

ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ

На правах рукопису
УДК339.13
053

ОЛЕКСИН ІРИНА ІВАНІВНА

**СИСТЕМА ТОРГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ
ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ
В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ
РИНКОВИХ ВІДНОСИН**

Спеціальність 08.07.05 - Економіка торгівлі і послуг

Автореферат

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Львів -1997

ЛЬВІВСЬКА КОМЕРЦІЙНА АКАДЕМІЯ

На правах рукопису

УДК339.13

053

ОЛЕКСИН ІРИНА ІВАНІВНА

**СИСТЕМА ТОРГОВОГО ОБСЛУГОВУВАННЯ
ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВДОСКОНАЛЕННЯ
В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ
РИНКОВИХ ВІДНОСИН**

Спеціальність 08.07.05 - Економіка торгівлі і послуг

Автореферат

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

ЛНБ ім. В. Стефаника
АН України

Львів - 1997



Робота виконана 00752281 (Р)

діяльності і підприємництва
Львівської комерційної академії

Науковий керівник -

кандидат економічних наук, професор АПОПІЙ В.В.

Офіційні опоненти:

доктор економічних наук, професор КОЗОРІЗ М.А.

кандидат економічних наук, доцент МАРИНИЧ І.А.

Провідна організація -

Полтавський кооперативний інститут

Захист відбудеться "24" квітня 1997 р. о "12" годині
на засіданні спеціалізованої ради К-04.15.01 Львівської комерційної академії Укоопспілки з присудження наукового ступеня кандидата економічних наук за адресою:

Україна, 290008 м. Львів, вул.Туган-Барановського, 10, ауд.214

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці академії.

Автореферат розіслано "24" березня 1997 р.

Вчений секретар спеціалізованої ради,

кандидат економічних наук, доцент

В.І.Блонська

І. ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

І.І. Актуальність дослідження. В умовах перехідного періоду економіки України відбуваються кардинальні зміни у всіх її сферах, у тому числі в торгівлі. Торгівля, насамперед роздрібна, як найбільш сприятлива до ринкових процесів, в останні роки суттєво зазнала широкомасштабної демонополізації, глибокої структурної перебудови, економічних перетворень. За масштабами діяльності, ступенем концентрації товарних, фінансових, трудових ресурсів торгівля стала провідною серед галузей невиробничої сфери. В міру поглиблення ринкових процесів, удосконалення товарно-грошових відносин, соціальної орієнтації економіки України роль та значення торгівлі зростає.

Проте, перетворення, які відбуваються в торговій сфері, не супроводжуються формуванням якісно нової, соціально і економічно ефективної системи торгового обслуговування. Внаслідок цього рівень торгового обслуговування залишається низьким, зростають сукупні витрати на придбання товарів, посилюються деформації та диспропорції на товарному ринку. Елементи системи торгового обслуговування взаємодіють не узгоджено, а найважливіші з них - культура та якість обслуговування - по суті, не беруться до уваги.

Об'єктивно виникає необхідність теоретичного обґрунтування сучасної системи торгового обслуговування, ринково орієнтованої і соціально ефективною. Причому, йдеться не про удосконалення окремих елементів існуючої системи, а про глибокі якісні зміни внутрішнього змісту кожного елемента та розвиток культури торгівлі як фундаментального.

Актуальність посилюється тим, що в торгівлі прискорено формується конкурентне середовище, а якість обслуговування, культура торгівлі покликані виступати провідними чинниками реалізації конку-

рентних переваг торгових підприємств.

1.2. Ступінь наукової дослідженості проблеми визначається колом науково-теоретичних праць та їх глибиною. Відразу слід відзначити, що коло праць вітчизняних вчених у плані дослідження системи торгового обслуговування дуже обмежене. В роботах С.Варчука, І.Королькова, В.Марцина, Ш.Опельбаума, Н.Ушакової, В.Іваніцького, І.Бланка та інших авторів система торгового обслуговування розглядається широко, багатоаспектно, проте, головним чином, в методологічному плані, з акцентом на організаційно-економічні проблеми. Роботи І.Бергера, О.Масленнікова, Т.Скирди, О.Бабічева, Л.Коваленко, О.Чижевської, навпаки, присвячені дослідженню окремих компонентів системи торгового обслуговування.

