

НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ НАУК УКРАЇНИ
ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

КРАМЧЕНКО ЛЮБОВ ІВАНІВНА

УДК 65.012.4+658+339.138

**УПРАВЛІННЯ КОМЕРЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ
ОПТОВОГО ПІДПРИЄМСТВА НА ЗАСАДАХ
СИТУАЦІЙНОГО ПІДХОДУ**

Спеціальність 08.06.02 - Підприємництво, менеджмент та маркетинг



АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Львів - 1997



00752981 (W)

Дисертацією є рукопис
Робота виконана у Львівській комерційній академії

Науковий керівник - кандидат економічних наук, доцент, декан факультету менеджменту Львівської комерційної академії

Мізюк Богдан Михайлович

Науковий консультант - доктор економічних наук, доцент, декан економічного факультету Львівської комерційної академії

Загорський Володимир Степанович

Офіційні опоненти - доктор економічних наук, доцент кафедри економічної теорії Львівського державного університету ім. І.Франка

Реверчук Сергій Корнійович

- кандидат економічних наук, старший науковий співробітник відділу соціально-економічних і правових проблем розвитку підприємництва Інституту регіональних досліджень НАН України

Люткевич Ольга Михайлівна

Провідна установа - Ужгородський державний університет, кафедра економіки, менеджменту та маркетингу

Захист дисертації відбудеться "26" грудня 1997 р. о 14⁰⁰ год на засіданні спеціалізованої вченої ради Д.35.154.01 по захисту дисертацій на здобуття наукового ступеня доктора наук в Інституті регіональних досліджень НАН України за адресою: 290026, м. Львів, вул. Козельницька, 4

З дисертацією можна ознайомитися у бібліотеці Інституту регіональних досліджень НАН України

Автореферат розіслано "25" листопада 1997 року.

Вчений секретар спеціалізованої вченої ради
кандидат економічних наук

В.І.Жовтанецький

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. Ринкові перетворення в Україні передбачають проникнення духу та ідей товарно-грошових відносин у всі ланки економічного комплексу, зміцнюють економічну, матеріальну та правничу базу для розвитку комерційних процесів. В результаті активізується в широких масштабах комерційна діяльність, інтегруючи в собі багато напрямків і поширюючись за межі сфери товарного обертання, оскільки предметом купівлі-продажу виступають і послуги, і гроші, і нові технології, і продукти інтелектуальної праці тощо.

Підприємці України змушені самостійно приймати ефективні управлінські рішення щодо реалізації комерційної роботи, починаючи зі стадії матеріального забезпечення і закінчуючи успішним збутом продукції, при значно вищій конкурентоспроможності закордонних товарів та послуг. Проблеми функціонування і розвитку підприємницької діяльності в первинній ланці народного господарства (підприємстві, організації) висвітлені в працях М.Долішнього, П.Беленького, Є. Бойка, М.Козоріз, В.Міклов ди, Я.Побурка, О.Оксанича, С.Реверчука та інших.

Сучасні реформи економічних відносин вимагають інноваційного оновлення системи і методів менеджменту у сфері комерції з метою перетворення їх в структурно-функціональний механізм, який би відрізнявся гнучкістю і адекватністю до змін ситуації в середовищі.

У зв'язку з трансформаційними процесами перехідного періоду, зростанням ролі торгівлі в національному господарстві особливу актуальність набуває комерційна діяльність у сфері торгівлі взагалі і її оптовій ланці зокрема. Виступаючи каталізатором структурних перетворень і забезпечуючи збалансованість внутрішнього ринку, оптова торгівля в нових умовах повинна перетворитись в незалежного комерційного посередника на ринку країни та її окремих регіонів, ґрунтуючись на принципах підприємництва, маркетингу та менеджменту.

Проблематика комерційної діяльності торговельних підприємств була предметом досліджень ряду вітчизняних і зарубіжних економістів: В.Апопія, Л.Балабанової, Є.Бикової, А.Войчака, Я.Гондштака, Я.Гончарука, В.Даненбурга, М.Дарбіняна, Р.Монкріфа та інших. Однак аналіз наукових публікацій свідчить, що недостатня увага приділена дослідженням проблем управління підприємствами оптової торгівлі. Досі основна увага зосереджувалася лише на питаннях ефективності їх функціонування з точки зору побудови раціональних структур управління, організації нової технології складування, транспортування товарів, визначення оптимальних розмірів партій поставок та шляхів товаропостачання роздрібних підприємств тощо. Разом з

тим, відсутня література, в якій би в достатній мірі відображались підходи щодо розв'язання проблем удосконалення управління комерційною діяльністю оптових підприємств в умовах перехідного періоду до ринку і використання в цьому аспекті ситуаційного підходу.

Наукова і прикладна актуальність викладених проблем визначили цільову направленість і зміст дисертаційного дослідження.

Мета і задачі дослідження. Мета дисертаційної роботи полягає в дослідженні проблем управління комерційною діяльністю оптових підприємств і розробці теоретичних положень та методично-практичних рекомендацій щодо її удосконалення на засадах ситуаційного підходу.

