**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ**

УДК 334.5:380.113

КАПШТЫК АЛЕКСАНДР ИВАНОВИЧ

**ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ И УДОВЛЕТВОРЕНИЕ
СПРОСА СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ**

08.00.01 - Политическая экономия

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т
диссертации на соискание ученой степени
доктора экономических наук

Минск - 1996

Работа выполнена в Белорусском государственном экономическом университете

Научный консультант - доктор экономических наук,
профессор Тур А.Н.

Официальные оппоненты: доктор экономических наук,
профессор Муталимов М.Г.
доктор экономических наук,
профессор Кулаженко В.А.
доктор экономических наук,
профессор Писаренко Н.П.

Оппонирующая организация - Белорусский государственный
университет

Защита состоится "27" сентября 1996г. в 14¹⁵ на заседании
совета по защите диссертаций Д 02.07.04 в Белорусском государст-
венном экономическом университете по адресу: 220672, г.Минск,
Партизанский пр-кт, 26, зал заседаний совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского
государственного экономического университета.

Автореферат разослан 22 августа 1996г.

Ученый секретарь
совета по защите диссертаций,
доктор экономических наук,
профессор

А.В. Бондарь

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации. В условиях становления рыночных отношений значение потребительской кооперации как в народнохозяйственном комплексе Республики Беларусь, так и в процессе совершенствования социально-экономических отношений в деревне заметно возрастает. Это связано с особенностями возникновения и развития самой потребительской кооперации, основными принципами ее деятельности и той ролью, которую она играет в обеспечении сельского населения товарами и услугами.

В 1993г. отмечен вековой юбилей создания первого потребительского общества на территории Беларуси. На всех этапах развития основным признаком потребительской кооперации являлась социальная функция, которая в условиях Республики Беларусь носит ярко выраженный характер. Это связано в основном с небольшими размерами ее сельских поселений, функционирование в которых многочисленных мелких торговых предприятий является в большинстве случаев убыточным.

В настоящее время в составе потребительской кооперации имеется более 15 отраслей и видов деятельности. Практически все они в той или иной мере связаны с формированием необходимых товарных ресурсов и реализацией их сельскому населению, что является непосредственным удовлетворением спроса жителей села.

Перевод экономики на рыночные отношения и связанные с этим трудности вызвали необходимость соответствующей перестройки работы всего кооперативного хозяйства по более полному удовлетворению указанного спроса. В связи с этим Верховный Совет республики на очередной сессии в декабре 1992г. рассмотрел вопрос и принял постановление "О торговом обслуживании сельского населения".

Первые итоги работы потребительской кооперации в условиях становления рынка предопределили также объективную необходимость в реформировании отношений ее собственности и совершенствовании кооперативного хозяйственного механизма. Все это находит отражение в соответствующих нормативных и правовых документах, в частности, в распоряжении Президента Республики Беларусь от 4 января 1996г. "О мерах по совершенствованию деятельности потребительской кооперации".

В последние десятилетия опубликовано значительное количество работ, в которых исследуются те или иные вопросы, относящиеся к рассматриваемой проблеме. Особенности и специфика спроса сельского населения, а также совершенствование различных аспектов его изучения и удовлетворения излагаются в трудах Р. Абдулина, Л. Архиповой,

Н. Баева, О. Меликина, Д. Морозова, В. Ракитских, Л. Сапожниковой, Л. Столмова и других.

Экономические проблемы функционирования кооперативной торговли и пути повышения ее эффективности рассматриваются в работах различного характера, среди которых следует отметить публикации Г. Альтшуля, Г. Бучаева, П. Вахрина, А. Воронова, Ф. Панкратова, К. Раецкого, А. Фридмана и ряда других.

Отдельные вопросы функционирования потребительской кооперации и удовлетворения спроса сельского населения излагались в работах белорусских авторов В. Андреева, С. Виноградовой, А. Кизилевича, М. Петровича, Н. Писаренко, Е. Попова, А. Савинского, Т. Сыроед и некоторых других.