Зарубіжні дослідники В.Бурмістров, Г.Панкратов, В.Пушкарьов, О.Крашеніннікова, Д.Правдін, П.Гончаров, О.Грюневальд, Д.Скотт, Г.Фабіунке, К.Цзе та інші розглядають питання обслуговування у сфері торгівлі, головним чином, імперично без теоретичних узагальнень.

Таким чином, наукові дослідження, які комплексно розглядають систему торгового обслуговування на фундаментальних теоретичних основах в умовах формування ринкових відносин з урахуванням специфіки перехідної економіки України, по суті відсутні.

1.3. Мета і основні завдання дослідження. Основна мета дослідження полягає в комплексному дослідженні провідних компонентів, умов та особливостей розвитку системи торгового обслуговування, розробці теоретичних і практичних рекомендацій її якісного оновлення відповідно до вимог ринкової економіки.

Відповідно до цього були поставлені і вирішені такі завдання:

- уточнити соціально-економічну сутність системи торгового обслуговування з врахуванням її сучасних завдань та цілей, а також розкрити її сучасний зміст;

- дослідити рівень розвитку торгового обслуговування;
- визначити місце, роль та стан фундаментального компонента в системі обслуговування - культури торгівлі;
- виявити закономірності становлення системи торгового обслуговування та чинники, які впливають на її розвиток;
- визначити проблеми формування нової системи торгового обслуговування, адекватної ринковій економіці;
- проаналізувати можливості та особливості функціонування системи торгового обслуговування в конкурентному середовищі;
- удосконалити методику оцінки рівня торгового обслуговування та культури торгівлі;
- розробити рекомендації щодо поліпшення взаємодії внутрішніх елементів у системі торгового обслуговування та підвищення її ефективності в цілому.

1.4. Предмет і об'єкт дослідження. Предметом дослідження є система торгового обслуговування на перехідному етапі національної економіки.

Об'єктом дослідження виступає роздрібна торгівля України з поглибленим аналізом різних соціальних форм торгівлі в Західному регіоні.

1.5. Методологія і методика дослідження. Методологічною основою роботи є діалектичне поєднання теорії і практики вдосконалення системи торгового обслуговування шляхом системнофункціонального дослідження явищ і процесів. Вибір цих методологічних підходів обґрунтовується проявами дисфункції держави і ринку, яка прослідковується в біжних ринково організованих економіках, а особливо гостро в економіці України у зв'язку з процесами еволюційного переходу до ринкової економіки.

Теоретичною основою дослідження є наукові праці вчених і спе-

ціалістів з проблем розвитку обслуговування в торгівлі.

Інформаційно-фактологічна база дисертації охоплює чинну законодавчу та нормативно-правову основу функціонування роздрібних торгових підприємств, матеріали Міністерства статистики України та Укоопспілки, бухгалтерські та статистичні звіти, документи торгових підприємств, результати економічних та соціальних досліджень, проведених дисертантом. У процесі дослідження використовувалися методи аналогії і співставлення, монографічного опису, соціологічного анкетування, економіко-математичного, графічного і логічного моделювання з застосуванням ЕОМ.

1.6. Наукова новизна дисертації полягає в такому:

- уточнено визначення сутності торгового обслуговування, як цілісної і функціонально цілеспрямованої системи, її соціально-економічний зміст та мета в умовах формування ринкових відносин;

- визначено складові системи торгового обслуговування (соціально-економічна, організаційна, інформаційна, техніко-технологічна, етико-психологічна підсистеми), їх взаємозв'язки; систематизовано фактори, що обумовлюють функціонування системи та ефективність взаємодії її складових компонентів;

- вперше теоретично обгрунтована підсистема торгового обслуговування - культура торгівлі, яка ґрунтується на матеріальній культурі в органічній єдності з духовною; сформульовані основні функції такої підсистеми;

- на основі факторного аналізу виявлено залежність ефективності системи торгового обслуговування від соціально-економічних, організаційно-технічних та соціально-психологічних факторів, виміряно рівень торгового обслуговування та культури торгівлі;

- побудовано економіко-математичну модель впливу на рівень торгового обслуговування таких провідних факторів, як соціально-еконо-

мічні і організаційні; сформульовано критерії, обґрунтовано показники та запропоновано методика оцінки рівня торгового обслуговування роздрібних торгових підприємств;

- доведено провідну роль системи торгового обслуговування в умовах нецінової конкуренції, можливості її використання для реалізації конкурентних переваг торгових підприємств;

- запропоновано науково обґрунтовану стратегію розвитку системи торгового обслуговування, розроблено узагальнену модель її дій через координацію та розподіл ресурсів роздрібно торгового підприємства;

- обґрунтовано висновки щодо вдосконалення системи торгового обслуговування населення та підвищення рівня культури торгівлі на Україні.

