

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

УДК 334.5 : 339.137.2

**Целикова
Лариса Владимировна**

**Социально – экономические аспекты оценки
конкурентоспособности субъектов рынка .
(на примере потребительской кооперации)**

специальность: 08.00.05

Экономика и управление народным хозяйством

АВТОРЕФЕРАТ

**диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук**

Минск – 1999

тлена в Гомельском кооперативном институте

- Научный руководитель: кандидат экономических наук,
старший научный сотрудник
Савинский А.И.
- Официальные оппоненты: доктор экономических наук,
профессор
Акулич И.Л.
- кандидат экономических наук,
доцент
Петрович М.В.
- Оппонирующая организация: Научно-исследовательский
экономический институт
Министерства экономики

Защита состоится 9 апреля 1999 года в 14 час. 00 мин. на заседании совета по защите диссертаций Д 02.07.02. при Белорусском государственном экономическом университете по адресу: 220070, г. Минск, Партизанский проспект, 26. Зал заседаний совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского государственного экономического университета.

Автореферат разослан 5 марта 1999 года.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации. Проблема повышения конкурентоспособности субъектов рынка занимает одно из ведущих мест в повседневной практике управления. Она представляется результатом и отправным моментом их последующей деятельности.

Формирование подходов к исследованию и оценке конкурентоспособности субъектов рынка определяется современным уровнем развития экономической теории и практики хозяйствования. Между тем многие из них не позволяют комплексно подойти к оценке влияния отдельных социально-экономических факторов, обуславливающих конкурентоспособность субъектов рынка, соответственно оценить достоинства и недостатки принятой стратегии и целенаправленно внести в нее необходимые корректировки. Опыт управления организациями и предприятиями потребительской кооперации также свидетельствует о наличии вопросов, не позволяющих создать целостное представление о данном явлении, всесторонне количественно и качественно оценить факторы, обуславливающие уровень их конкурентоспособности. Эти положения предопределяют актуальность исследования вопросов конкурентоспособности всех отраслей народного хозяйства, в том числе и весьма своеобразной его сферы - системы потребительской кооперации, как общественно-массовой и многоотраслевой хозяйственной организации.

Потребительская кооперация является той особой структурой рынка, функционирование которой всесторонне связано со всеми его сферами: производством, распределением, обменом и потреблением и направлено непосредственно на удовлетворение потребностей обслуживаемого контингента. На всех этапах своего развития основным признаком потребкооперации являлась не только экономическая, но и социальная функция, особенности которой предопределены спецификой возникновения и развития, международным характером принципов ее деятельности и той ролью, которую она призвана играть в обеспечении сельского населения товарами и услугами.

В переходных условиях хозяйствования потребительская кооперация, как часть жизнеобеспечивающей инфраструктуры села и многоотраслевая система, имела лучшее положение, чем другие отрасли экономики. Однако в условиях нестабильности и сильных конъюнктурных колебаний не смогла до конца удержать ранее занимаемые позиции на рынке. По сравнению с 1991 годом отмечается относительное сокращение физических объемов деятельности, рост издержек, убыточная работа многих предприятий и организаций, а в целом - снижение конкурентоспособности. Но между тем, благодаря многоотраслевому и диверсифицированному характеру деятельности, потребительская кооперация сохранила свою целостность и по-прежнему играет важную роль в жизнеобеспечении жителей села.

Все изложенное определило выбор темы, общие подходы и направления, конкретные методы научного исследования.

Специальных монографий, посвященных непосредственно вопросам конкуренции и конкурентоспособности субъектов рынка в качестве законченного целостного учения, почти нет.

Отдельные проблемы, связанные с исследованием и оценкой конкурентоспособности, излагаются в многочисленных работах, статьях отечественных и зарубеж-

Для формирования текста, таблиц использовались текстовый редактор WORD. Расчеты осуществлялись в текущих и сопоставимых ценах. Анализ конкурентоспособности производился по разработанной методике с использованием специально разработанной программы.

Научная новизна и значимость полученных результатов. Научная новизна работы состоит в системном и комплексном подходе к исследованию социально-экономической сущности конкуренции и конкурентоспособности субъектов рынка вообще и потребительской кооперации в частности на современном этапе ее развития, в разработке новой методики оценки конкурентоспособности с учетом влияния широкого спектра факторов внешней и внутренней среды с выходом на конкретную экономическую модель, а также выработке стратегии и тактики повышения конкурентоспособности потребительской кооперации.

К наиболее значимым результатам, имеющим научную новизну, относятся следующие положения:

- систематизирован и обобщен исторический опыт развития конкуренции на основании зарубежной и отечественной теории и практики; раскрыт её социально-экономический характер и на этой основе уточнено и получило научное определение такое понятие, как «конкуренция», рассмотрена её взаимосвязь с конкурентоспособностью. В предлагаемой трактовке, в отличие от имеющихся, подчеркивается, что конкуренция - это всеобщая и постоянно действующая форма проявления закона необходимости удовлетворения потребностей и его общественная движущая сила в рамках установленных обществом норм.
- проанализирован и обобщен отечественный и зарубежный опыт оценки конкурентоспособности субъектов рынка и на этой основе уточнена и расширена её сущностная характеристика, которая, от ранее принятой, более полно и точно отражает смысл данного явления и предмет исследования на современном этапе развития и позволяет на новой научной основе подойти к его количественной оценке. Суть дополнения заключается в том, что конкурентоспособность раскрывается как комплексная социально-экономическая характеристика субъекта исследования за определенный промежуток времени в условиях конкретного рынка, отражающая уровень ее превосходства по отношению к реальным конкурентам по двум составляющим: рыночной и ресурсной;
- систематизированы факторы, в значительной степени определяющие величину показателей оценки конкурентоспособности субъектов рынка, разработана методика расчета их влияния на конкурентоспособность. В отличие от известных аналогов, она характеризуется простотой использования и позволяет качественно определить динамические изменения в ее конечном результате. Используемая методика апробирована на фактическом материале субъектов хозяйствования, функционирующих на потребительском рынке республики;
- сформирована по разработанной методике конкурентная карта распределения потребительского рынка Республики Беларусь, позволяющая впервые оценить уровень конкурентоспособности его субъектов в статике и установить тенденции изучаемого явления в динамике на основании данных рыночных долей и темпа их изменения;
- разработано и обосновано положение о социально-экономических особенностях потребительской кооперации, ее организаций и предприятий, определяющих соответствующий методический подход и модель оценки ее конкурентоспособности. Его ме-

тодическая основа - оценка системного характера взаимосвязи между основными отраслями потребительской кооперации с использованием матричного метода и данных социологического опроса. В отличие от ранее известных аналогов, оно позволяет комплексно подойти к обозначенной в исследовании проблеме;