Несмотря на сказанное, до сих пор недостаточно выясненными являются некоторые важные стороны социально-экономической сущности и содержания спроса сельского населения. Остаются по существу нераскрытыми наиболее важные экономические аспекты функционирования всей системы потребительской кооперации как специфической формы удовлетворения этого спроса. Требуется на данном этапе обосновать основные направления повышения социально-экономической эффективности сельской кооперативной торговли. В нынешних условиях не нашел своего разрешения и вопрос о развитии и совершенствовании организационно-институциональных основ удовлетворения спроса сельского населения.

Актуальность и недостаточная изученность указанных вопросов, а также необходимость всестороннего обоснования сущности и особенностей системного взаимодействия различных отраслей и звеньев потребительской кооперации в процессе удовлетворения спроса сельских жителей послужили основанием для выбора данной темы в качестве диссертационного исследования. Важным аргументом в пользу его проведения служит и то, что в целом указанная проблема в политэкономическом и общеметодологическом аспектах практически до сих пор не изучалась. Исследование этих аспектов необходимо как для выработки более эффективной и обоснованной экономической политики по отношению к потребительской кооперации, так и с точки зрения совершенствования методологических основ изучения ее многопрофильной деятельности общей и отраслевыми экономическими науками. Структура и логика настоящей работы предопределены ее целью и основными задачами.

Цель и задачи исследования. Цель диссертационного исследования состоит в том, чтобы на основе анализа экономического механизма

и закономерностей деятельности потребительской кооперации по удовлетворению спроса сельского населения раскрыть наиболее важные существенные социально-экономические аспекты функционирования потребительской кооперации, присущие ей как хозяйственной системе, и обосновать соответствующие направления совершенствования работы кооперативных организаций республики на нынешнем этапе развития.

Для достижения указанной цели потребовалось решить следующие основные задачи:

- раскрыть социально-экономическую сущность и содержание основных видов спроса населения;
- выявить наиболее важные особенности формирования и проявления спроса сельского населения в целом и жителей мелких населенных пунктов в частности;
- раскрыть существенные аспекты системного характера удовлетворения потребительской кооперацией спроса сельского населения;
- определить механизм взаимодействия между различными структурными элементами потребительской кооперации в процессе формирования товарных ресурсов и их реализации обслуживаемым покупателям;
- выяснить влияние отношений и механизма собственности потребительской кооперации на реализацию интересов пайщиков и обслуживаемого населения;
- обосновать основные направления совершенствования удовлетворения спроса жителей мелких населенных пунктов;
- раскрыть механизм и проблемные аспекты повышения эффективности и рентабельности сельской розничной торговли;
- обосновать основные направления совершенствования управления движением товарных ресурсов и товароснабжения сельских торговых предприятий;
- выявить особенности асортиментной политики потребительской кооперации и удовлетворения спроса обслуживаемого населения на различных этапах ее развития;
- раскрыть основные положения и функции маркетинга как экономической категории и средства удовлетворения спроса сельского населения.

Научная новизна полученных результатов. В диссертации выдвигается и обоснована целостная концепция, раскрывающая социально-экономическую сущность и особенности функционирования потребительской кооперации, и содержащая в отличие от ранее выполненных исследований политекономическую разработку важной народнохозяйственной проблемы удовлетворения кооперативными предприятиями спроса сельского

населения применительно к условиям Республики Беларусь.

Доказано, что сущность и специфика деятельности потребительской кооперации по удовлетворению спроса сельского населения, а также ее ведущая роль в данном процессе наряду с отношениями кооперативной собственности в решающей степени predeterminedены системным характером этой деятельности. При этом интегративные /системные/ свойства потребительской кооперации, отсутствующие в любой ее отдельной отрасли или звене, проявляют свой дополнительный экономический и социальный эффект как при формировании товарных ресурсов, так и при их реализации сельскому и всему обслуживаемому населению. Одновременно потребительская кооперация выступает и как подсистема целого комплекса соответствующих экономических отношений, складывающихся в процессе удовлетворения ее различными структурными элементами спроса обслуживаемых покупателей.