1.7. Теоретичне та практичне значення дослідження багатоаспектне. По-перше, значну цінність мають сучасні методологічні підходи та теоретичні узагальнення, які можуть служити науково-теоретичною основою для розширення досліджень з проблем розвитку та підвищення ефективності системи торгового обслуговування. По-друге, на багатьох наукових результатах ґрунтуються створені навчально-методичні розробки, які використовуються в процесі професійної підготовки спеціалістів економічного профілю. По-третє, отримані результати, висновки, рекомендації щодо вдосконалення основних напрямів підвищення рівня культури торгового обслуговування можуть бути використанні в практичній діяльності торгових підприємств та організацій.

1.8. Впровадження результатів у практику. Результати проведених досліджень впроваджені в практику діяльності ВАТ універмаг "Львів", у Львівському обласному управлінні з питань торгівлі та побутового обслуговування при розробці "Концепції розвитку торгівлі Львівської області до 2000 року", в навчальному процесі студентів III-IV курсів товарознавчо-комерційного і економічного факультетів Львівської ко-

мерційної академії, що підтверджується відповідними документами.

1.9. Апробація роботи. Одержані результати досліджень доповідалися на науково-теоретичних і науково-практичних конференціях професорсько-викладацького складу Львівської комерційної академії в 1992-1997 роках.

1.10. Публікації. Всього з теми дисертації опубліковано 8 робіт обсягом авторського тексту 2,3 друкованого аркуша.

2. СТРУКТУРА ТА ОБСЯГ РОБОТИ

Структура та обсяг дисертації визначається відповідно до мети, логіки та меж дослідження. Робота має таку структуру.

Вступ

1. Соціально-економічна суть системи торгового обслуговування та завдання підвищення її рівня в умовах формування ринкових відносин

1.1. Суть та соціально-економічний зміст системи торгового обслуговування

1.2. Основні фактори, що впливають на рівень обслуговування в роздрібній торгівлі

1.3. Необхідність та завдання підвищення рівня обслуговування в торгівлі на етапі переходу до ринку

2. Аналіз економіко-організаційних і соціальних тенденцій розвитку системи торгового обслуговування

2.1. Економіко-організаційний стан роздрібної торгової мережі та його впливовість на рівень торгового обслуговування

2.2. Рівень залежності торгового обслуговування від організаційних та технологічних факторів

2.3. Аналіз соціально-психологічних та естетичних факторів, що впливають на розвиток системи торгового обслуговування

3. Шляхи підвищення рівня обслуговування роздрібної торгівлі в умо-

вах формування ринкових відносин

- 3.1. Система торгового обслуговування як основа конкурентоспроможності роздрібних торгових підприємств
 - 3.2. Методика оцінки рівня культури торгового обслуговування в умовах формування ринкових відносин
 - 3.3. Розробка стратегії розвитку системи торгового обслуговування
- Висновки; Бібліографія; Додатки

Текст дисертації викладено на 239 сторінках і ілюстрований 14 таблицями, 39 рисунками, 8 додатками. Список використаної літератури охоплює 147 найменувань.

3. ОСНОВНІ ПОЛОЖЕННЯ РОБОТИ, ЯКІ ВІНОСЯТЬСЯ НА ЗАХИСТ

1. Дослідження соціально-економічної сутності торгового обслуговування дозволило відкинути вузький підхід до трактування цієї категорії як процесу, що базується лише на технології і організації. Його теоретична суть значно ширша.

Торгове обслуговування - це цілеспрямована система, яка об'єднує сукупність взаємообумовлених та взаємопов'язаних елементів, що утворюють функціональну єдність. Головною метою такої системи є задоволення особистих матеріальних потреб за високої культури торгівлі.

