

УДК 65.01:334.735:339.37

В.А.Панченко, канд. екон. наук

Кіровоградський кооперативний коледж економіки і права ім. М.П.Сая

Управління організаціями та підприємствами торгівлі системи споживчої кооперації на засадах удосконалення торговельного обслуговування

Удосконалення торговельного обслуговування в системі споживчої кооперації можливо забезпечити за рахунок впровадження комплексної системи діагностики за такими напрямки оцінки – матеріально-технічними, соціально-психологічними та інформаційними. Для оцінки загального стану системи торговельного обслуговування споживачів, для аналізу якості функціонування роздрібною торгівлі споживчої кооперації необхідно розрахувати інтегральний та середньозважений показники за всіма напрямками торговельного обслуговування споживачів.

якість, торговельне обслуговування, управління якістю торговельного обслуговування, роздрібна торгівля, система споживчої кооперації

Вступ. Для дослідження управління якістю торговельного обслуговування організацій, підприємств споживчої кооперації доцільно проаналізувати їх соціально-економічну сутність, визначити ключові проблеми функціонування та перспективи подальшого розвитку.

Споживча кооперація України – це самостійна соціально-економічна система, що є підсистемою економічної системи держави. Вона досягла рівноправної форми розвитку в концепції ринкового реформування державної економіки, різноманітності соціально-економічних структур, форм власності. Система споживчої кооперації України – це добровільне об'єднання громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального становища [8]. Таке визначення відображає соціальну місію системи – об'єднання громадян, як споживачів з метою найбільш повного задоволення власних потреб на товари та послуги за рахунок здійснення торгової, заготівельної, виробничої та іншої діяльності.

Вперше теоретично обґрунтували кооперацію як форму суспільного розвитку засновники кооперативного руху соціалісти-утопісти А. де Сен-Сімон, Ш. Фур'є, Р. Оуен, Ф. Лассаль і У. Кінг. Теоретичні основи розвитку вітчизняного кооперативного руху закладено в працях таких учених, як Ш. Жід, М. Балін, Дж. Рассел, О. Чаянов, М. Кондратьєв, К. Маркс, Є. Бернштейн, М. Левитський, С. Бородаєвський, Б. Мартос та інші дослідники. Основоположником управлінської кооперативної думки визнано М. Туган-Барановського [10].

Проблемам управління в організаціях і на підприємствах споживчої кооперації у ринкових умовах діяльності присвячена низка досліджень вітчизняних і зарубіжних вчених, серед них такі теоретики та практики кооперативної ідеї: М. Аліман, В. Апопій, С. Бабенко, П. Балабан, О. Березін, В. Блістер, М. Виноградський, В. Галюк, В. Геєць, С. Гелей, Я. Гончарук, В. Жигалов, В. Левицький, Л. Лігоненко, А. Мазаракі, І. Маркіна, П. Саблук, Н. Ушакова, О. Фрідман, Ф. Хміль, А. Чухно та інші науковці [1-4; 6-7; 9-10]. Огляд існуючих досліджень відобразив, що питання удосконалення управління системою споживчої кооперації, зокрема управління якістю торговельного

обслуговування, залишаються актуальними. У існуючих наукових доробках теоретики та практики досліджували галузеві й функціональні особливості управління в системі споживчої кооперації, конкурентне середовище соціально-економічної системи тощо. Проте праці багатьох учених свідчать про практичну необхідність і невирішеність проблеми вдосконалення торговельного обслуговування в ринкових умовах функціонування споживчої кооперації.

Постановка задачі. Завдання наукового дослідження обґрунтовується пошуком шляхів оцінки загального стану системи торговельного обслуговування споживачів, аналізу якості функціонування роздрібною торгівлі споживчої кооперації. Для виконання названого завдання були застосовані закони діалектики та загальнонаукові методи, серед них аналіз і синтез, індукція і дедукція.

Результати. Процес управління в системі споживчої кооперації ґрунтується на принципах добровільності членства, демократизму, соціальної справедливості, взаємодопомоги та співробітництва, вільного господарського функціонування на основі ринкових відносин [8]. Відмінність системи споживчої кооперації від інших соціально-економічних систем полягає в таких особливостях: наявності комбінованої соціально-економічної системи, багатоцільового характеру функціонування, багатогалузевого характеру діяльності, комплексності процесу управління і виробництва, в ієрархічній побудові, функціонуванні на основі самодіяльності членів [3-4].