- сформирована модель оценки и сравнительного анализа конкурентоспособности потребительской кооперации. Её особенность заключается в комплексном исследовании и оценке данного явления по двум выделенным составляющим (ресурсной и рыночной) и обеспечении более эффективного способа получения результатов в отличие от ранее принятых, поскольку она строится на основе учета всего многообразия факторов внешней и внутренней среды, ориентированных на оптимальные показатели, выражающих силу их воздействия на конечные результаты деятельности.;
- разработана и предложена система показателей конкурентоспособности потребительской кооперации. Её отличительные черты - гибкость, четкая структуризация и определяющее большинство важнейших показателей по основным направлениям деятельности. В отличие от известных аналогов, она позволяет дать полную, всестороннюю и объективную оценку конкурентоспособности не за счет усложнения расчетов, а в результате их оптимального подбора в соответствии с целями оценки и требованиями различных групп пользователей результатами оценки;
- разработана методика расчета обобщающего показателя конкурентоспособности, позволяющая впервые количественно оценить данное явление на основе нормативных значений выбранных показателей, сложившихся в практике хозяйствования, как по основным направлениям деятельности в отдельности, так и в совокупности, в зависимости от поставленных целей и решаемых задач. Преимущества разработанной методики по сравнению с имеющимися аналогами: простота (включает показатели, имеющие достаточно устойчивые методы исчисления, доступна и не сложна в исчислении обобщающего показателя), комплексность (полностью соответствует поставленной задаче на современном этапе развития), гибкость (можно изменять количество групповых и единичных показателей оценки, а также нормативные значения для сравнения), универсальность (легко адаптируема для использования субъектами рынка различных форм хозяйствования и возможностям ЭВМ). Результат такой оценки способствует принятию более эффективных управленческих решений;
- адаптирована методика оценки конкурентоспособности потребительской кооперации для субъектов рынка других форм хозяйствования;
- разработаны методические рекомендации по обоснованию и выбору стратегии и тактики повышения конкурентоспособности потребкооперации на основе матричного метода и результатов социологического исследования, что является принципиально новым для системы. Они включают комплексную разработку целей, задач потребительской кооперации, анализ рациональности текущей и вариантов прогнозной стратегии, обоснование механизма выбора и основные характеристики стратегии и тактики повышения конкурентоспособности потребительской кооперации. В отличие от имеющихся аналогов, они способствуют более результативно реализации поставленной цели.

Все эти элементы исследования логически взаимосвязаны и дополняют друг друга.

Практическая (экономическая и социальная) значимость полученных результатов состоит в том, что использование предложенных в работе методических

подходов к оценке и анализу уровня конкурентоспособности потребительской кооперации в практической работе на всех уровнях управления будет способствовать активной оценке ее деятельности на рынке, выработке стратегии и на этой сущностной основе росту ее конкурентоспособности.

Основные теоретические выводы и положения диссертационного исследования могут быть использованы в преподавании отдельных тем курсов «Микроэкономика», «Экономика потребительской кооперации», «Маркетинг», «Менеджмент», «Управление внешнеэкономической деятельностью», «Конкурентные стратегии на мировых рынках», «Предпринимательство, биржевое дело и рынок ценных бумаг». В настоящее время в учебный процесс Гомельского кооперативного института внедрены лекции «Теоретические проблемы конкурентоспособности потребительской кооперации», «Специфика и особенности функционирования потребительской кооперации в условиях рынка», в которых нашли отражение результаты исследования.

Результаты проведенного исследования могут рассматриваться в качестве интеллектуального коммерческого продукта и применяться в практической деятельности субъектов рыночных структур различных форм хозяйствования при оценке своей конкурентоспособности в данных условиях, разработке путей повышения конкурентоспособности, выработке управленческих решений.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Разработку нового подхода к определению сущности и содержания конкуренции, рассматривая ее, в отличие от существующих аналогов, как основную форму проявления закона необходимости удовлетворения потребностей и взаимодействия субъектов рынка в сферах производства, распределения, обмена и потребления.

2. Методический подход исследования и понимания конкурентоспособности, как комплексной социально-экономической характеристики субъекта хозяйствования, количественно и качественно характеризующей результативность его деятельности на рынке по двум составляющим: ресурсной и рыночной. В отличие от существующих аналогов, предлагаемая сущностная характеристика более адекватно отражает смысл данного явления на современном этапе развития и позволяет на новой теоретической основе подойти к его количественной оценке.

3. Методику оценки конкурентоспособности субъектов рынка по рыночной доле, занимаемой в рамках определенного рынка, и формирование на этой основе конкурентной карты потребительского рынка Республики Беларусь, позволяющей впервые оценить уровень конкурентоспособности субъектов хозяйствования в статике и установить тенденции изучаемого явления в динамике с целью правильно осуществлять текущую стратегию функционирования.

4. Методику разработки и обоснования положения о социально-экономических особенностях потребительской кооперации, ее организаций и предприятий, определяющих соответствующий методический подход и модель оценки ее конкурентоспособности. В отличие от ранее известных аналогов, на основании оценки системного характера взаимосвязи между отраслями потребительской кооперации с использованием матричного метода и данных социологического опроса оно позволяет комплексно подойти к обозначенной в исследовании проблеме.

5. Экономико-математическую модель комплексной оценки и сравнительного анализа конкурентоспособности потребительской кооперации, позволяющую системно рассмотреть и оценить данное явление и обеспечить более эффективный способ

получения результатов. Её преимущества по сравнению с имеющимися аналогами: простота (включает показатели, имеющие достаточно устойчивые методы исчисления, доступна и не сложна в исчислении обобщающего показателя), комплексность (достигается не за счет усложнения расчетов, а в результате максимального учета факторов внутренней и внешней среды и оптимального подбора определяющего большинства важнейших показателей по основным направлениям деятельности), гибкость, мобильность (можно изменять количество групповых и единичных показателей оценки, а также нормативные значения для сравнения), четкая структуризация исследования по выделенным составляющим, универсальность (легко адаптируема для использования субъектами рынка различных форм хозяйствования и возможностям ЭВМ).

6. Разработку методических рекомендаций по обоснованию и выбору стратегии и тактики повышения конкурентоспособности потребительской кооперации на рынке республики и ее конкретизации по основным направлениям функционирования с использованием матричного метода оценки и данных социологического опроса. Методические рекомендации включают комплексную разработку целей, задач потребительской кооперации, анализ рациональности текущей и вариантов прогнозной стратегии, обоснование механизма выбора и основные характеристики стратегии и тактики повышения конкурентоспособности потребительской кооперации, что является принципиально новым для системы.