Для досягнення визначеної мети були поставлені і розв'язані наступні основні завдання:

- вивчити на основі узагальнення зарубіжного та вітчизняного досвіду роль та значення оптової ланки торгівлі у сфері товарного обігу;
- розкрити економічну сутність управління комерційною діяльністю оптового підприємства;
- теоретично узагальнити методику ситуаційного підходу - як інноваційного засобу удосконалення управління;
- виявити чинники активізації комерційної діяльності оптових підприємств;
- дослідити особливості комерційної діяльності, практику формування та управління товарними ресурсами оптових підприємств в умовах перехідної економіки;
- поглибити наукові рекомендації щодо реформування оптової торгівлі;
- розробити основні положення методики ситуаційного підходу до управління комерційною діяльністю оптового підприємства;
- обґрунтувати підходи до економічної оцінки ефективності управління комерційною діяльністю.

Предметом дослідження є механізм управління комерційною діяльністю оптових торговельних підприємств в умовах ринкової трансформації економіки. За об'єкт дослідження обрано підприємства оптової торгівлі України з поглибленим аналізом у Львівській області.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є економічна наука та сучасні теорії менеджменту; концептуальні підходи до проблеми управління підприємствами, відображені в роботах вітчизняних та зарубіжних вчених-економістів. Дослідження базувалося на використанні таких загальнонаукових методів, як діалектичного пізнання явищ, системного та ситуаційного аналізу проблем, економіко-математичного моделювання, методів статистичної обробки інформації, анкетування. *Інформаційно-фактологічною базою дослідження є законодавчі акти Верховної Ради, Президента і Кабінету Міністрів України. В роботі використані статистичні дані Державного Комітету статистики України,*

Укоопспілки, первинний матеріал підприємств оптової торгівлі, матеріали бухгалтерської, статистичної та оперативної звітності обстеженої сукупності.

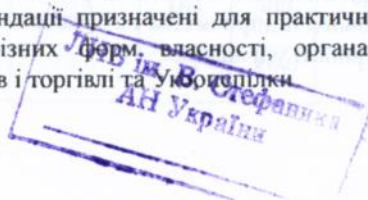
Наведені в дисертації результати отримані з використанням комп'ютерних технологій в середовищі Microsoft Office.

Наукова новизна одержаних результатів. Автором розроблені теоретичні основи і методологічні положення щодо управління комерційною діяльністю оптових підприємств на засадах ситуаційного підходу. Особистий внесок дисертанта:

- уточнено зміст економічних категорій: комерційна діяльність, управління комерційною діяльністю і дано тлумачення поняття "комерційний менеджмент";
- шляхом порівняльного аналізу в ретроспективі виявлено чинники та детермінанти розвитку оптової торгівлі України і розвинутих країн світу, а також з'ясовано особливості комерційної діяльності оптових підприємств в умовах перехідної економіки;
- на основі узагальнення наявних точок зору опрацьовано теоретичні положення щодо суті ситуаційного підходу в менеджменті та обґрунтована доцільність його застосування в управлінні комерційною діяльністю оптового підприємства;
- визначено функціональну місію різних типів суб'єктів оптової торгівлі у сфері обігу товарів народного вжитку, а також запропоновано нові методологічні підходи до класифікації оптових підприємств;
- систематизовано фактори активізації комерційної діяльності оптового підприємства, на основі яких запропоновано методичку ситуаційного аналізу її стійкості;
- обґрунтовано структуризацію задач прийняття управлінських рішень в комерційній діяльності і адаптовано маржинальну оцінку ефективності управління до комерційної діяльності оптового підприємства;
- побудовано для виділених класів ситуацій відповідні моделі елементів рентабельності і запропоновано інтегральний показник ефективності управління комерційною діяльністю.

Теоретичне значення результатів дослідження полягає в уточненні понятійного апарату щодо сутності комерційної діяльності, управління комерційною діяльністю, ролі оптової торгівлі у сфері товарного обертання, застосування ситуаційного підходу в управлінні комерційною діяльністю оптового підприємства.

Теоретичні узагальнення можуть служити основою для подальшого дослідження проблем управління і розвитку підприємництва на Україні. Методичні рішення та рекомендації призначені для практичного застосування оптовими підприємствами різних форм власності, органами Міністерства зовнішньоекономічних зв'язків і торгівлі та Укоопспілки



Апробація результатів дослідження. Основні положення дисертаційної роботи доповідалися на міжнародній науково-практичній конференції “Становлення нової економічної системи в Україні” (Львів, 1994р.), на республіканських науково-практичних конференціях “Сучасні інформаційні технології” (Львів, 1995р.), “Аудиторська діяльність в умовах становлення нових економічних відносин в Україні” (Львів, 1995р.), на науково-практичних конференціях “Сучасні проблеми розвитку ринку сертифікації та конкурентноспроможності товарів” (Львів, 1996р.), “Статистичні інформаційні системи в ринковій економіці” (Львів, 1997р.), на наукових конференціях професорсько-викладацького складу і аспірантів Львівської комерційної академії в 1994-1996 роках.