Завдання споживчої кооперації в економічній сфері полягають у зміцненні багатоукладності, розширенні масштабів економічної діяльності, забезпеченні матеріальних потреб членів споживчих товариств і спілок, органічному поєднанні особистих, колективних і суспільних інтересів. У соціальній сфері основні завдання спрямовані на активну реалізацію соціальної місії споживчої кооперації, соціальну підтримку, соціальну гарантію та соціальний захист членів споживчих товариств і спілок, участь у розвитку соціальної сфери села [9]. Соціальна спрямованість системи споживчої кооперації визначається рівнем кооперування населення, задоволенням його платоспроможного попиту, громадсько-господарською активністю; економічна спрямованість є елементом соціальної і характеризується кількістю галузей, організацій, підприємств, видів господарської діяльності, розміром отриманого прибутку.

Особливістю системи споживчої кооперації є багатогалузева діяльність, вона функціонує як у сфері обігу, так і виробництва. До основних галузей і видів її діяльності відносяться торгівля і громадське харчування (ресторанне господарство), заготівлі сільськогосподарської продукції і сировини, промисловість, підсобне сільське господарство, будівництво, транспорт, житлово-комунальне господарство. Крім того, вона має організації охорони здоров'я (поліклініки, аптечні заклади, санаторії, будинки відпочинку), професійно-технічні технікуми та коледжі, вищі навчальні заклади [5, с. 34–35].

На ринку споживча кооперація є одночасно виробником товарів і послуг (виробнича діяльність), постачальником і посередником (гуртова торгівля, заготівельна діяльність), продавцем товарів і послуг (роздрібна торгівля, ресторанне господарство), покупцем і споживачем товарів і послуг (підприємства споживчої кооперації, її члени, члени споживчих товариств і спілок).

Провідною галуззю господарської діяльності споживчої кооперації є торгівля, саме вона дає найбільший економічний ефект. Система роздрібною торгівлі споживчої кооперації складається з організацій і підприємств торгівлі та ресторанного господарства універсального типу, виробничих і невиробничих магазинів, універсамів, супермаркетів, магазинів самообслуговування, кафе, кіосків тощо.

У період ринкових перетворень значно знизився рівень участі системи споживчої кооперації у формуванні споживчого ринку країни, у торговельному обслуговуванні населення. Для відновлення втрачених позицій у Стратегії розвитку споживчої кооперації України до 2015 р. заплановано реформування організаційно-господарської, структурної та територіальної організації роздрібної торгівлі споживчої кооперації.

Вдосконалення роздрібної торговельної мережі спрямовано на реалізацію таких заходів [9, с. 11], як стабілізація кількісного та якісного розвитку роздрібної торговельної мережі, формування ефективних, конкурентоспроможних суб'єктів господарської діяльності у сфері роздрібної торгівлі; набуття кооперативними магазинами ролі основної сполучної ланки з членами споживчих товариств і спілок, центру організації та проведення роботи по всіх напрямках діяльності споживчої кооперації: заготівельної, кредитної, інформаційної, консультаційної, організаційно-масової, сервісної; обґрунтування необхідності державної підтримки соціально важливих функцій підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації, зокрема з питань обслуговування економічно ризикованих зон торгівлі (у віддалених сільських населених пунктах, важкодоступних та екологічно несприятливих регіонах); реалізація конкурентних переваг споживчої кооперації, вивчення конкурентів роздрібних підприємств, їх усунення, а також застосування агресивного маркетингу щодо ліквідації елементів недобросовісної конкуренції; оптимізація асортиментної політики споживчої кооперації щодо торгівлі екологічно чистими продуктами, залучення на ринок товарів продукції місцевого виробництва тощо; участь споживчої кооперації в розробці та реалізації генеральних планів розвитку населених пунктів – відкриття ключових об'єктів роздрібної торгівлі, у тому числі в складі соціально-культурно-побутових центрів сіл і міст; проникнення підприємств кооперативної роздрібної торгівлі на територію малих, середніх і великих міст, у склад торговельно-сервісних центрів, торговельних пасажів, розташованих у тому числі на ринках, на автодорожніх шляхах, місцях транспортних розв'язок та інших привабливих для торгівлі зонах; досягнення переважання в структурі видів і типів роздрібних торговельних підприємств сільської місцевості магазинів зі змішаним асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів, у районних центрах і містах – універсальних і спеціалізованих магазинів, зокрема з торгівлі господарськими та будівельними матеріалами, продтоварами; підвищення ролі магазину, зміцнення його статусу як центру по роботі з членами споживчих товариств і спілок