Личный вклад соискателя. Представленная работа, как целостное исследование, является оригинальным научным трудом, выполненным соискателем в рамках выбранной темы самостоятельно с учетом исследования и обобщения различных теоретических материалов и практики деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь в современных условиях.

Апробация результатов диссертации. Основные результаты исследования были доложены на 5 международных и республиканских научно-практических конференциях: Международной научно-практической конференции «Проблемы повышения эффективности и конкурентоспособности потребительской кооперации и ее кадрового потенциала в условиях рынка» (Гомель, ГКИ, 1995г.); Международной конференции «Проблемы и перспективы экономического развития потребительской кооперации» (Кишинев, ККУМ, март 1997г.); научно-практической конференции «Потребительская кооперация России в системе рыночных отношений: проблемы и перспективы» (Белгород, БУПК, апрель 1997г.); межвузовской конференции аспирантов и студентов ГИИ и ГКИ (Гомель, ГКИ, май 1997 г.), научно-практической конференции «Проблемы маркетинга и менеджмента в условиях трансформации экономики» (Минск, БГЭУ, май 1998 г.).

Тезисы докладов и выступлений опубликованы в соответствующих изданиях. Кроме того, отдельные тезисы работы излагались на методических семинарах и заседаниях кафедры «Маркетинг» Гомельского кооперативного института.

Опубликованность результатов. По теме диссертации опубликовано (самостоятельно и в соавторстве) 17 работ общим объемом 216 страниц, в том числе 3 статьи в газетах, 4 - в журналах, 4 тезисов докладов и выступлений на конференциях, 2 лекции, 3 статьи задепонированы в БелИСА и аннотированы.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, выводов, списка использованных источников и при-

ложений. Работа содержит 232 страницы, в том числе 26 таблиц на 40 страницах, 18 рисунков и схем на 18 страницах, 16 формул, а также 56 приложений на 82 страницах, титульный лист и содержание на 2 страницах. Список использованных источников включает 172 наименования на 9 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность выбранной темы диссертационной работы, определены цель, объект и предмет исследования, структура работы, отмечены её основные результаты.

Первая глава диссертации «Конкуренция и конкурентоспособность: теоретические аспекты» посвящена исследованию социально-экономической сущности, механизма и форм проявления конкуренции, их влияния на конкурентоспособность. Кроме того, в ней рассмотрены методические подходы к исследованию и оценке конкурентоспособности субъектов рынка; сформирована её сущностная характеристика в условиях становления рыночных отношений, доказана необходимость и возможность повышения конкурентоспособности субъектов на основе выработки стратегии ее функционирования; систематизированы и обоснованы факторы, в значительной степени определяющие конкурентоспособность субъектов рынка.

Понятие конкуренции сложно и многоаспектно. В экономической литературе отсутствуют специальные работы, представляющие собой законченное целостное учение по данной проблеме. Она раскрывается фрагментарно и эпизодически в зависимости от решаемых и рассматриваемых отдельных вопросов. В зависимости от этого выдвигаются различные определения и виды классификаций конкуренции.

Для научного понимания категории «конкуренция» бралось в расчет, что эта всеобщая и постоянная форма проявления закона необходимости удовлетворения потребностей. Она является его движущей силой в пределах установленных общественных норм и проявляется посредством разнообразных отношений в сферах производства, распределения, обмена и потребления. Данное экономическое явление содержит в себе самой противоречие, которое в результате проявления воспроизводит явление, отрицающее саму конкуренцию - монополию. Причем, в деятельности субъектов рынка это не противоположные моменты развития. Это уникальное экономическое сочетание, в большей мере представляет собой два взаимосвязанных процесса, которые по нашему мнению, должны рассматриваться в диалектическом единстве, как единство противоположных моментов развития. В результате процесс достижения двух главных целей превращается из преимущественно поиска компромисса в обладающий внутренним единством процесс достижения конкурентных преимуществ (силы, гибкости, новаторства, приспособленности к особым рыночным сегментам). И что самое важное, это общность и взаимосвязь различных интересов, являющихся по сути механизмом конкуренции.

На наш взгляд, сущность понятия «конкуренция» очень тесно связана с сущностью понятия «конкурентоспособность». Конкуренция-основа конкурентоспособности хозяйствующих единиц. В целом они - основа и форма взаимодействия субъектов рынка, оказывающие решающие воздействия на производство и потребление. Эта

взаимосвязь позволяет рассматривать конкурентоспособность исследуемого субъекта, как с социальной позиции (рыночная составляющая), так и экономической (ресурсная составляющая) - с позиции итогов хозяйственной деятельности.

В связи с этим под конкурентоспособностью субъекта рынка следует понимать комплексную его социально-экономическую характеристику по рыночной и ресурсной составляющим. Координация всех её составляющих должна стать экономической основой выработки стратегии поведения на рынке в дальнейшем.

Сложность данного явления обуславливает тот факт, что оно должно изучаться системно и оцениваться системой показателей. Однако оценка конкурентоспособности по доле рынка нами не отвергается как априорно ошибочная. Наоборот. Предлагаемая методика оценки конкурентоспособности по рыночной доле на новой теоретической основе позволяет объективно оценить уровень конкурентоспособности исследуемых субъектов рынка в статике и установить тенденции изучаемого явления в динамике, но её широкое применение сдерживается целями оценки.

Между тем конкурентоспособность субъекта рынка - это не имманентное качество. Она зависит от множества условий и ограничений, взаимосвязь которых мы определили в виде ромба факторов конкурентоспособности. Факторы условно можно подразделить на две группы: контролируемые и неконтролируемые. Неконтролируемые (внешние факторы) в свою очередь могут быть факторами макроокружения, решающими из которых являются политика государства в области конкуренции и по отношению к конкретному субъекту рынка, общее состояние экономики, кредитно-денежная и налоговая политика, численность обслуживаемого населения; и непосредственного окружения, решающими из которых являются покупатели, так как от объема предъявленного ими спроса на прямую зависит конкурентоспособность субъектов на потребительском рынке, поставщики, конкуренты, кредиторы, инвесторы. Практическая значимость и уровень влияния факторов внутренней среды во многом определяются социально-экономическими особенностями и типом исследуемого субъекта

Теория исследования позволила во второй главе «**Конкурентоспособность потребительской кооперации**» предметно и целенаправленно решить три основные задачи, то есть рассмотреть и оценить особенности потребительской кооперации сквозь призму факторов, влияющих на её конкурентоспособность, и обосновать положение о специфике механизма оценки её конкурентоспособности; разработать критерий и систему показателей оценки; предложить модель оценки конкурентоспособности потребительской кооперации и методику её реализации.