Публікації. За результатами виконаних досліджень опубліковано 13 наукових праць загальним обсягом 3,1 д. а.

Обсяг і структура роботи. Дисертаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури з 95 найменувань, шести додатків на 12 сторінках. Аналітичний матеріал представлений у вигляді 24 таблиць, 26 рисунків, котрі займають відповідно 14 і 18 сторінок. Основний зміст роботи викладено на 188 сторінках машинописного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У *вступі* обґрунтовується актуальність теми, мета, основні завдання, предмет і об'єкт дослідження, показана наукова новизна і практичне значення одержаних результатів.

В *першому розділі* - “Теоретичні основи управління комерційною діяльністю оптового підприємства” подано дослідження ролі оптової торгівлі у сфері товарного обігу, розкрито економічну сутність управління комерційною діяльністю і методику ситуаційного підходу як інноваційного засобу удосконалення управління.

Другий розділ - “Сучасна практика і особливості управління комерційною діяльністю оптових підприємств” - присвячений аналізу і всесторонній оцінці практики здійснення та управління комерційною діяльністю оптових підприємств в умовах перехідної економіки, а також містить основні напрямки реформування оптової торгівлі.

У *третьому розділі* - “Удосконалення управління комерційною діяльністю оптового підприємства” розкрито фактори активізації комерційної діяльності, містяться методичні положення щодо удосконалення управління комерційною діяльністю оптового підприємства на засадах ситуаційного підходу та методика оцінки ефективності управління.

У висновках подані результати дослідження, основні рекомендації та пропозиції, які виносяться на захист.

Захисту підлягають такі основні положення:

1. Поглиблення реформ в економіці України сприяє поширенню комерційних відносин, які здебільшого розвиваються стихійно, без урахування особливостей формування національного ринку і загальновизнаних норм регулювання комерційної діяльності, без належного соціально-економічного обґрунтування. Цьому сприяє те, що в теоретичному плані дослідження комерційної діяльності в нових умовах практично не проводяться, а при адміністративній системі були обмежені рядом обставин. По-перше, існував погляд на комерцію - як на чужосторонню діяльність для соціалістичної економіки. По-друге, комерційна діяльність розглядалася, в основному, в торгівлі. По-третє, затушовувалася основна мета комерції і її сутність - одержання доходів.

Виходячи з того, що комерція не ототожнюється суто зі сферою торгівлі, а виступає як складова частина підприємництва, в роботі виділено ключеві відмінності різних форм комерційної діяльності з допомогою багатокритеріального групування і показано, що вона являє собою як важливу сферу економіки, так і самостійний економічний процес, який має свої цілі, функції, технологію, а також джерела і специфіку інноваційного оновлення. Управління діловими і господарськими аспектами цього процесу складає сутність комерційного менеджменту. Об'єктом комерційного менеджменту виступають відносини між продавцем і покупцем товарів в умовах ринкового обміну, предметом - зростання прибутку.

2. На основі аналізу історичної ретроспективи, ролі і місця оптової торгівлі в ряді країн вільного ринку, в дисертації обґрунтовано висновок, що вона витримала випробування часом, надійно функціонує і вносить вагомий вклад в національну економіку.

Ступінь мобільності, конкурентоспроможності та комерціалізації оптових підприємств опосередковано характеризується їх концентрацією відносно території чи населення. Про багаторазове відставання України за цими показниками свідчать дані табл. 1.

Таблиця 1

Забезпеченість оптовими підприємствами України та деяких держав

	Україна	США	Франція	Німеччина	Англія	Італія	Голландія	Бельгія
На тис. м. кв.	3,5	36	145	213	164	300	533	655
На 10 тис.чол.	0,4	15,7	15,1	13,0	7,1	16,0	15,8	20,4

3. Адміністративна система тормозила вільний розвиток комерційної роботи оптових підприємств, зводила її до суто торговельно-оперативної діяльності, розглядаючи оптову торгівлю як допоміжну постачальницько-збутову ланку. В ринкових умовах комерційна робота оптових підприємств, як самостійних господарюючих суб'єктів, являє собою систему цілеспрямованих заходів, процедур та видів робіт з наміром купити дешевше, а продати дорожче для забезпечення рентабельного його функціонування в умовах товарно-грошових відносин. В дисертації визначено істотні риси і подано класифікацію оптових підприємств.