Для системи обслуговування притаманна не тільки наявність зв'язків між утворюючими її елементами (відповідна організованість), але й єдність взаємодії складових елементів в яких проявляється функціональна цілісність.

Систему обслуговування правомірно віднести до цілеспрямованих систем, оскільки її поведінка підпорядкована досягненню відповідної мети - максимальному задоволенню матеріальних та соціально-культурних потреб особи. Крім того система обслуговування характеризується як така, що сама організовується, оскільки їй притаманна властивість

у процесі функціонування змінювати свою структуру.

З достатнім доведенням виділено такі характерні риси системи торгового обслуговування:

- єдність цілей всіх елементів;
- багатofункціональність;
- висока адаптивність і динамічність.

Результати дослідження дозволяють стверджувати, що за своєю структурою система торгового обслуговування - багатомірна. Вона включає різноманітні за своїм характером підсистеми: інформаційну;

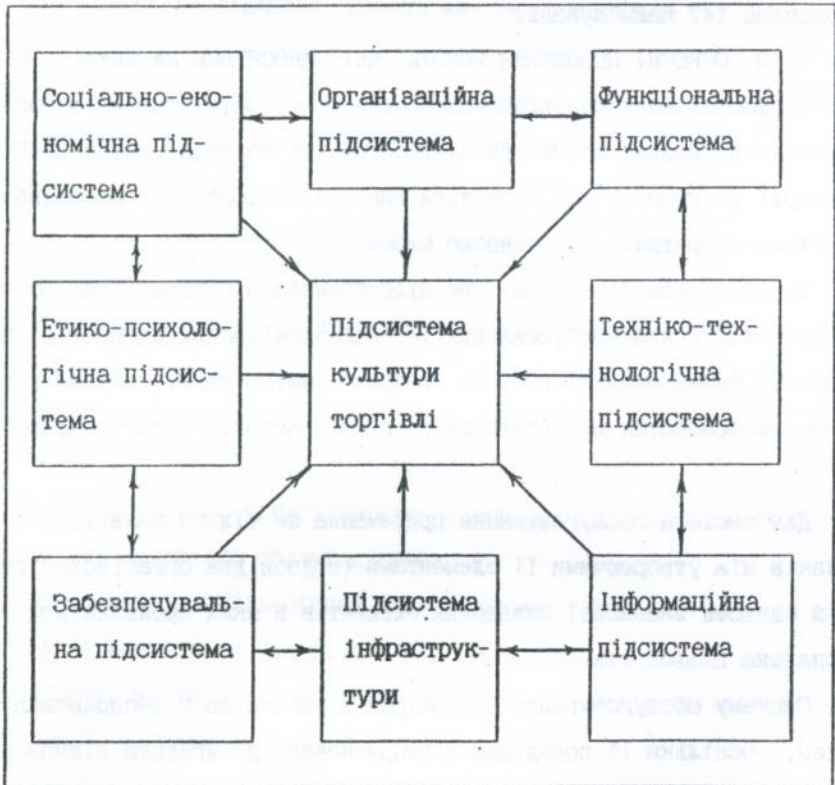


Рис.1. Основні підсистеми торгового обслуговування та їх взаємозв'язки.

соціально-економічну; організаційно-технологічну, функціональну; етико-психологічну та інфраструктуру (рис.1).

2. Провідною складовою в системі торгового обслуговування є культура торгівлі, яка ґрунтується на органічній єдності матеріальної та духовної культури.

Відомо, що матеріальна культура, як наслідок реалізації знань, здібностей людини, виражається в предметах, технологіях, засобах праці. В торгівлі, як нами встановлено, вона також опредмечена і виступає як важлива умова реалізації послуг. Проте для торгівлі є характерним засіб реалізації послуг у формі безпосереднього спілкування "людина-людина", тому матеріальної культури недостатньо для досягнення необхідної якості обслуговування. Потрібна духовна культура.

Духовна культура, за нашими дослідженнями, сприяє формуванню в особи (покупця) раціональних потреб, уявлень та поглядів на товари, асортимент, обслуговування, правові позиції, психологічні схильності та настроїв, естетичні та моральні норми. Духовна культура приховує в собі невичерпні можливості залучення покупців. Наукові дослідження в цій сфері розгортаються широкомасштабно та фундаментально, особливо щодо ринку з сучасною конкуренцією.