Установлено, что несовпадение в отдельные периоды времени экономических интересов субъектов кооперативной собственности — пайщиков и работников потребительской кооперации — между собой или с интересами остальных категорий обслуживаемого населения может отражаться на качестве удовлетворения спроса сельского населения. Одновременно показано, что в конечном счете данные противоречия нейтрализуются основной целевой функцией потребительской кооперации и особенностями ее хозяйственного механизма.

Доказано, что сложившиеся объективные условия и особенности социально-экономических функций потребительской кооперации predeterminedяют закономерность и целесообразность в процессе реформирования ее деятельности предоставлять пайщикам постоянные преимущества, по сравнению с остальными категориями обслуживаемого населения, не при самой реализации товаров и услуг, а прежде всего путем распределения им части прибыли в соответствии с закрепленной долей кооперативной собственности.

Выдвинуто положение и раскрыт характер оптимального развития отраслей и звеньев потребительской кооперации в нынешних условиях. Доказано, что оптимальное развитие этих элементов и присущее потребительской кооперации перераспределение различных ресурсов между ними должно прежде всего основываться на необходимости максимального выполнения всей системой главной ее функции — удовлетворения спроса сельского населения.

Обосновано положение о сущности и содержании понятий номинального и реального спроса населения, обусловленных необходимостью разграничения и анализа спроса в натурально-вещественном и стоим-

мостном выражении. Доказана особая актуальность и целесообразность такого разграничения спроса в нынешних условиях постоянного изменения цен на товары, а также появления новых рынков и каналов поступления товаров населению.

Раскрыт механизм противоречивого влияния на спрос сельского населения личного подсобного хозяйства, существенно сокращающего, с одной стороны, спрос сельских жителей на многие важные продукты питания, а с другой стороны, опосредствующего его увеличению на непродовольственные товары /в том числе средства производства/ и отдельные виды продовольственных товаров.

Доказано, что в силу объективных условий, прежде всего из-за незначительной численности жителей, подавляющая часть кооперативных розничных торговых предприятий, функционирующих в мелких населенных пунктах республики, является убыточной. При этом реальное стремление потребительской кооперации в кризисных условиях максимально сохранить в этих пунктах сложившийся уровень торгового обслуживания выступает результатом приоритетности для нее как системы главной целевой функции.

Доказано, что в целях улучшения торгового обслуживания жителей наиболее мелких деревень существует объективная необходимость внедрения такой ступенчатой специализации обслуживающих этих жителей автоматами, которая учитывает не только различную частоту спроса покупателей на те или иные товары, но и организационно-экономические и технические особенности каналов их поступления и доставки сельскому населению.

Установлено, что в силу различных объективных причин и условий даже максимальное использование имеющихся резервов не позволит решить проблему ликвидации убыточности большинства сельских торговых предприятий, реализующих преимущественно товары повседневного спроса. При этом функционирование таких предприятий в различных сельских населенных пунктах будет, как и ранее, обеспечиваться системным характером деятельности потребительской кооперации.

Выдвинуто и обосновано положение о том, что перераспределение различных ресурсов между элементами потребительской кооперации по ряду объективных причин в целом не нарушает главных условий хозяйственной деятельности основных кооперативных хозяйствующих субъектов, а также принципа социальной справедливости по отношению к отдельным трудовым коллективам и группам обслуживаемого населения.

Обосновано положение и раскрыт механизм зависимости ассортимента

ной политики потребительской кооперации, определяющей в конечном счете количество и ассортимент товаров, реализуемых сельскому населению по месту его жительства, от совокупности ресурсов, имеющих у данной системы, которые, в свою очередь, обусловлены не только эффективностью работы ее структурных звеньев, но и многими факторами внешней среды, прежде всего экономической ситуацией в народном хозяйстве в целом.

Выдвинуто и обосновано положение о необходимости видоизменения в нынешних условиях методических подходов к регулированию ассортиментной политики потребительской кооперации и практики удовлетворения спроса сельского населения. Доказано, что если ранее регулировались верхний и нижний пределы ассортимента товаров, находящихся в торговых предприятиях, то на данном этапе существует возможность и целесообразность устанавливать только минимальный ассортимент этих товаров.