Аналіз сучасної практики комерційної діяльності на матеріалах обстеження бувших оптових баз у Львівській області виявив: в середньому по обстеженій сукупності 35% акцій комерціалізованих баз знаходиться у державній власності; у багатьох підприємствах товарообіг у співставимих цінах у 1995 році порівняно з 1990 знизився більш як на 90%; зниження ризиків в комерційній діяльності оптових баз найчастіше досягається шляхом створення гнучкого набору видів діяльності при постійному зниженні частки оптового товарообігу; роздрібна мережа обстеженої сукупності підприємств на протязі досліджуваного періоду характеризується двома протилежними тенденціями (на першому етапі в результаті реорганізації оптово-роздрібних об'єднань - відокремлення роздрібних підприємств і на другому - їх повсемісне створення або оренда); по всіх підприємствах кардинально скоротилася чисельність працюючих, а в цілому по обстеженій сукупності вона знизилася на 64,3%; недостатність оборотних засобів призводить до стихійних закупівель мізерних партій, формування ресурсів товарів з різних груп, катастрофічного зниження товарних залишків і, в результаті, до зубожіння матеріально-технічної бази; зниження навантаження на одиницю складської площі скорочує потребу в них, вимушує надавати складські приміщення в оренду, а продаж оснащення та обладнання стає правилом; основні доходи оптових баз є позареалізаційними; державна політика у сфері ціноутворення та оподаткування оптових підприємств призвели до фактичного згорання оптово-складської форми товаропостачання, зведення до мінімуму транзитної форми оптового товарообігу, зниження обсягів централізованої доставки, а самовивіз - привів до погіршення технологічного процесу на складах; повсемісно порушуються договори оптової купівлі-продажу.

4. Гнучкість системи руху товарів надає можливість вільного вибору товаропровідних ланок. Аналіз матеріалів обстеження роздрібних підприємств м. Львова показав, що роль оптових баз у наповненні споживчого ринку в сучасних умовах незначна, а прерогатива належить посередникам і виробникам. Зокрема, частка оптових баз в постачанні кондитерських виробів склала 11,0% (в т.ч. шоколаду і шоколадних виробів - 10,4%, цукерок глазурованих шоколадом - 3,3%, печива різного - 6,7%), олії соняшникової - 13,1%, борошна і цукру - 0%.

Крім того, послугами оптових баз традиційно користуються комунальні крамниці, а серед підприємств колективної і приватної форми власності пріоритетне становище посідають посередницькі підприємства і підприємства-виробники. Аналогічна тенденція притаманна і для забезпечення магазинів зон діяльності міжрайонних і Універсальної бази ОСС.

5. Дослідження діяльності інших суб'єктів оптової торгівлі (оптово-роздрібних об'єднань, комерційних центрів, торговельно-закупівельних кооперативів, товарних бірж, торгових домів, гуртівень, посередницьких підприємств) свідчить, що повальне зростання їх кількості не сприяє високій організації управління товарорухом, дестабілізує товарний ринок, деформує функції опту. Величезна кількість дрібних посередників - це атрибут простого товарного виробництва. Прагнення до отримання якомога більших прибутків призводить до зростання цін, розвитку процесів натурального обміну, конфліктів, недопоставок.

6. Загальноекономічна криза в Україні і скорочення виробництва товарів народного споживання протягом 1990-1995 рр. на 56% негативно відбилися на формуванні товарних ресурсів оптових підприємств. Разом з тим, на цей процес вплинули: зростання питомої ваги ринків в роздрібному товарообороті; човникові рейси з доставки товарів; робота виробничих підприємств на давальницькій сировині та оплата праці у натуральному вигляді, розвиток виїздної торгівлі силами їх працівників тощо. Аналіз ходу оптово-промислових ярмарків на 1996 р. показав, що вони перестали бути основним джерелом формування товарних ресурсів оптових підприємств і не мають значного впливу на це формування.

В цілому сучасна ситуація в комерційній діяльності оптових підприємств охарактеризована - як кризова. Вихід з такого становища пропонується здійснювати в двох напрямках.

7. По-перше, необхідне організоване державне регулювання комерційної діяльності оптових підприємств, котре передбачає не пряме керівництво, а створення цивілізованих взаємовідносин з незалежними підприємствами. Об'єктами такого регулювання повинні бути не оптові підприємства, а процеси, які протікають на споживчому ринку. Його зміст вбачається в тому, щоб через систему господарського законодавства і економічних важелів не допустити хаотичного функціонування оптової торгівлі. Вона потребує систематизації оцінки ходу та ефективності приватизації, контролю за зміцненням матеріально-технічної бази, розміщенням, зберіганням та спеціалізацією кадрів тощо. Державне регулювання оптово-посередницькою сферою повинно будуватися не тільки на інформації про ринок товарів, але й на вивченні і прогнозуванні заново утвореного ринку оптових послуг.

Державі повинна належати прерогатива і у створенні оптових ринків, які будуть сприяти завчасному формуванню замовлень виробництву і гарантувати виробникам реалізацію основної частини виготовляємої продукції, що в свою чергу сприятиме стабільності і росту вітчизняного виробництва в перехідний період, ефективній конкуренції. В роботі систематизовано основні передумови, стримуючі чинники та комплекс заходів по розвитку оптових ринків в Україні і обґрунтовано висновок про необхідність державної підтримки учасників оптового ринку через фінансове стимулювання, пільгове кредитування під гарантії уряду України, вдосконалення зовнішньоекономічної діяльності. Однак, враховуючи обмеженість фінансових ресурсів держави, оптові ринки повинні створюватися при максимальному використанні існуючих оптових підприємств, матеріально-технічна база і кадровий потенціал яких найбільш близькі за своєю структурою до потреб оптових ринків.