Таким чином, культура як підсистема торгового обслуговування являє собою сукупність матеріальних та духовних цінностей, вироблених як її працівниками, так і потенційними споживачами, протягом усього часу її функціонування, а також сам процес розподілу створених ними цінностей.

Органічне поєднання матеріальної та духовної культури на науковій основі дозволяє кардинально поліпшити торгове обслуговування, підвищити рівень системи та її конкурентоспроможність.

Найбільш характерними функціями підсистеми "культура торгів-

Таблиця 1

Порівняльна характеристика основних факторів
планової та ринкової економіки та їх впливовості
на загальний стан торгового обслуговування. ^

Фактори планової економіки	Рівень впливо- вості	Перспек- тивність окремих факторів	Фактори ринкової економіки	Рівень впливо- вості	Перспек- тивність окремих факторів
П р і о р и т е т н і з м і н и					
1. Політичні	0,30	*	1. Економічні	0,55	+
2. Ідеологічні	0,30	+	2. Соціальні	0,20	*
3. Економічні	0,20	-	3. Національ- ні	0,15	+
4. Соціальні	0,10	+			
Н е п р і о р и т е т н і з м і н и					
1. Природно- кліматичні	0,05	*	1. Природно- кліматичні	0,03	*
2. Демогра- фічні	0,05	-	2. Демографічні	0,04	+
3. Національні	-	-	3. Політичні	0,03	-
			4. Ідеологічні	-	-

Умовне позначення :

+ - призводить до посилення дії даного фактора ;

- - призводить до зниження дії даного фактора ;

* - стабільність розвитку фактора.

^ За даними анкетного опитування працівників роздрібної
торгівлі Західного регіону України.

Поряд з тим в умовах ринкової економіки дія на систему обслуговування в торгівлі ідеологічних та політичних факторів відпадає.

4. В ході проведеного дисертаційного дослідження всебічно проаналізовано соціально-економічну підсистему торгового обслуговування. Проведений аналіз ефективності діяльності роздрібно торгівлі України свідчить про те, що її соціально-економічний та організаційний аспекти не відповідають ринковим вимогам, а навіть призводять до різкого зниження її загального рівня. Цей висновок підтверджується статистичним аналізом основних та допоміжних показників діяльності роздрібних торгових підприємств.

Прискорено скорочується роздрібна торгова мережа. Зокрема за 1990-1995р.р. її кількість скоротилась на 12 тис. одиниць, в тому числі магазинів на 11 тис.одиниць. Внаслідок цього різко зменшилась як загальна площа торгових підприємств, так і магазинів - на 350 тис.кв.м. Виявлена тенденція характерна для всіх регіонів країни.

Наслідком даного процесу є деформований розвиток основних підсистем обслуговування внаслідок науково необрунтованого розміщення роздрібно торгової мережі, її негативна переспеціалізація у зв'язку зі зміною форми власності торгових підприємств, її надмірна концентрація в містах, морально застаріла матеріально-технічна база та інше.

Застосування кореляційного аналізу в дисертаційній роботі дозволило дослідити взаємозв'язок ряду економічних явищ, а саме залежність рівня торгового обслуговування від обсягу товарообороту магазину та його торгової площі. Для побудови моделі були зібрані дані змінних, що досліджувалися в ряді торгових підприємств Західного регіону України. Виходячи з економічних міркувань пропонується, що залежність між змінною Y та змінними X_1 та X_2 має лінійний характер.

Отриманий вектор оцінок параметрів регресії:

$$B - (X'X)^{-1} X'y = \begin{bmatrix} -489,2902 \\ 0,2971 \\ 0,2325 \end{bmatrix}$$

Побудоване рівняння множинної регресії має вигляд:

$$\hat{y} = -489,2902 + 0,2971X_1 + 0,2325X_2$$

(0,391) (1,029)

(4,399) (4,214)

(0,591) (0,566)

В трьох дужках під коефіцієнтами регресії вказані стандартизовані коефіцієнти регресії, отримані за такою формулою:

$$B_k = \frac{S_{y \cdot k}}{S_k}$$

Коефіцієнт детермінації, значення F для оцінки його значущості, коефіцієнт множинної кореляції, коефіцієнт часткової кореляції та значення t для даної моделі наступні:

$$S_u = 1,2019$$

$$B_{y.12} = 0,849 \quad F = 25,3$$

$$r_{y.12} = 0,921$$

$$r_{y.2} = 0,8261 \quad t = 4,398$$

$$r_{y.2.1} = 0,8146 \quad t = 4,213$$

Коефіцієнт множинної детермінації $B_{y.12} = 0,849$ вказує на те, що зміни рівня торгового обслуговування значною мірою визначаються варіацією товарообороту та торгової площі магазину.