Функціонування організацій, підприємств споживчої кооперації на сучасному етапі розвитку спрямоване на диверсифікацію діяльності за рахунок поєднання основного виду діяльності з суміжними, зокрема запровадження нових технологій позамагазинної торгівлі: використання електронних засобів, телефонного зв'язку, ярмарків, базарів, аукціонів; використання переваг пересувної та посилкової торгівлі, торгівлі за каталогами, на замовлення, за графіками в населених пунктах, де відсутня торговельна мережа.

На сучасному етапі підприємства, організації торгівлі споживчої кооперації функціонують і розвиваються, враховуючи суттєві зміни зовнішнього середовища у результаті ринкових системних трансформацій і структурної перебудови економіки, місце споживчої кооперації в економічній системі, соціальній сфері, національному кооперативному русі, її значення в соціально-культурній перебудові села.

Ринкові умови господарювання вимагають модернізації підприємств, оптимізації їх потужностей, концентрації господарської діяльності, раціонального розташування кооперативних об'єктів; диверсифікації господарської діяльності на базі

нових технологій, методів господарювання, конкурентних механізмів; упровадження конкурентних стратегій, ефективних методів конкурентної боротьби, реалізації конкурентних переваг кооперації, створення з боку держави різних умов конкуренції [9].

В основу структурної та територіальної організації роздрібно-торгівельної мережі має бути покладена максимальна адаптація до стереотипів і моделей поведінки споживачів, їх запитів і соціальна спрямованість щодо членів споживчих товариств і спілок.

Всебічне задоволення потреб сільського населення у товарах народного споживання та послугах при високій якості обслуговування і мінімальних витратах, збільшення вкладання у соціальний розвиток села та забезпечення на цій основі зростання добробуту кооперативних організацій і підприємств розглядається у науковому доробку С. Г. Бабенка [2, с. 100] як провідний напрям перебудови управлінської діяльності та подальшого розвитку кооперативної системи в ринкових умовах.

І. А. Маркіна [3-4] перебудову та розвиток системи споживчої кооперації пропонує здійснювати за допомогою таких заходів:

- втілення новинок науково-технічного прогресу, розвиток автоматизованих систем управління, засобів автоматизації та механізації праці;
- докорінні зміни взаємозв'язків основної ланки та центру, децентралізація функцій управління окремих підприємств, їх комерційна відокремленість від кооперативних спілок;
- істотне доповнення комплексу функцій управління: маркетинг як цільова організація управління, що включає в себе комплекс функцій з організації товарообігу, проведення рекламних кампаній, вивчення ринку та кон'юнктури попиту; інформаційне обслуговування процесу управління; соціологічне дослідження і т. п.;
- організаційна різноманітність форм управління відповідно з вимог регіонального ринку, особливостей виробництва товарів народного споживання та стану роздрібно-торгівельної мережі, інтеграція підприємств різних форм власності, створення ринкових форм управління;
- перетворення організаційних структур згідно з потребами ринку та створення адекватних ринкових підрозділів;
- перехід до самоуправління суб'єктів господарювання (самоуправління власника, трудового колективу та професійне управління), забезпечення їх взаємодії та розподіл функцій управління між ними;
- поліпшення міждержавних кооперативних зв'язків;
- реалізація нових методів управління, тобто переважний розвиток економічних методів, спрямованих на зростання матеріальної зацікавленості учасників процесу управління;
- розвиток людського фактору та творчої ініціативи, залучення пайовиків до управління, підвищення зацікавленості робітників у результатах своєї праці;
- розвиток ринкової структури завдяки переходу на горизонтальні управлінські зв'язки, єдність територіального та галузевого управління.