На основі формування пропозиції і попиту на окремих товарних і регіональних ринках доцільно створювати оптові асоціації шляхом добровільного об'єднання нині діючих оптових підприємств, які зможуть створювати в своїй структурі фінансові, інформаційні, наукові та інші інститути. Важливий напрямок у реформуванні оптової торгівлі полягає у перетворенні, удосконаленні та оновленні торгової інфраструктури, що передбачає налагодження тісної взаємодії товаровиробників з оптовою торгівлею, органічну інтеграцію виробництва і збуту на основі маркетингу. Результативним заходом на цьому шляху може стати формування торгово-промислових компаній. Розвиток системи оптових посередників повинен знайти своє втілення у сфері логістики при використанні сучасних методів управління товаропросуванням.

Обмеженість інформації про розвиток оптової торгівлі робить неможливим використання її як практичного інструменту вироблення і реалізації стратегії оптових підприємств і обумовлює необхідність організації на новій основі системи державного статистичного обліку. Негативно на цьому процесі позначається затримка розгляду у Верховній Раді України Цивільного кодексу, в якому передбачено норми купівлі-продажу і поставок товарів, відсутність стабільного законодавства щодо договірних прав та Концепції розвитку оптової торгівлі.

8. По-друге, виникає необхідність удосконалення механізму управління комерційною діяльністю оптових підприємств. Він повинен ґрунтуватись на застосуванні наукових методів менеджменту і забезпечувати розробку та прийняття ефективних рішень щодо стійкості поточного функціонування та вироблення стратегії підприємства на перспективу.

В ситуації реформування економіки з притаманними їй новими, раніше невідомими труднощами перспективними можуть бути тільки підприємства з високим рівнем флексибільності. Результативність їх діяльності тісно

корелюється з вмінням врахувати вплив нестійкого середовища. Це суттєво знецінює значення нагромадженого в минулому досвіду і виключає адекватне застосування відомих раніше шляхів розв'язку проблем та екстраполяцію на майбутнє. Таким чином виникає потреба у переході від традиційного управління до управління на основі інновацій.

Для світової управлінської думки сьогодні характерним є доповнення системного і процесного підходів в менеджменті ситуаційним. Він виступає у трьох аспектах: як метод аналізу і побудови моделі керованої системи; в якості процедури прийняття рішень; в якості концепції управління. В радянській літературі інструментальні розробки перших двох аспектів названого підходу в основному стосувалися управління детермінованими системами, а третій, який концентрувався на тому, що ефективне управління - це завжди управління за обставинами - відкидався.

Найбільш важливий внесок ситуаційного підходу в управління полягає у встановленні ситуаційних змінних підприємства, котрі найчастіше групують у два класи: внутрішні і зовнішні. Узагальнюючи погляди різних авторів до інтерпретації цих змінних, в дисертації виділено їх склад стосовно комерційної діяльності оптових підприємств. На їх основі розроблено методіку ситуаційного аналізу стійкості комерційної діяльності (рис.1).

Класифікацію інформації про фактори непрямої дії здійснено згідно основних сфер суспільного розвитку: економічна ситуація, політична ситуація, науково-технологічна ситуація, соціально-демографічна ситуація та екологічна ситуація, а також структуризовано критерії оцінки кожної з них. Для оцінки впливу факторів прямої дії (власники; конкуренти; законодавчі і державні органи влади; попит і пропозиція; профспілки, партії та інші організації; комерційні партнери) запропоновано методіку на основі басовського підходу через перегляд умовних імовірностей прийняття рішення при зміні ситуації.

Для оцінки ситуації у внутрішньому середовищі комерційної діяльності виділено основні критерії, підібрано їх характеристики, представлено формули розрахунків і показано межу їх варіації для негативної, прийнятної і позитивної тенденцій.

Співставлення впливу чинників зовнішнього оточення та внутрішніх критеріїв комерційної діяльності пропонується здійснювати експертами табличним методом з усередненням оцінок за кожним критерієм.

Стійкість комерційної діяльності визначається співвідношенням сукупної оптимальної і реальної оцінки за всіма критеріями.

Класифікація ситуацій в комерційній діяльності в залежності від дії здійснена в розрізі трьох груп: фіксовані, стохастичні та невизначені. У відповідності з нею виділено постановки задач прийняття управлінських рішень.