Потребительская кооперация - это прежде всего важнейшая торговая структура на сельском рынке республики. Её социально-экономическая функция, многоотраслевая и многофункциональная направленность в большей мере реализуется через торговлю. Она обобщающая интегрированная отрасль системы, по которой оценивают конкурентоспособность потребительской кооперации в целом на рынке, ибо в её деятельности отражаются итоговые результаты всех отраслей и видов деятельности.

Основными особенностями потребительской кооперации, способствующими повышению её конкурентоспособности являются материально-техническая база, организационная целостность, системный характер деятельности, диверсифицированная структура, кадровый потенциал; и наоборот - понижению конкурентоспособности: финансы, маркетинг, менеджмент, социальное партнерство, рентабельность деятельности - из-за слабой их реализации. Особо следует выделить фактор, значительно спо-

способствующий снижению конкурентоспособности системы, и его нейтрализация представляет значительную проблему на современном этапе развития. Это убыточность многих торговых предприятий, реализующих преимущественно социально-значимые товары и имеющих дисперсный характер расположения, что не позволяет сделать их рентабельными. Учет количественного влияния данной группы торговых предприятий на величину оценки конкурентоспособности системы весьма затруднен.

На наш взгляд, оказывающим решающее воздействие на конкурентоспособность потребительской кооперации должна стать способность ее организационно-управленческих кадров целенаправленно использовать весь экономический потенциал на решение задач улучшения качества торговли. От этого зависит уровень сбалансированности и результативности использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов с целью удовлетворения спроса населения, а в конечном итоге - конкурентоспособность кооперативного хозяйства в целом. В связи с этим в дальнейшем акцентируется внимание на разработке результативной стратегии повышения конкурентоспособности потребительской кооперации на современном этапе.

Для оценки уровня конкурентоспособности потребкооперации, как субъекта рынка сферы обращения, в диссертации предложена система показателей, отражающая, как социальный, так и экономический аспекты ее деятельности в силу функционального назначения, сформулированы общие требования к системе показателей, разработана их классификация и номенклатура.

В отличие от государственного сектора экономики, хозяйственные отношения внутри системы потребкооперации всегда строились на базе самофинансирования собственного расширенного воспроизводства посредством проведения единой внутренней финансовой политики. Поэтому в современных условиях становится все более ясно, что кроме рентабельности стратегического потенциала, финансовые основы экономических преобразований и коммерческая активность должны стать важными составляющими конкурентоспособности потребительской кооперации, рассматриваемыми ее сквозь комплекс экономических характеристик (ресурсная составляющая).

Социальный аспект оценки, описываемый рыночной составляющей, вытекает из социальной функции потребкооперации, связанной с удовлетворением потребностей сельского жителя. Кроме того, она отчисляет в бюджет и внебюджетные фонды налоги и платежи, сумма которых намного превышает остающуюся у нее прибыль, что свидетельствует о значительном вкладе системы в решение социальных задач общества. Поэтому данный аспект оценки конкурентоспособности потребительской кооперации должен включать и моменты, проявляющиеся на общественном уровне.

В связи с этим, экономический аспект отражает ресурсную составляющую конкурентоспособности и его следует рассматривать по трем группам показателей, характеризующих финансовую стабильность, состояние внутреннего стратегического потенциала и рентабельность его использования, коммерческую активность. Социальный аспект отражает рыночную составляющую конкурентоспособности и ее представляется необходимым рассматривать посредством двух групп показателей, характеризующих удовлетворение спроса и качество торгового обслуживания, имидж на рынке. Причем, комплексное исследование конкурентоспособности на основе системы показателей достигается не за счет усложнения расчетов, а в результате их оптимального подбора.

Две выделенные составляющие конкурентоспособности диалектически взаимосвязаны и дополняют друг друга. Несмотря на различия в характере использования конечных результатов деятельности по выделенным направлениям, все же они представляют единство в общем: способны возмозности длительное время занимать желаемое место на потребительском рынке среди прочих его контрагентов различных форм собственности за счет конкурентных преимуществ.

Данная система показателей работает на всех уровнях организационного построения потребкооперации и включает показатели, которые рассчитывают все субъекты рынка. В зависимости от целей оценки количество показателей может меняться. Такой подход в дальнейшем обеспечит возможность адаптации предложенной системы показателей к оценке конкурентоспособности субъектов рынка различных форм хозяйствования и видов деятельности и отвечает требованиям пользователей результатами данной оценки.

Для того, чтобы в целом оценить итоговый уровень конкурентоспособности потребительской кооперации необходимо иметь обобщающий показатель и специальную методику его расчета.

Набор единичных показателей конкурентоспособности у нас сложился в количестве 32 единичных показателей. На основании анализа экономической литературы нами разработана и составлена таблица классификации данных показателей по тенденциям развития и классам конкурентоспособности с учетом их общеустановленных стандартизированных нормативных значений, по которой планируется проводить сравнение факгических данных.

Алгоритм расчета обобщающего показателя представим в виде следующей математической формулы:

$$R_{ij} = \sqrt{A_1^2 + A_2^2 + \dots + A_n^2}$$

где R_{ij} - уровень конкурентоспособности потребительской кооперации;
 A_1, A_2, A_{nj} - единичные показатели оценки потребительской кооперации.

Иерархию отраслей с учетом их весомости в конкурентоспособности системы, как нам представляется, необходимо определить с помощью коэффициентов иерархии отраслей по результатам хозяйственной деятельности и ресурсам.

Проводимая таким образом оценка имеет ряд преимуществ, поскольку в зависимости от целей оценки может меняться количество сводных показателей, которые базируются на данных бухгалтерской и статистической отчетности. В результате эмпирической базой расчета модели служат не субъективные предположения экспертов, а сложившиеся в реальной рыночной практике хозяйствования наиболее высокие показатели, принятые в качестве нормативных стандартизированных значений, что делает количественно измеримым такое многомерное и сложное явление, как конкурентоспособность, с использованием ЭВМ.

В третьей главе «Пути повышения конкурентоспособности потребительской кооперации» на основании эмпирического материала за 1991-1997 гг. и принятых методических подходов произведен расчета уровня конкурентоспособности потребительской кооперации и анализ причин её снижения, разработана стратегия и тактика по повышению конкурентоспособности системы и их научное обоснование.

Уровень конкурентоспособности, рассчитанный по рыночной доле, и уровень конкурентоспособности, рассчитанный по предложенной системе показателей, свидетельствуют о ее снижении за последние годы (1991-1997) как по ресурсной, так и по рыночной составляющей. Так он составлял в 1991 году 0,76, в 1994 году - 0,50, в 1996 году - 0,41, в 1997 году - 0,41 в сравнении с «эталонным портфелем» показателей, по рыночной доле: 1,0; 0,660; 0,542; 0,536 соответственно, в сравнении с собственной конкурентоспособностью прошлых лет отмечается такая же тенденция, что подтверждает достоверность и действенность авторской методики.

