищ.
2. Визначено сутність та роль функціонального підходу до управління в широкому і вузькому розумінні. У широкому розумінні – це цілеспрямована і свідома координація й організація підприємства як об'єкта управління для забезпечення виконання ним його функцій і досягнення певних цілей. У вузькому розумінні – це цілісний процес реалізації управлінських функцій, закріплених за кожною структурною одиницею (співробітником, відділом), з чітким визначенням сфер відповідальності, критеріїв успішної та неуспішної діяльності і спрямованих на виконання підприємством своїх функцій та задоволення як своїх власних потреб, так і потреб тих, хто в них зацікавлений. Значення функціонального підходу до управління полягає в можливості за допомогою нього виявити додаткові альтернативи розв’язання проблем, які виникають в управлінні соціально-економічними системами, зокрема організаціями та підприємствами системи споживчої кооперації.
3. У процесі аналізу періодів становлення та розвитку споживчої кооперації України відповідно до моделей функціонування організацій визначено роль та функції споживчої кооперації на різних історичних етапах із застосуванням сучасних розробок теорії організації, здійснено оцінку ефективності управління організаціями і підприємствами системи споживчої кооперації за допомогою фінансово-економічних показників. Дослідження показали, що з чотирьох основних галузей діяльності споживчої кооперації України (торгівля, громадське харчування, заготівля та промисловість) найбільші обсяги має торгівля, найвища рентабельність характерна для громадського харчування. Для Полтавської, Харківської та Черкаської облспоживспілок показники фінансової стійкості є високими, але власний капітал переважно вкладено в необоротні активи, про що свідчить відповідно низьке значення коефіцієнта маневрування. Аналіз ліквідності показав, що оборотні кошти майже не перекривають поточні зобов’язання. Таке критичне становище вказує на потребу поглибленого аналізу системи управління організацій і підприємств споживчої кооперації, розробки заходів щодо підвищення ефективності їхньої діяльності з найменшими витратами.
4. Розроблено теоретико-методологічні підходи та здійснено діагностику реалізації функцій управління в організаціях і підприємствах Полтавської, Харківської та Черкаської облспоживспілок шляхом: експертної оцінки, реалізованої у формі анкетного опитування: побудови дерева проблем на основі визначених та узагальнених проблем, з яким стикаються керівники організацій і підприємств споживчої кооперації у здійсненні управлінської діяльності; визначення та розрахунку сукупності показників щодо оцінки функцій управління; розрахунку сили впливу окремих факторів на ступінь централізації функцій управління за допомогою кореляційно-регресійного аналізу; визначення оптимального рівня ступеня централізації функцій управління шляхом застосування математичного та економетричного моделювання.
5. Проведене дослідження ступеня використання в організаціях і на підприємствах споживчої кооперації України маркетингових функцій показало пріоритети їхнього розвитку в сучасних умовах господарювання шляхом діагностики використання маркетингових елементів, сукупного потенціалу маркетингових ресурсів, оцінки маркетингових зусиль та їхньої направленості, оцінки маркетингової інформаційної системи, визначення функцій маркетингу і відповідних їм видів діяльності. Визначено основні проблеми щодо здійснення процесу управління маркетингом в організаціях та на підприємствах споживчої кооперації: відсутність чіткого розуміння працівниками організацій і підприємств системи споживчої кооперації провідної мети діяльності або занадто вузьке її розуміння, стратегічних цілей, системного й комплексного підходу до формування основних ділових здібностей команди спеціалістів із маркетингу, інформаційно-аналітичної бази, що стосується як ринку збуту, так і попиту, а також знань, умінь та навичок щодо здійснення маркетингової діяльності.
6. Обґрунтовано організаційно-економічні напрямки підвищення ефективності реалізації функцій управління в організаціях і на підприємствах споживчої кооперації шляхом реалізації рекомендованого механізму коректування факторів, що впливають на ефективність розподілу й виконання функцій управління. Це передбачає їх групування в такі групи: фактори, що визначаються самими функціями, які виконуються; фактори, що залежать від особистості керівника; фактори, що залежать від персоналу, та фактори технічного характеру.
7. Розроблено методичний підхід до визначення ефективності реалізації функцій управління шляхом використання методу аналізу ієрархій із метою розрахунку доцільності практичного застосування організаційно-економічних заходів підвищення ефективності реалізації функцій. На основі методу аналізу ієрархій у роботі розраховано майбутній сценарій ефективності реалізації функцій управління. Кількісно визначено залежність підвищення ефективності реалізації функцій управління від поліпшення якості виконання функцій управління, вагомого зниження витрат на управління, суттєвого підвищення рівня задоволення потреб зовнішнього та внутрішнього середовищ, оптимізації управлінських рішень, підвищення ефективності комунікаційних зв’язків та ефективності реалізації управлінських процесів, використання ресурсів і прогресивних технологій.
8. Розроблено механізм забезпечення реалізації маркетингових функцій з урахуванням специфіки системи споживчої кооперації України. З цією метою обґрунтовано процес створення в організаціях і на підприємствах споживчої кооперації служби маркетингу відповідно до її структури та механізму підпорядкування: організація управління служби маркетингу на рівні Укоопспілки повинна мати товарно-функціональну структуру, яка відповідатиме багатогалузевій господарській діяльності системи споживчої кооперації; структуру служби маркетингу обласного рівня доцільно будувати за функціональною спеціалізацією, яка міститиме підрозділи за основними напрямками робіт: відділ досліджень і прогнозування маркетингу; відділ вивчення попиту і планування асортименту; відділ збуту, відділ організації просування; на рівні райспоживспілок запропоновано ввести в штат провідного маркетолога. Створено науково обґрунтовану концепцію застосування організаційних та економічних засад упровадження маркетингу, розроблено положення про відділ маркетингу та посадову інструкцію начальника відділу маркетингу.

Впровадження в практичну діяльність функцій маркетингу й усунення недоліків в управлінні організаціями та підприємствами обумовить створення дієвої системи управління маркетингом, активізує діяльність відповідних підрозділів та фахівців, дозволить збільшити обсяги виробництва й реалізації продукції, заготівель сільськогосподарських продуктів і сировини, сприятиме підвищенню рентабельності, а також дасть можливість досягнути найвищого ефекту управління підприємствами споживчої кооперації на засадах функціонального підходу. |

 |