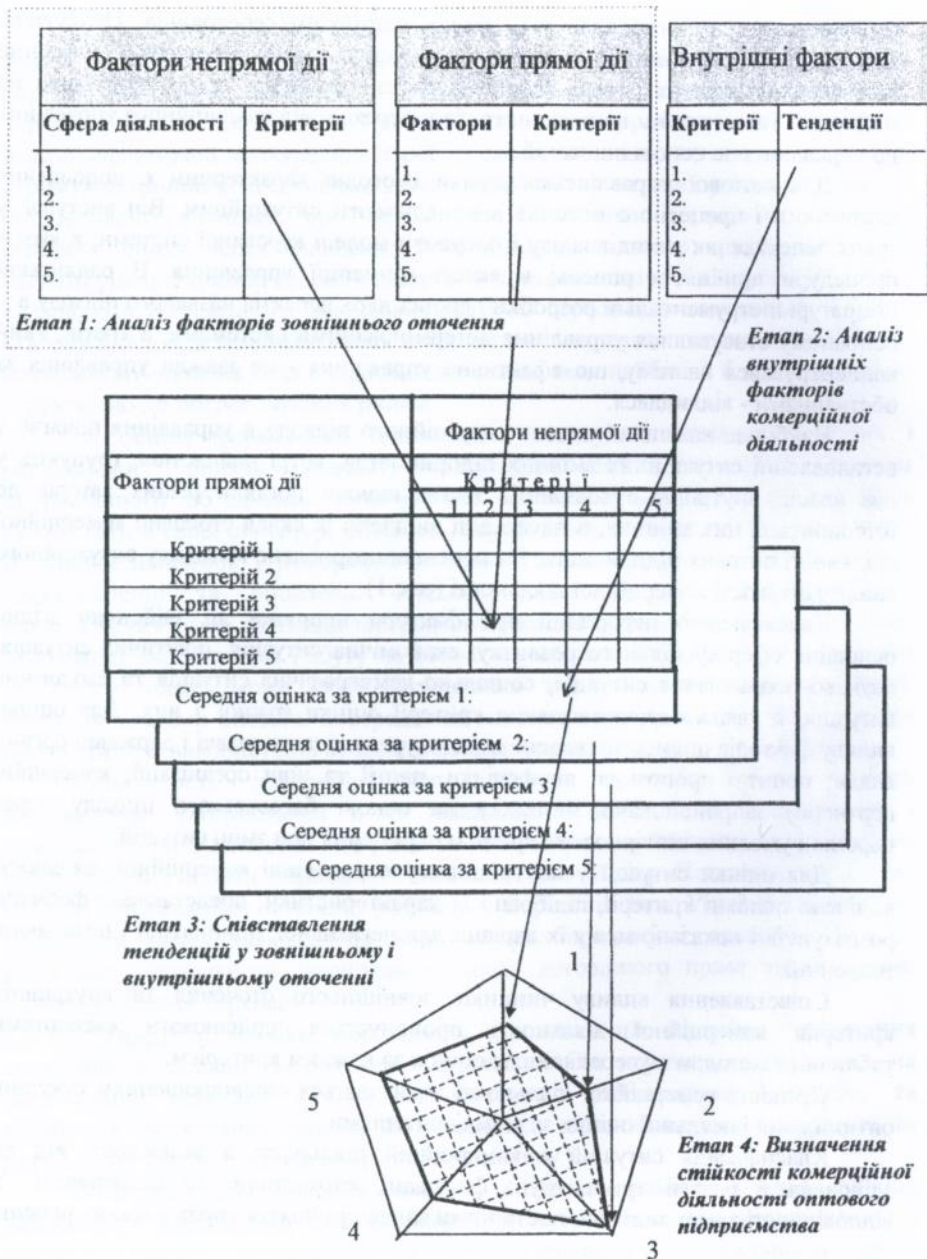


Рис.1. Схема ситуаційної оцінки стійкості комерційної діяльності оптового підприємства

Грунтуючись на маржинальній теорії оцінки ефективності управління, структуризовано прибуткоутворюючі елементи і розроблено класи моделей в розрізі ситуацій:

- для обчислення фізичного обсягу товарообігу за умови беззбиткового функціонування;

- для обчислення фізичного обсягу товарообігу та цінкових факторів за умови досягнення певного рівня рентабельності (табл.2.);

- для визначення можливої зміни впливаючих факторів на фізичний обсяг товарообігу, яка підтримує задане значення прибутку.

Таблиця 2

Варіанти розрахунку фізичного обсягу товарообігу та цінкових факторів за умови рентабельного функціонування оптового підприємства

Регулює- мий елемент	Заданий елемент рентабельності		
	П	Р _{ВД}	Р _{ТО}
К	$\frac{\text{ПВ} + \text{П}}{(\text{Ц}_p - \text{Ц}_3)(1 - y) - x \text{I} \text{Ц}_p}$	$\frac{\text{ПВ}}{(\text{Ц}_p - \text{Ц}_3)(1 - y - \text{P}_{\text{ВД}}) - x \text{I} \text{Ц}_p}$	$\frac{\text{ПВ} + x \text{I} \text{Ц}_p}{(\text{Ц}_p - \text{Ц}_3) \text{I} (1 - y) - \text{P}_{\text{ТО}} \text{I} \text{Ц}_3}$
Ц _р	$\frac{\frac{\text{П} + \text{ПВ}}{\text{К}} - \text{Ц}_3 \text{I} (1 - y)}{1 - y - x}$	$\frac{\frac{\text{ПВ}}{\text{К}} + \text{Ц}_3 \text{I} (1 - y - \text{P}_{\text{ВД}})}{1 - x - y - \text{P}_{\text{ВД}}}$	$\frac{\frac{\text{ПВ}}{\text{К}} + \text{Ц}_3 \text{I} (1 - y)}{1 - x - y - \text{P}_{\text{ТО}}}$
а	$x + \frac{\text{П} + \text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}$ $\frac{\quad}{1 - x - y}$	$x + \frac{\text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}$ $\frac{\quad}{1 - x - y - \text{P}_{\text{ВД}}}$	$x + \text{P}_{\text{ТО}} + \frac{\text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}$ $\frac{\quad}{1 - x - y - \text{P}_{\text{ТО}}}$
в	$x + \frac{\text{П} + \text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}$ $\frac{\quad}{1 - y + \frac{\text{П} + \text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}}$	$x + \frac{\text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}$ $\frac{\quad}{1 - y - \text{P}_{\text{ВД}} - \frac{\text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}}$	$x + \text{P}_{\text{ТО}} + \frac{\text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}$ $\frac{\quad}{1 - y + \frac{\text{ПВ}}{\text{Ц}_3 \text{I} \text{К}}}$