Коэффициенты иерархий свидетельствуют, что каждая отрасль вносит разный вклад в конкурентоспособность системы в целом. Так доказано, что наибольший удельный вес в решении обозначенной проблемы принадлежит кооперативной промышленности. Далее идет заготовительная отрасль, торговля, а затем общественное питание.

Снижению итоговой конкурентоспособности способствовали многие причины, как по ресурсной, так и рыночной составляющим, поскольку они представляют собой две взаимно обуславливающие и взаимозависимые, взаимно дополняемые структурные части конкурентоспособности в целом. В обобщенном виде назовем некоторые из них. Это падение физического объема розничного товарооборота, рост издержек обращения по в сравнении с ростом доходов, снижение рентабельности, несбалансированность и нерациональность использования ресурсов, рост издержкостоемости, отклонение индекса спроса и индекса структуры удовлетворения спроса от оптимальной величины, высокие розничные цены в результате высоких отпускных цен промышленности на товары и ставок налогов, значительное сужение ассортимента товаров в магазинах, а как следствие этого - сокращение доли рынка. Вместе с тем, снижение ресурсной составляющей по сравнению с рыночной происходит опережающими темпами, что свидетельствует в пользу приоритетности для потребительской кооперации ее социального аспекта деятельности.

Достигнуть цели повышения конкурентоспособности системы потребительской кооперации можно различными способами. Исходя из анализа, следует, что существуют два альтернативных пути достижения поставленной цели: повышение рыночной составляющей за счет одного из показателей (например, конкурентоспособности товаров) при неизменной ресурсной составляющей; повышение рыночной и ресурсной составляющей одновременно. Второй вариант более приемлем, так как наблюдается значительное отставание по обоим составляющим.

Методические рекомендации по обоснованию и выбору стратегии и тактики повышения конкурентоспособности потребительской кооперации на рынке республики и ее конкретизации по основным направлениям функционирования с использование матричного метода оценки и данных социологического опроса включают комплексную разработку целей, задач потребительской кооперации, анализ рациональности текущей и вариантов прогнозной стратегии, обоснование механизма выбора и основные характеристики стратегии и тактики повышения конкурентоспособности потребительской кооперации, что является принципиально новым для системы.

В связи с этим общее стратегическое направление работы потребительской кооперации, ввиду улучшения одновременно двух составляющих конкурентоспособности, вырабатывалось с учетом полученных результатов, внутренних привлекательных условий и внешнего благоприятного воздействия, а также целей оценки через

выявление желаемых связей между отраслями.

В современных условиях хозяйствования основной глобальной стратегической мерой в повышении конкурентоспособности потребительской кооперации должно стать развитие и укрепление оптовой торговли, поскольку развивать одновременно все отрасли деятельности нереально ввиду отсутствия ресурсов, сокращения объемов деятельности и убыточности многих организаций и предприятий системы.

Действительно, оптовая торговля имеет достаточно мощный внутренний экономический потенциал для повышения своей конкурентоспособности и системы в целом, однако используемый не в полной мере.

В настоящее время оптовая торговля имеет и внешнее благоприятное воздействие, поскольку её развитие согласуется с Программой развития внутренней торговли Республики Беларусь, где одним из приоритетных направлений выделено направление укрепления и развития оптовой торговли.

Реальность предлагаемой стратегии уже подтверждается не только прошлым опытом, но и уже имеющимися примерами, как субъектов рынка иных форм хозяйствования, так и самой потребительской кооперации.

Обоснованность предлагаемой стратегии подтверждается и расчетными данными оценки уровня конкурентоспособности шести облпотребсоюзов за 1997 год. Как показали полученные результаты, наивысшую конкурентоспособность имеет Могилевский облпотребсоюз - 2.71, затем Брестский - 2.34, после чего идет Гомельский - 2.06, Гродненский - 1.44, Витебский - 1.24 и Минский - 1.23. Это объясняется тем, что все товары сети Могилевского облпотребсоюза закупаются и поставляются в магазины области только через оптовые базы, что подтверждает правильность предлагаемого направления.

Кроме того, в Гомельском облпотребсоюзе в оптовом звене широкое распространение получили нетрадиционные виды деятельности (уровень рентабельности - 9.9% при среднем его уровне 10%), что также следует рассматривать, как одно из главных направлений повышения конкурентоспособности оптового звена и системы в целом и обозначить, как диверсификация деятельности.

Повышение конкурентоспособности потребительской кооперации невозможно без повышения внутренней конкурентоспособности оптового звена. В результате теории и практика стратегического прогнозирования выделяют следующие виды стратегий: стратегия стабилизирующего роста, стратегия исследования рынка (освоения новых сегментов), стратегия развития и стратегия сокращения. В процессе анализа альтернативных стратегий мы выделили преимущество стратегии развития. В связи с этим, адекватные маркетинговые мероприятия в отношении целевого рынка, товарного ассортимента и комплекса услуг, цен и стимулирования продаж должны предусматривать концентрацию усилий на меньшем числе рынков и товаров с целью эффективного использования ограниченного количества ресурсов, то есть сельский оптовый рынок мало перспективен, география поставок должна затрагивать сопредельные районы и городские местности в узком ассортименте по ограниченному количеству товарных групп, в основном продовольственных товаров, по ценам не выше, чем у конкурентов, с предоставлением торговых скидок покупателям.

Важно также развивать в комплексе и другие выделенные в работе значимые для потребкооперации направления по повышению её конкурентоспособности.

ВЫВОДЫ

Усложнение экономических связей и систем, динамизм развития хозяйственной деятельности стали характерными тенденциями современного рынка, особенно в последние десятилетия. Сложные проблемы встали и перед белорусской экономикой в связи с реформированием отношений и интеграции ее в мировое хозяйство. Одна из важнейших проблем - конкурентоспособность. Она предполагает формирование принципиально новых подходов к исследованию и ее оценке. Несмотря на большое число исследований по обозначенной проблеме, лишь отдельные из них затрагивают конкурентоспособность сферы услуг. Таких разработок почти нет по потребительской кооперации. Изучение зарубежной и отечественной литературы привело к выводу, что хотя многие исследователи рассматривают те или иные подходы к исследованию и оценке конкурентоспособности субъектов рынка, но до сих пор нереализованными остаются три взаимосвязанных вопроса, требующие своего решения: формирование сущностной характеристики конкурентоспособности субъектов рынка, отвечающей требованиям современного этапа развития; создание эффективной модели комплексной оценки и сравнительного анализа конкурентоспособности субъектов хозяйствования в условиях рынка; разработка и обоснование конкретной научной стратегии повышения конкурентоспособности субъектов рынка в условиях нарастающей конкуренции. С целью преодоления указанных проблем нами исследовалось и разрешалось ряд вопросов, определенных в структуре работы, по результатам исследования которых сделан и обоснован ряд выводов и рекомендаций. В обобщенном виде их сущность состоит в следующем:

1. Конкуренция представляет собой всеобщую и постоянно действующую форму проявления закона необходимости удовлетворения потребностей и является его общественной движущей силой в пределах установленных общественных норм, проявляясь посредством разнообразных отношений в сферах производства, распределения, обмена и потребления. В результате проявления она воспроизводит явление, отрицающее саму конкуренцию - монополию. Общность и взаимосвязь различных интересов в пределах двух выделенных «полюсов», которые следует рассматривать в диалектическом единстве, и представляет собой механизм конкуренции.