Підприємства, організації торгівлі системи споживчої кооперації здійснюють господарську діяльність через закупівлю, збереження, реалізацію товарів і послуг з метою задоволення потреб споживачів, тому необхідно забезпечити подальший розвиток кооперативної торгівлі, підвищити її конкурентоспроможність за рахунок удосконалення управління якістю торговельного обслуговування, що створить можливості для стабілізації та розширення масштабів її діяльності.

Організації і підприємства споживчої кооперації, які здійснюють роздрібну торгівлю, мають у своєму розпорядженні можливості для подальшого зростання обсягів реалізації товарів, збільшення рентабельності діяльності через удосконалення системи управління якістю торговельного обслуговування. Всебічне вивчення, аналіз і використання всіх резервів підвищення якості торговельного обслуговування в системі споживчої кооперації можливо, сформувавши й застосувавши комплексну систему показників діагностики, яка буде включати матеріально-технічні, соціально-психологічні та інформаційні напрями оцінки.

Для оцінки загального стану системи торговельного обслуговування споживачів необхідно розрахувати інтегральний показник за формулою (1):

$$Sto = \sqrt[3]{It \cdot Is \cdot If}, \quad (1)$$

де Sto – інтегральний показник оцінки системи торговельного обслуговування споживачів;

It – синтетичний показник стану матеріально-технічної підсистеми торговельного обслуговування;

Is – синтетичний показник стану соціально-психологічної підсистеми торговельного обслуговування;

If – синтетичний показник стану інформаційної підсистеми торговельного обслуговування.

Також для аналізу якості функціонування роздрібною торгівлю споживчої кооперації доцільно розраховувати середньозважений показник за всіма напрямками торговельного обслуговування споживачів (формула 2):

$$Stos = \frac{It \cdot Is \cdot If}{3}, \quad (2)$$

де $Stos$ – середньозважений показник оцінки системи торговельного обслуговування споживачів;

Запропоновані інтегрований і середньозважений показники оцінки необхідно розраховувати кожного звітного періоду (місяць, квартал, півроку, рік), аналізувати їх динаміку та формувати висновки, які відображають напрями перспективної діяльності з удосконалення управління якістю торговельного обслуговування в системі споживчої кооперації.

Отриману інформацію про управління якістю торговельного обслуговування в системі споживчої кооперації необхідно проаналізувати для визначення проблемної зони та формування цілей її розвитку на наступний період. Це можливо представити у вигляді такого математичного виразу:

$$Pz = |St - S_t^0|, \quad (3)$$

де Pz – проблемна зона;

S_t – дійсний стан на момент часу t ;

S_t^0 – бажаний стан на момент часу t .

Встановлення цілей розвитку системи торговельного обслуговування споживачів на наступний період відповідно до системного аналізу доцільно здійснювати за допомогою теорії нечітких множин. Відповідно до цієї теорії, для визначення цілей і завдань необхідне існування деякої безлічі альтернатив-цілей (формула 4):

$$A_z = \langle a_i \rangle, \quad (4)$$

де A_z – нечітка ціль;

a_i – множина цілей.

Нечітка ціль A_z ототожнюється з фіксованою нечіткою множиною цілей у множині a_i .

Досягнення цілей системи торговельного обслуговування споживачів сприятиме стратегічному розвитку роздрібно́ї торгівлі споживчої кооперації, підвищенню показників соціальної і економічної ефективності її функціонування.

Висновки. Суб'єктам управління споживчої кооперації доцільно порівнювати та виявляти взаємозалежності між інтегральним показником оцінки торговельного обслуговування споживачів і основними економічними показниками функціонування роздрібно́ї торгівлі (таблиця 1) з метою підтвердження провідної ролі системи торговельного обслуговування і необхідності її постійного вдосконалення.

Таблиця 1 – Економічні показники оцінки функціонування роздрібно́ї торгівлі системи споживчої кооперації

Показник	Алгоритм розрахунку показника	Умовні позначення	Значення
Результативність функціонування роздрібно́ї торгівлі споживчої кооперації	$P = \frac{PT_{\phi}}{PT_n} \cdot 100 \%$	P – результативність; PT_{ϕ} – фактичний обсяг реалізованих товарів у звітному періоді; PT_n – запланований обсяг реалізованих товарів у звітному періоді	$P \geq 1$
Ефективність функціонування роздрібно́ї торгівлі споживчої кооперації	$E = \frac{PT_{\phi}}{P_e} \cdot 100 \%$	E – ефективність; PT_{ϕ} – фактичний обсяг реалізованих товарів у звітному періоді; P_e – затрачений обсяг ресурсів при реалізації товарів у звітному періоді	$E \geq 1$
Ресурсне забезпечення функціонування роздрібно́ї торгівлі споживчої кооперації	$PZ = \frac{P_i}{P_n} \cdot 100 \%$	PZ – ресурсне забезпечення; P_i – обсяг існуючих ресурсів у звітному періоді; P_n – обсяг необхідних ресурсів у звітному періоді	$PZ \geq 1$