Коефіцієнт часткової регресії $B_1 = 0,2971$ вказує на те, що рівень торгового обслуговування в середньому зростає на 0,2971 зі збільшенням товарообороту на 1 млрд.крб. при постійному показнику торгової площі.

Коефіцієнт часткової регресії $B_2 = 0,2325$ свідчить про те, що при постійному товарообороті та при зміні торгової площі на 1% рівень обслуговування зміниться на 0,2325. Крім того обидві змінні здійснюють практично однаковий вплив на зміну рівня обслуговування в торгівлі (відповідні стандартизовані коефіцієнти регресії приблизно однакові $B'_1 = 0,591$ та $B'_2 = 0,566$).

Цей висновок підтверджується аналізом коефіцієнтів парних та часткових кореляцій.

Для підняття рівня культури торгового обслуговування в сільській місцевості актуальною є ліквідація монопольного становища на ринку продажу товарів споживчої кооперації за рахунок відкриття торгових підприємств інших форм власності та створення на їх основі конкурентного середовища.

Однією з головних умов функціонування системи обслуговування в торгівлі, на наш погляд, є побудова роздрібною мережі відповідно до особливостей обслуговування населення з урахуванням їх виробничої діяльності та національного побуту. У зв'язку з цим торгова мережа включає різні види торгових підприємств, які відрізняються одне від одного формами та методами продажу товару. Аналізуючи їх залежність від ступеня застосування елементів культури торгового обслуговування, доходимо висновку, що цей вибір, у першу чергу, залежить від виробничої культури та її складових, які утворюють фундаментальну основу для торгової діяльності за допомогою функціональних можливостей елементів духовної культури безпосередніх її учасників (рис.2).

З метою підвищення рівня культури торгівлі актуальним є використання таких особливих методів продажу як фірмова торгівля, аукційна, посилоква, телепродаж, продаж на дому у покупця та інші.

5. Аналіз стану функціонування елементів системи обслуговування свідчить про необхідність створення методики для оцінки рівня

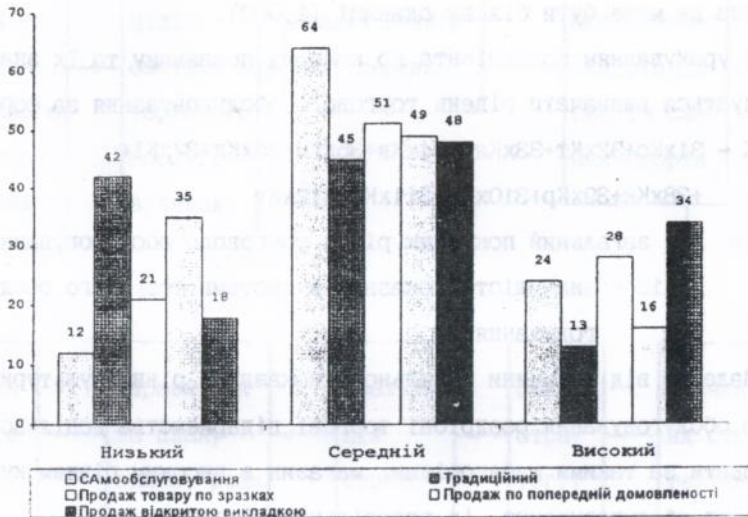


Рис.2. Залежність рівня культури торгівлі від методів продажу товарів в РТМ за результатами опитування споживачів культури торгового обслуговування.

Для оцінки рівня торгового обслуговування пропонується використовувати соціальні, торгово-технологічні, економічні та психологічні показники роздрібного торгового підприємства. Причому, якщо соціально-економічні та торгово-технологічні показники характеризують рівень виробничої культури, то психологічні - рівень духовної культури і лише їх сумове значення являє собою загальний рівень культури торгового обслуговування.