Конкуренция тесно связана с конкурентоспособностью. Результаты деятельности субъектов рынка проявляются в их конкурентоспособности. В целом они - основа и форма взаимодействия субъектов рынка, оказывающие решающие воздействия на производство и потребление. Одновременно уровень конкурентоспособности является отправным моментом для последующей деятельности субъектов рынка, то есть для новой фазы их социально-экономических отношений и взаимодействий [1,2,8,13].

2. Сложность исследования конкурентоспособности обуславливает тот факт, что оно должно изучаться системно и оцениваться системой показателей. Оценка конкурентоспособности по удельному весу нами не отвергается, как априорно ошибочная. Наоборот. Предлагаемая нами новая методика оценки конкурентоспособности по рыночной доле на новой теоретической основе позволяет научно объективно оценить уровень конкурентоспособности исследуемых субъектов рынка в статике и установить тенденции изучаемого явления в динамике, но ее широкое применение сдерживается целями оценки.

В целом все рассмотренные в работе концептуальные подходы рассматривают

конкурентоспособность в основном односторонне, причем чаще, как комплекс экономических характеристик, определяющих положение субъекта на рынке. А в качестве критерия выдвигается экономическая эффективность деятельности. Однако они практически не учитывают ее социальную направленность. А этот аспект вытекает из тех задач, которые призваны решать субъекты на потребительском рынке - удовлетворение потребностей обслуживаемого контингента, полнота учета их требований и запросов. В результате конкурентоспособность хозяйствующего субъекта предопределена двумя составляющими рыночной и ресурсной, характеризующими социальный и экономический аспекты его деятельности соответственно.

Между тем конкурентоспособность субъекта рынка - это не имманентное качество. В зависимости от особенностей деятельности того или иного субъекта рынка из выделенных нами четырех типов, для каждого из них характерным является набор определенных факторов, имеющих решающее значение при формировании его уровня конкурентоспособности [3,5,6,7,14, 15].

3. Разработанное и обоснованное положение о социально-экономических особенностях потребительской кооперации, ее организаций и предприятий, определяет соответствующий методический подход и модель оценки ее конкурентоспособности. Его методическая основа - оценка системного характера взаимосвязи между основными отраслями потребительской кооперации с использованием матричного метода и данных социологического опроса. В отличие от ранее известных аналогов, оно позволяет комплексно подойти к обозначенной в исследовании проблеме и установить, что потребительская кооперация - это прежде всего важнейшая торговая структура на сельском рынке республики. Ее социально-экономическая функция, многоотраслевая и многофункциональная направленность в большей мере реализуется через торговлю. Она обобщающая интегрированная отрасль системы, по которой оценивают конкурентоспособность потребительской кооперации в целом на рынке, ибо в ее деятельности отражаются итоговые результаты всех отраслей и видов деятельности [3,5,6,7,14].

4. Для оценки уровня конкурентоспособности потребкооперации, как субъекта рынка сферы обращения, в диссертации предложена система показателей, отражающая, как социальный, так и экономический аспекты ее деятельности в силу функционального назначения, сформулированы общие требования к системе показателей, разработана их классификация и номенклатура. В отличие от известных аналогов, комплексное исследование конкурентоспособности на основе системы показателей достигается не за счет усложнения расчетов, а в результате их оптимального подбора соответствии с целями оценки и требованиями различных групп пользователей результатами оценки.

Предлагаемая по итогам исследования модель оценки конкурентоспособности потребительской кооперации строится на основе учета всего многообразия факторов внешней и внутренней среды, ориентированных на оптимальные показатели, выражающих силу их воздействия на конечные результаты деятельности, позволяет считать обобщенный показатель, раскрывает тенденции структурного влияния факторов на него. Кроме того, она дает возможность целенаправленно и предметно через количественные показатели рассмотреть сильные и слабые стороны в деятельности исследуемого субъекта и обосновать стратегию и тактику по повышению его конкурентоспособности.

Методика расчета обобщающего показателя конкурентоспособности позволяет

впервые количественно измерить такое сложное и многомерное экономическое явление на основе нормативных значений выбранных показателей, сложившихся в практике хозяйствования, как по основным направлениям деятельности в отдельности, так и в совокупности, в зависимости от поставленных целей и решаемых задач. Результат такой оценки способствует принятию более эффективных управленческих решений. [3,4,5,6,7,9,10,11,12,14,15,16,17].

5. Результаты оценки и анализа уровня конкурентоспособности потребительской кооперации свидетельствуют о ее снижении за последние годы (1991-1997), как по ресурсной, так и по рыночной составляющей. Причем снижение по ресурсной составляющей происходило более быстрыми темпами, чем по рыночной. Анализ причин снижения показал два альтернативных пути достижения поставленной цели: повышение рыночной составляющей за счет одного из показателей, например, конкурентоспособности товаров, при неизменной ресурсной составляющей; повышение ресурсной и рыночной составляющих одновременно. Второй вариант более приемлем, так как наблюдается по результатам расчетов значительное отставание по обоим составляющим конкурентоспособности. Этот важный вывод, полученный в результате проведенного исследования, позволил по-новому рассмотреть весь процесс формирования конкурентоспособности потребительской кооперации и разработки путей ее повышения, чего нельзя осуществить по удельному весу или рыночной доле в розничном товарообороте [10,11,12].

6. В современных условиях хозяйствования стратегией повышения конкурентоспособности потребительской кооперации должно стать укрепление и совершенствование работы оптового звена с учетом рыночных форм и методов хозяйствования. Кроме того, необходимо использовать в комплексе и широкий спектр иных мер, вытекающих из анализа вопроса. Это широкая диверсификация деятельности на основе развития нетрадиционных производств и услуг; устойчивое снабжение обслуживаемого населения социально-значимыми товарами; повышение в структуре розничного товарооборота доли непродовольственных товаров; повышение коммерческой активности с точки зрения приближения структуры закупаемых товаров к структуре спроса обслуживаемого населения; расширение качества и количества предоставляемых населению торговых и бытовых услуг; совершенствование структуры управления и работы с кадрами, повышение ее эффективности; совершенствование индивидуальной работы с потребителем на основе маркетинговых методов стимулирования продаж; укрепление финансовой и платежной дисциплины на основе строжайшей экономии и эффективного, рационального использования привлеченных средств; повышение рентабельности использования ресурсов на основе достижения сбалансированности между всеми их видами [3,10,11].