Управління якістю торговельного обслуговування спрямоване на формування раціональних управлінських рішень щодо питань розвитку конкретного об'єкта торгівлі, координації напрямів його діяльності й забезпечення високої ефективності її кінцевих результатів за рахунок високого динамізму, який враховує зміни факторів зовнішньої середовища, ресурсного потенціалу, форм організації праці й управління, фінансового стану й інших параметрів функціонування об'єкта торгівлі. Щоб оптимізувати управління, необхідно проаналізувати дані отриманих за результатами діагностики системи торговельного обслуговування в споживчій кооперації, це забезпечить багатоваріантність підходів до розробки конкретних управлінських рішень на основі встановлених критеріїв.

Постійне вдосконалення управління якістю торговельного обслуговування споживачів можливо забезпечити за рахунок комплексного та системного підходів до розробки системи організаційних заходів щодо формування стандартів торговельного

обслуговування в системі споживчої кооперації, що є перспективою подальших розвідок у даному напрямі дослідження.

Список літератури

1. Апопій В. В. Споживча кооперація України: проблеми сучасного розвитку / В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, Г. І. Башнянін, Л. К. Бесчасний, О. Д. Вовчак. – Кн. 1. – Львів : Коопосвіта, 1999. – 366 с.
2. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : [монографія] / С. Г. Бабенко. – К. : Наукова думка, 2003. – 332 с.
3. Маркіна І. А. Методологія сучасного управління : [монографія] / І. А. Маркіна. – К. : Вища школа, 2001. – 311 с.
4. Маркіна І. А. Управління споживчою кооперацією як соціально-економічною системою: теорія та практика : [монографія] / І. А. Маркіна. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 255 с.
5. Матеріали XIX з'їзду споживчої кооперації України. – К. : Ред. газети „Вісті Центральної спілки споживчих товариств України”, 2004. – 192 с.
6. Основи кооперації : [навч. посіб.] / С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей, Я. А. Гончарук, Р. Я. Пастушенко. – К. : Знання, 2004. – 470 с.
7. Основы управления кооперативным хозяйством : [учеб. для коопер. техн.] / А. С. Панкратов, В. И. Блистер, М. К. Ивлиев, В. Т. Жигалов. – М. : Экономика, 1985. – 256 с.
8. Про споживчу кооперацію : Закон України від 10.04.1992 р. № 2265-ХІІ. – К. : Укоопреклама, 1992. – 15 с.
9. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004–2015 рр.) / кер. авт. кол. С. Г. Бабенко. – К. : Укоопспілка, 2004. – 62 с.
10. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации / М. И. Туган-Барановський ; ред. кол. Л. А. Булочникова и др. – М. : Экономика, 1989. – 496 с.

В. Панченко

Управление организациями и предприятиями торговли системы потребительской кооперации на принципах совершенствования торгового обслуживания

Усовершенствование торгового обслуживания в системе потребительской кооперации возможно обеспечить за счет внедрения комплексной системы диагностики по таким направлениям оценки – материально-техническим, социальнопсихологическим и информационным. Для оценки общего состояния системы торгового обслуживания потребителей, для анализа качества функционирования розничной торговли потребительской кооперации необходимо рассчитать интегральный и средневзвешенный показатели за всеми направлениями торгового обслуживания потребителей

V. Panchenko

Management organizations and enterprises of consumer cooperatives trade based on improvement of commercial services

Improvement of commercial services in the system of consumer cooperatives may provide through the introduction of a comprehensive system diagnostics in the following areas of assessment - logistical, social and psychological and information. To assess the general state of trade service users, to analyze the quality of retailers of consumer cooperation is necessary to calculate integral and average figures for all areas of commercial services customers.

Одержано 05.10.11