Обосновано положение о сущностной однородности и принципиальной близости главной цели и практики деятельности потребительской кооперации, с одной стороны, и концепции маркетинга, с другой. Доказано, что осуществление потребительской кооперацией непривычной или даже убыточной торговой деятельности в сельской местности обусловлено не только необходимостью обслуживания своих членопайщиков, но и вытекает из особых стратегических установок маркетинга, направленных на освоение и удержание крупных рынков или их сегментов.

Установлено, что так как маркетинг в сущности является механизмом системного удовлетворения спроса покупателей, а потребительская кооперация, в свою очередь, выступает как одна из организационно-институциональных структур, наиболее пригодных к такому способу хозяйствования, эффективность использования кооперативными организациями элементов и принципов маркетинга в конечном счете зависит от учета при этом природы и закономерностей системного удовлетворения спроса сельского населения.

Практическая значимость результатов работы и ее связь с крупными научными темами. Практическая значимость полученных результатов определяется прежде всего тем, что выводы и рекомендации, содержащиеся в диссертации, непосредственно использованы в более чем 20 научно-исследовательских работах, выполненных в предыдущие 15 лет Белорусскими филиалами ВНИИ экономики кооперативной торговли /ВНИИЭКТ/ и ВНИИ потребительской кооперации /ВНИИПК/ Центросоюза, а также НИИ потребительской кооперации /НИИПК/ Республики Беларусь.

подавляющее большинство этих работ, посвященных проблемам экономики потребительской кооперации, совершенствования ее хозяйственного механизма и повышения эффективности удовлетворения спроса сельского населения, выполнено под научным руководством диссертанта.

Указанные научно-исследовательские работы после одобрения Правлением Белкоопсоюза тиражировались и направлялись кооперативным организациям республики для практического использования и внедрения. Значительная часть материалов этих исследований использована при подготовке различных ведомственных нормативно-методических документов, регулирующих деятельность организаций и предприятий потребительской кооперации.

Результаты диссертации нашли непосредственное отражение в двух работах, изданных в качестве учебных пособий для студентов и учащихся учебных заведений Белкоопсоюза, а также слушателей системы повышения квалификации работников потребительской кооперации республики.

Основные теоретические положения и выводы диссертационного исследования могут быть использованы в преподавании отдельных тем курса "Экономическая теория", а также в процессе преподавания ряда экономических дисциплин в высших и средних специальных учебных заведениях потребительской кооперации, в частности, "Экономика потребительской кооперации", "Экономика торгового предприятия", "Маркетинг на рынке товаров и услуг"; "Организация коммерческой деятельности".

Содержащиеся в работе новые положения и практические выводы могут быть использованы различными подразделениями организаций потребительской кооперации, а также ее научными учреждениями при разработке практических мер по совершенствованию удовлетворения спроса сельского населения и исследовании актуальных проблем развития потребительской кооперации.

Экономическая значимость полученных результатов состоит прежде всего в том, что реализация Белорусским потребсоюзом и его организациями содержащихся в работе рекомендаций и предложений позволяет получить определенный эффект по более полному удовлетворению спроса сельского населения и снижению издержек обращения. Часть этих рекомендаций и предложений реализована на практике, что подтверждается соответствующими документами.

Изложенная в данной работе целостная диссертационная концепция, включающая теоретические положения и практические выводы по изучаемой проблеме, может рассматриваться в качестве интеллектуального

коммерческого продукта и применяться в практической деятельности субъектов хозяйствования, а также различных органов управления Республики Беларусь.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