У зв'язку з тим, що на загальний рівень культури обслуговування впливають ряд як основних, так і допоміжних показників, то експериментально встановлено їх значущість.

Для визначення рівня культури торгового обслуговування рекомен-

дуємо використовувати систему коефіцієнтів, причому його максимальна величина не може бути більша одиниці (1,000).

З урахуванням коефіцієнта по кожному показнику та їх значущості пропонується визначати рівень торгового обслуговування за формулою:

$$K = 31xKc + 32xKt + 33xKna + 34xKv + 35xKm + 36xKd + 37xK1 + \\ + 38xKk + 39xKp + 310xKп + 311xKз + 312xKv$$

де: K - загальний показник рівня торгового обслуговування,
31-12 - значущість показників системи торгового обслуговування.

Залежно від величини загального показника рівня культури торгового обслуговування роздрібні торгові підприємства доцільно диференціювати за такими категоріями: магазин з високим рівнем культури торгового обслуговування, із задовільним та з низьким.

6. Ряд дисертаційних положень дають підставу для ствердження, що система торгового обслуговування є цілеспрямованою та багатофункціональною системою, тому правомірною є розробка узагальненої моделі її дій через координацію та розподіл ресурсів роздрібного торгового підприємства. Запропонована схема стратегічних напрямків розвитку системи торгового обслуговування полягає в тому, щоб завдяки цілеспрямованості дій її основних аспектів (виробничого та духовного) досягти довгострокових конкурентних переваг, які забезпечать торговому підприємству високу рентабельність. Розробка стратегічних напрямків розвитку торгового обслуговування передбачає (рис 3), по-перше, детальне осмислення позицій роздрібного торгового підприємства на ринку товарів та послуг (основних соціально-економічних показників діяльності, визначення рівня торгового обслуговування); по-друге, визначення загальної місії системи цілей стратегії та комплексу заходів щодо їх досягнення, по-третє, об'єднання всіх відокремлених планів в єдиний; по-четверте, реалізацію та оцінку страте-

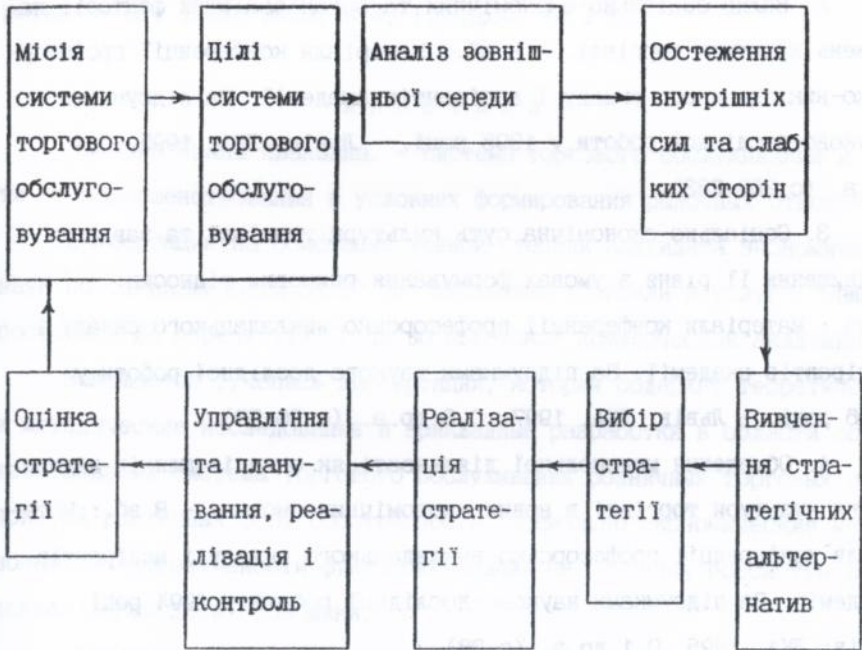


Рис.3.Процес розробки стратегічних напрямків розвитку системи торгового обслуговування.

гічних напрямків розвитку системи торгового обслуговування. За допомогою запропонованого підходу, досягається можливість в загальному проаналізувати всі аспекти системи торгового обслуговування та створити спеціальні концепції її розвитку.