Умовні позначення: П- прибуток, грн.; Р_{ВД} - рентабельність валових доходів, долі одиниці; Р_{ТО} - рентабельність товарообігу, долі одиниці; у - рівень податкових платежів, долі одиниці; с- середня торгова знижка, долі одиниці; ПВ - постійні витрати, грн.; х - рівень середніх змінних витрат до товарообороту, долі одиниці; Ц₃- ціна закупівлі, грн./од.; Ц_р- ціна реалізації, грн./од.; К- фізичний обсяг товарообігу, од.; а - торгова націнка, долі одиниці; в - торгова знижка, долі одиниці.

Із застосуванням індексів змін основних внутрішніх факторів комерційної діяльності оптового підприємства автором побудовано інтегральний показник ефективності управління нею на основі середньої геометричної:

$$E_{cy} = \sqrt[4]{\frac{P_{ВД1}}{P_{ВД0}} \times \frac{E_{В01}}{E_{В00}} \times \frac{\text{Ш}_{\text{ТО1}}}{\text{Ш}_{\text{ТО0}}} \times \frac{B_{y1}}{B_{y0}}}$$

де E_{BO} - ефективність витрат обігу; $Ш_{ТО}$ - швидкість товарообігу; V_y - витрати на апарат управління, грн., $0,1$ - відповідно базисний і біжучий періоди.

Узагальнюючи результати теоретичної, практичної та експериментальної роботи щодо управління комерційною діяльністю оптового підприємства на засадах ситуаційного підходу, ми дійшли висновків:

1. Управління є одним із найефективніших способів забезпечення стійкості комерційної роботи оптового підприємства, вироблення її стратегії на перспективу і здійснення її на інноваційній основі.
2. Розкриття сутності ситуаційного підходу, його внеску в теорію управління, дослідження особливостей його формування та методології дозволяє використовувати його як в теоретичних дослідженнях в галузі менеджменту, так і практичній роботі підприємців оптово-посередницької сфери щодо управління комерційною роботою по ситуаціях.
3. Виявлені чинники та детермінанти розвитку оптової торгівлі України і розвинутих країн світу, аналіз сучасної практики комерційної діяльності оптових підприємств, визначені типи суб'єктів оптової торгівлі, їх функціональна місія у сфері товарного обігу і запропоновані нові методологічні підходи до класифікації оптових підприємств призначені для використання в навчальних процесах закладів економічного спрямування, а також повинні послужити підґрунтям для розробки концептуальних напрямків розвитку оптової торгівлі України.
4. Запропоновані рекомендації щодо реформування оптової торгівлі через державне регулювання призначені для практичного застосування державними органами регіонального і загальнодержавного рівнів в програмах перебудови оптової торгівлі.
5. Структурування чинників активізації комерційної діяльності оптового підприємства в розрізі внутрішніх і зовнішніх факторів (прямої та непрямої дії), визначення їх спрямованості та глибини впливу, запропонована на їх основі модель ситуаційної оцінки стійкості комерційної діяльності оптового підприємства та інтегральний показник економічної ефективності управління комерційною діяльністю призначені для використання менеджерами оптових підприємств і можуть адаптовуватися для використання в інших типах торговельних підприємств.
6. Побудовані моделі елементів рентабельності на основі виділених класів ситуацій можуть бути доповнені новими класами або адаптовані до управління комерційною діяльністю на підприємствах інших видів економічної діяльності.

Основні положення дисертації відображено в публікаціях:

1. Мізюк Б.М., Крамченко Л.І. Регулювання комерційної діяльності гуртових підприємств. В зб.: Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. -Львів, Львівська політехніка, 1996.-С.184. (Особистий внесок дисертанта: обґрунтовано необхідність адаптації управління комерційною діяльністю до змін зовнішнього і внутрішнього середовища і вироблення відповідних реакцій на них).

2. Крамченко Л.І. Регіональні підходи до розвитку підприємництва у сфері оптової торгівлі. В зб.: Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Вип. 2. -Львів, Інститут регіональних досліджень НАН України, 1992. -0,5 д.а.