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Целикова Л.В. Проблемы качества и конкурентоспособности в условиях рыночной экономики // Проблемы повышения эффективности и конкурентоспособности потре-

- бительской кооперации и ее кадровое обеспечение в условиях рынка: Тез. докл. межд. науч.-практ. конф., Гомель, 1996 г. / Белкоопсоюз. ГКИ. - Гомель, 1996. - С. 92-93.
2. Целикова Л.В. Современная стратегия деятельности потребителей на сельском рынке // Проблемы и перспективы экономического развития потребительской кооперации: Тез. докл. межд. научн. конф., Кишинев, апрель 1997 г. / Молдавкоопсоюз. ККУПК. - Кишинев, 1997. - С. 16-17.
3. Целикова Л.В. Методические подходы к определению конкурентоспособности // Сборник материалов межвуз. конф. / Мин. образования, Белкоопсоюз.- ГКИ. - Гомель, 1997. - С.94-95.
4. Целикова Л.В. Стратегия потребительской кооперации на рынке Республики Беларусь // Потребительская кооперация России в системе рыночных отношений: проблемы и перспективы: Тез. докл. научн-практ. конф., Белгород, апрель 1997 г. / Роскоопсоюз. БУПК.- Белгород, 1997. - С.58 - 59.
5. Целикова Л.В. Конкурентоспособность потребительской кооперации и система показателей её оценки // Проблемы маркетинга и менеджмента в условиях трансформации экономики: Тез. докл. научн-практ. конф., Минск. май 1998 г. / БГЭУ.- Минск. 1998. - С. 199.
6. Целикова Л.В. Формула успеха, или от чего зависит конкурентный успех торговых предприятий и организаций / Торговая газета. - 1996. - 17 октября. - С.3.
7. Целикова Л.В. Доля стоит мессы / Белорусский рынок. - 1996. - № 43. - С. 21.
8. Целикова Л.В. Надо стараться, потребкооперация! / Человек и экономика. - 1997. - № 1. - С. 14
9. Целикова Л.В. Финансы - как ключевое звено конкурентоспособности / Вести потребкооперации. - 1998. - № 1. - С. 2
10. Целикова Л.В. Оценка конкурентоспособности субъектов хозяйствования / Экономика сельского хозяйства России. - 1998. - № 4. - С.20.
11. Целикова Л.В. Некоторые социально-экономические аспекты модели оценки конкурентоспособности потребительской кооперации / НТИ и рынок. - 1998. -№ 5. - С. 52.
12. Целикова Л.В. Как оценить конкурентоспособность субъекта рынка? / Финансы, учет и аудит. - 1998. - № 7-8. - С 87.
13. Целикова Л.В. Конкуренция - основа конкурентоспособности субъектов рынка / Гом.кооп.ин-т.- Гомель, 1998.-31с.-Деп.в БелИСА 23.09.98 № Д199865 //РЖ № 11. - 1998. - С. 10.
14. Целикова Л.В. Теоретические проблемы конкурентоспособности потребительской кооперации на современном этапе / Гом. кооп. ин.-т. - Гомель, 1998. - 41 с. - Деп. в БелИСА 23.09.98. - № Д199863// РЖ № 11. - 1998. - С. 11.
15. Целикова Л.В. Социально-экономические особенности потребительской кооперации как субъекта оценки конкурентоспособности на современном этапе / Гом. кооп. ин.-т. - Гомель, 1998. - 38 с. - Деп. в БелИСА 23.09.98. - № Д199864 // РЖ № 11. - 1998. - С. 12.
16. Целикова Л.В., Байбардина Т.Н. Специфика и особенности функционирования потребительской кооперации в условиях рынка: Лекция.- Гомель, ГКИ, 1998.- 28с.
17. Целикова Л.В., Байбардина Т.Н. Теоретические проблемы конкурентоспособности потребительской кооперации: Лекция.- Гомель, ГКИ, 1998.-28с.

Целикова Л.В.

РЕЗЮМЕ

Целькова Лариса Владимировна

Социально-экономические аспекты оценки конкурентоспособности субъектов рынка (на примере потребительской кооперации)

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкуренция, субъект рынка, потребительская кооперация, кооперативная торговля, аспект, оценка, методика разработки, система показателей, анализ, внешняя и внутренняя среда, классификация, факторы, стратегия, тактика.

Объект исследования. Объектом исследования является потребительская кооперация Республики Беларусь, специфика функционирования и развития которой рассматривается в период с 1991 по 1997 годы.

Цели и задачи исследования. Цель диссертационной работы состоит в разработке комплексного системного подхода к исследованию и оценке конкурентоспособности субъектов рынка вообще и потребительской кооперации в частности, теоретической основой которого является взаимосвязь и взаимодействие трех направлений: формирование сущностной характеристики конкурентоспособности субъектов рынка, разработка методики ее оценки, обоснование и разработка стратегии повышения конкурентоспособности субъектов в условиях рынка.

В ходе исследования и обобщения информации применялись общенаучные, экономико-математические (группировка, сравнение, ранжирование, индексный, интегральный), статистические, аналитические, экспертные методы. Для формирования текста, таблиц использовался текстовый редактор WORD. Оценка и анализ уровня конкурентоспособности осуществлялись по специально разработанной программе.

Наиболее значимые результаты, имеющие научную новизну: конкретизация и дополнение сущностных характеристик «конкуренции» и «конкурентоспособности» субъектов рынка; введение в научный оборот понятий рыночная и ресурсная составляющие конкурентоспособности; выявление, систематизация и построение ромба факторов, определяющих конкурентоспособность субъектов рынка; методика формирования конкурентной карты потребительского рынка Республики Беларусь; методические подходы к оценке уровня конкурентоспособности потребительской кооперации и обоснованию направлений ее совершенствования, система показателей, модель и методика оценки конкурентоспособности потребительской кооперации, стратегия и тактика повышения конкурентоспособности потребительской кооперации на рынке с рекомендациями по научно-практической их реализации.

Основные теоретические выводы и положения, результаты диссертационного исследования используются в преподавании отдельных тем курсов «Микроэкономика», «Экономика потребительской кооперации», «Маркетинг», «Менеджмент», «Конкурентные стратегии на мировых рынках», «Экономика внешнеэкономической деятельности», «Предпринимательство, биржевое дело и рынок ценных бумаг», «Теория и история потребительской кооперации», а также в практической деятельности предприятий и организаций потребительской кооперации и субъектов рынка иных форм хозяйствования.