Основні положення дисертації викладено в опублікованих пошукувачем роботах:

1. Вплив етико-психологічних аспектів культури торгівлі на процес формування професійної культури сучасного спеціаліста. - В зб.: Матеріали конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів академії. За підсумками науково-дослідної роботи у 1995 році. - Львів: ЛКА, 1995, 0,1 др.а. (с.81).

2. Вплив соціально-економічних та організаційних факторів на рівень культури торгівлі. - В зб.: Матеріали конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів академії. За підсумками науково-дослідної роботи у 1995 році. - Львів: ЛКА, 1995, 0,4 др.а. (с.260-263).
3. Соціально-економічна суть культури торгівлі та завдання підвищення її рівня в умовах формування ринкових відносин. - В зб.: Матеріали конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів академії. За підсумками науково-дослідної роботи у 1996 році. - Львів: ЛКА, 1997, 0,3 др.а. (с.56-58).
4. Обмеження монопольної діяльності як один із шляхів підвищення культури торгівлі в нових економічних умовах. - В зб.: Матеріали конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів Академії. За підсумками науково-дослідної роботи у 1994 році. - Львів: ЛКА, 1995, 0,1 др.а. (с.28).
5. Організація роздрібної торгової мережі та її вплив на культуру торгівлі. - В зб.: Сучасні проблеми розвитку ринку, сертифікації та конкурентоспроможності товарів та послуг. Матеріали науково-практичної конференції. - Львів: ЛКА, 1996, 0,1 др.а. (с.17).
6. Проблеми підвищення культури торгівлі в умовах формування ринкових відносин. - В зб.: Тези доповідей на науковій конференції за підсумками науково-дослідної роботи у 1992-1993 роках. - Львів: ЛТЕІ, 1993, 0,2 др.а. (с.52-53).
7. Посилення конкуренції як шлях підвищення культури торгівлі. - В зб.: Становлення нової економічної системи в Україні. Тези доповідей міжнародної науково-практичної конференції. - Львів: ЛКА, 1994, ч.3, 0,1 др.а. (с.53).
8. Правова база комерційної діяльності. Співавт. Аполій В.В., к.е.н., професор //Вісті Центральної спілки Споживчих товариств Ук-

раїни. - К., 1994, №39, с.4, 1,0 др.а. (с.4-6).

А Н Н О Т А Ц И Я

Олексин Ирина Ивановна. - Система торгового обслуживания и пути ее совершенствования в условиях формирования рыночных отношений.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.07.05 "Экономика торговли и услуг". Защита состоится 24 апреля 1997 года во Львовской коммерческой академии.

Защищается рукопись диссертации, которая содержит теоретические и методические исследования и прикладные разработки в области совершенствования системы торгового обслуживания розничных торговых предприятий различных форм собственности, социально-экономические методы повышения эффективности функционирования ее основных подсистем в условиях переходной экономики.

Ключевые слова: система торгового обслуживания, социально-экономические факторы, экономическая эффективность, рентабельность, издержки обращения, уровень торгового обслуживания, конкурентная борьба, формы и методы продажи, комплекс торговых услуг, этико-психологическое состояние.

A N N O T A T I O N

Oleksin Irina Ivanivna. The system of comerce service and means of improvement in conditions of formation marketing relations.

Dissertation for akademik degree of the candidate of ekonomik sciences in the speciality 08.07.05 - "Economy of commerce and service". Dissertation will be defended on 24 April 1997 in Lviv Akademy of Commerce.

The manuscript of the thesis which contains theoretical and methodic investigations and applied works in the field of the deve-

development of trade service system of retail trade, enterprises of various forms of property, social-economic methods of raising the effectiveness of their functioning in the conditions of market economy.

Key words: System of commerce service, social-economic factors, effectiveness of economic, profitability, marketing costs, standard of commerce service, the competition of struggle, forms and methods of selling, complex of commerce service, ethics and psychological conditions.

Підписано до друку 19.03.97

Формат 60x84/16. Папір офсетний.

1,5 др.арк. 1,49 ум.др.арк. 1,72 обл.-вид.арк.

Тираж 100 екз. Зам. 90. Безкоштовно.

Віддруковано в друкарні вид-ва "Коопосвіта" ЛКА
м. Львів-ІІ, вул. Самчука, 6

1825.28A

436126

AB 37.296

AB 37.296