3. Крамченко Л.І. Особливості формування товарних ресурсів оптових підприємств в сучасних умовах. В зб.: Матеріали конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів академії за підсумками науково-дослідної роботи у 1996 році. -Львів, Львівська комерційна академія, 1997.-С.80-84.

4. Крамченко Л.І. Ситуаційне управління товарними запасами. В зб.: Конференція професорсько-викладацького складу і аспірантів академії за підсумками науково-дослідної роботи в 1994 році.-Львів, Львівська комерційна академія, 1995.-С.69-70.

5.Крамченко Л.І., Мізюк Б.М. Ситуаційний підхід в менеджменті. В зб.: Становлення нової економічної системи в Україні. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції.-Львів, Львівська комерційна академія, 1994.-С. 68-69. (Особистий внесок дисертанта: висвітлено особливості господарських ситуацій).

6. Мізюк Б.М., Крамченко Л.І. Ситуаційне управління в нових інформаційних технологіях В зб.: . Матеріали республіканської науково-практичної конференції “Сучасні інформаційні технології”. - Львів, Львівська комерційна академія. 1995. -С. 88-90. (Особистий внесок дисертанта: розкрито відмінності ситуаційного управління від інших методів).

7. Крамченко Л.І. Розвиток конкуренції в оптовій торгівлі. В зб.: Інтеграція економічних інтересів споживчої кооперації в національно-державні інтереси України - Львів, Львівська комерційна академія. -1997.-С.71-72.

АНОТАЦІЯ

Крамченко Л.І. Управління комерційною діяльністю оптового підприємства на засадах ситуаційного підходу.-Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук за спеціальністю 08.06.02 - підприємництво, менеджмент та маркетинг. Інститут регіональних досліджень НАН України, Львів, 1997.

Дисертацію присвячено питанням управління комерційною діяльністю оптових підприємств в умовах перехідної економіки.

Встановлена можливість і необхідність в названому аспекті використання ситуаційного підходу. Проведено оцінку функціональної місії оптової торгівлі у сфері товарного обігу, а також сучасної практики комерційної діяльності оптових підприємств. Обґрунтовано теоретичні і практичні рекомендації щодо реформування оптової ланки. Розроблено наукові засади щодо управління комерційною діяльністю оптового підприємства на основі ситуаційного підходу.

Ключові слова: управління, комерційна діяльність, ситуаційний підхід, оптове підприємство, зовнішні та внутрішні фактори, стійкість комерційної діяльності, ефективність.

АННОТАЦИЯ

Крамченко Л.И. Управление коммерческой деятельностью оптового предприятия с использованием ситуационного подхода.- Рукопись.

Диссертация на соискание научной степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.02. - предпринимательство, менеджмент и маркетинг. Институт региональных исследований НАН Украины, Львов, 1997.

Диссертация посвящена вопросам управления коммерческой деятельностью оптовых предприятий в условиях переходной экономики. Установлена возможность и необходимость использования ситуационного подхода в названном аспекте. Проведена оценка функциональной миссии оптовой торговли в сфере товарного обращения, а также современной практики коммерческой деятельности оптовых предприятий. Обосновано теоретические и практические рекомендации по реформированию оптового звена. Разработаны научные основы управления коммерческой деятельностью оптового предприятия с использованием ситуационного подхода.

Ключевые слова: управление, коммерческая деятельность, ситуационный подход, оптовое предприятие, внешние и внутренние факторы, устойчивость коммерческой деятельности, эффективность.

ANNOTATION

Kramchenko L. I. The situation approach to the wholesale trade management. The thesis for the academic degree of the candidate of economic sciences on the speciality 08.06.02 - Entrepreneurship, management, and marketing. Institute of regional researches of NAS of Ukraine, Lvov, 1997.

Problems of the wholesale trade management in a transition economy are studied. Feasibility of the situation approach is found out in this respect. Functional features of the wholesale trade management are addressed, along

with analysis of modern commercial practices. Theoretical and applied proposals on the wholesale reform are worked out. Scientific foundations to the wholesale trade management based on the situation approach are established.

Key words: management, commercial practices, situation approach, wholesale trade enterprise, external and internal factors, stability of commercial activities, effectiveness

Підписано до друку 24. 11. 97 р.
Формат 60x84/16. Папір офсетний.
Віддруковано на різнографі.
1,25 др. арк., 1,16 ум. друк. арк., 1,43 обл-вид. арк.
Тираж 100 прим. Зам. 557. Безкоштовно.

Віддруковано в друк. в-ва "Коопосвіта" ЛКА
290008 м. Львів, вул. У. Самчука, 6. Тел. 76-07-75.

08E.88aA

1135-4111

AB 38983

AB 38983

Титул-лист до документа № 11-97-91
Датум издана: 15. 11. 1997. године
Издавач: Удруженије за издаваштво

Удруженије за издаваштво, београд, 11111
Телефон: 011 363 1111

Удруженије за издаваштво, београд, 11111
Телефон: 011 363 1111