В настоящее время в учебный процесс Гомельского кооперативного института внедрены лекции «Специфика и особенности функционирования потребительской кооперации в условиях рынка», «Теоретические проблемы конкурентоспособности потребительской кооперации», в которых нашли отражение результаты исследования.

Цалісава Ларыса Уладзіміраўна

Сацыяльна-эканамічныя аспекты арганізацыі канкурэнтаздольнасці суб'ектаў рынку (на прыкладзе спажывецкай кааперацыі)

Ключавыя словы: канкурэнтаздольнасць, канкурэнцыя, суб'ект рынку, спажывецкая кааперацыя, кааператыўны гандаль, аспект, арганізацыя, метадэка рапрацоўкі, сістэма паказчыкаў, аналіз, знешняе і ўнутранае асяроддзе, класіфікацыя, фактары, стратэгія, тактыка.

Аб'ектам даследавання з'яўляецца спажывецкая кааперацыя Рэспублікі Беларусь, спецыфічнасць развіцця якой разглядаецца ў перыяд з 1991 па 1997 гады.

Мэта працы складаецца ў распрацоўцы комплекснага сістэмнага падыходу да даследавання і арганізацыі канкурэнтаздольнасці суб'ектаў рынку наогул і спажывецкай кааперацыі прыватна, тэарэтычнай асновай якога з'яўляецца сувязь трох напрамкаў: фарміраванне сутнасцнай характэрнасці канкурэнтаздольнасці суб'ектаў рынку, распрацоўка метадэка яе арганізацыі, абгрунтаванне і распрацоўка стратэгіі і тактыкі павышэння канкурэнтаздольнасці суб'ектаў на ўмовах рынку.

У працэсе даследавання і абгрунтавання інфармацыя выкарыстоўвалася агульнанавуковыя, эканаміка-матэматычныя, статыстычныя, аналітычныя, экспертыя метадэ. Для фарміравання тэкста і табліц выкарыстоўваўся тэкставы рэдактар WORD. Арганізацыя і аналіз узроўня канкурэнтаздольнасці праводзіліся па спецыяльна распрацаванай праграме.

Найбольш значныя вынікі, маючы навуковую навізку: канкрэтызацыя і далаўненне сутнасці «канкурэнцыя» і «канкурэнтаздольнасць», увод у навуковы абарот паняццяў рэсурснай і рынчэная складоных канкурэнтаздольнасці; сістэматызацыя і пабудова ромба фактараў, значна ўплываючых на канкурэнтаздольнасць суб'ектаў рынку; метадэка пабудовы канкурэнтнай карты спажывецкага рынку Рэспублікі Беларусь; метадэчныя падыходы да арганізацыі канкурэнтаздольнасці спажывецкай кааперацыі і абгрунтаванне напрамкаў іх удасканалення; сістэма паказчыкаў, мадэль і метадэка арганізацыі канкурэнтаздольнасці спажывецкай кааперацыі; стратэгія і тактыка павышэння канкурэнтаздольнасці спажывецкай кааперацыі ва ўмовах рынку з рэкамендацыямі па навукова-практычнай іх рэалізацыі.

Асноўныя тэарэтычныя вывады і палажэнні дысэртацыйнага даследавання выкарыстоўваюцца ў выкладанні некаторых тэм курсаў «Мікраэканоміка», «Эканоміка спажывецкай кааперацыі», «Маркетынг», «Мэнэджмент», «Канкурэнтныя стратэгіі на сусветных рынках», «Упраўленне знешнеэканамічнай дзейнасцю», «Прадпрыемства, біржавая срэва і рынак цэнных папер», «Тэорыя і гісторыя спажывецкай кааперацыі» і прыменены ў практычнай дзейнасці арганізацый і прадпрыемстваў спажывецкай кааперацыі і іншых формаў гаспадарання.

У наступны час ў выдчбным працэсе Гомельскага кааператыўнага інстытута выкарыстоўваюцца лекцыі «Спецыфічнасць і асаблівасці развіцця спажывецкай кааперацыі ва ўмовах рынку», «Тэарэтычныя праблемы канкурэнтаздольнасці спажывецкай кааперацыі», у якіх найшлі адлюстраванне асноўныя вынікі даследаванняў.

SUMMARY

Tselikova Larisa Vladimirovna

Socio-economic aspects of estimation of competitiveness market subjects (on the example of the consumer cooperatives)

Key words: competitiveness, competition, consumer cooperatives, cooperative trade, estimation, aspect, technique, system of indicators, analysis, internal and external environment, subject of a market, classification, factors, strategy.

Object of investigation. The object of investigation is consumer cooperatives in the Republic of Belarus, the specific character of their functioning and developing has been considered in the period from 1991 to 1997 years.

Aims and tasks of investigation. The aim of the thesis investigation is to disclose the essence of competitiveness of the system and to work out recommendations on perfecting the mechanism of its estimation, to determine ways of increasing consumer cooperatives competitiveness in the conditions of competition based on the strategy developed.

General scientific, economical-mathematical (grouping, comparison, ranging, index, integral), statistical, analytical, expert **methods** have been applied during investigation. Text editor Word have been used. Calculations have been made in current and comparable prices. The technique of estimating and analysing the level of competitiveness has been carried out according to specially developed program.

The most significant results of scientific novelty have been conceptual approach to determining the essential characteristics of the category " competitiveness of the consumer cooperatives ", defining this concept, system of indicators of estimation of consumer cooperatives competitiveness, principal approaches to estimating the level of consumer cooperatives competitiveness and determining directions of their perfection; the importance of estimating the ratio of consumer cooperatives competitiveness as an integrated indicator of the results of their activity in market share and on the basis of the system of indicators suggested.

The main theoretical conclusions and propositions of the thesis investigation are used in teaching certain subjects of the courses " Theory of Economics ", " Microeconomics ", " Economy of Consumer cooperatives ", " Marketing ", " Management ".

At present lectures " Specific character of functioning consumer cooperatives in the conditions of the formation of market relations ", " Theoretical problems of consumer cooperatives competitiveness at the present stage " have been introduced in the teaching process of the Gomel Cooperative Institute. The results of investigation have been reflected in them.

Подписано в печать 1.03.99 г.
Формат 60x84/16. Объём 1 п.л.
Тираж 120 экз. Заказ № 9 к-03/99
Отпечатано на «Ризографе» ГКИ.
Лицензия № ЛП-112 от 30.12.97г.
246029, г.Гомель, пр.Октября, 52А.