- положение о сущности и содержании системного характера удовлетворения потребительской кооперацией спроса сельского населения;
- выяснение характера взаимодействия экономических интересов субъектов кооперативной собственности и практики деятельности организаций потребительской кооперации;
- положение об особенностях и преимущественном использовании собственности потребительской кооперации в процессе удовлетворения спроса пайщиков и остальных категорий обслуживаемого населения;
- выяснение оптимальности развития структурных звеньев потребительской кооперации и перераспределения между ними различных ресурсов, вытекающей из системного характера ее функционирования;
- выяснение сущности и содержания понятий номинального и реального спроса населения, а также особой актуальности и целесообразности их использования в нынешних условиях;
- положение о противоречивом характере влияния на объем и структуру спроса сельского населения личного подсобного хозяйства;
- анализ закономерностей формирования и современного состояния экономической эффективности кооперативных торговых предприятий, функционирующих в мелких населенных пунктах;
- положение о необходимости и содержании ступенчатой специализации предприятий розвозной торговли, удовлетворяющих спрос жителей наиболее мелких населенных пунктов;
- выяснение сущностных моментов взаимообусловленности системного характера деятельности потребительской кооперации и экономических результатов работы сельских торговых предприятий;
- положение о соотношении хозяйственных принципов работы основных кооперативных хозяйствующих субъектов и практики перераспределения различных ресурсов между структурными звеньями потребительской кооперации;
- выяснение сущностных аспектов обусловленности и зависимости ассортиментной политики потребительской кооперации и практики удовлетворения спроса сельского населения от имеющихся у нее ресурсов;
- положение о видоизменении в нынешних условиях методических подходов и практики регулирования ассортиментной политики потребительской кооперации;
- выяснение сущностной однородности и принципиальной близости

целей и практики деятельности потребительской кооперации к основным положениям и элементам маркетинга;

- положение о взаимообусловленности системного характера удовлетворения спроса сельского населения и эффективности использования кооперативными организациями элементов маркетинга.

Личный вклад соискателя. Настоящая работа как целостная диссертационная концепция является оригинальным научным трудом, выполненным соискателем самостоятельно с учетом изучения различных теоретических материалов и практики деятельности организаций потребительской кооперации, а также практического опыта автора в исследовании рассматриваемых проблем в научных учреждениях потребительской кооперации.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационной работы докладывались автором на 23 международных, всесоюзных и республиканских научных и научно-практических конференциях и семинарах, проводимых в предыдущие 15 лет. Тезисы докладов и выступлений на указанных конференциях и семинарах опубликованы в соответствующих изданиях. Кроме того, отдельные положения диссертационной работы излагались автором на различных практических семинарах и совещаниях, проводимых Белкоопсоюзом, а также научными учреждениями потребительской кооперации.

Опубликованность результатов исследования. По теме диссертации автором опубликовано /самостоятельно и в соавторстве/ 53 научных работы, в том числе 2 монографии, 9 брошюр, 5 депонированных рукописей, 6 статей в научных сборниках, 8 статей в научных и научно-практических журналах, 23 тезисов докладов и выступлений на конференциях и семинарах.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, пяти глав, выводов и списка использованных источников. Работа содержит 204 страницы основного текста. В качестве цифрового материала в диссертации приведено 8 таблиц. Список использованных источников изложен на 20 страницах и включает 312 наименований.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ

В первой главе "Состояние изученности проблемы и основные положения методологии исследования" излагается состояние освещенности наиболее важных вопросов изучаемой проблемы в экономической литературе и прикладных исследованиях. С учетом этого обосновывается выбор принятого направления исследования и его основные задачи. Да-

лее раскрываются общие теоретико-методологические подходы и приемы, используемые в диссертации, в частности, особенности применения системного подхода, сочетания исторического и логического, анализа и синтеза, а также ряда других подходов и приемов. В данной главе формулируются также предварительные гипотезы по отдельным вопросам исследуемой проблемы.

Вторая глава "Социально-экономическая характеристика спроса сельского населения" посвящена политэкономическому исследованию категории спроса населения и наиболее важных его разновидностей, а также изучению сущностных особенностей формирования и проявления спроса сельских жителей, оказывающих решающее влияние на специфику его удовлетворения.

Спрос как экономическая категория выражает сущность весьма сложного социально-экономического явления. Исходя из того, что спрос выступает одной из форм выражения потребностей, при характеристике его сущности большое методологическое и прикладное значение имеет выяснение соотношения между категориями "спрос" и "платежеспособная потребность". Во многих исследованиях и на практике они по существу отождествляются. Однако, как показывает анализ, спрос - это не всякая платежеспособная потребность, а лишь та, которая уже вынесена на рынок, превратившаяся в спрос при взаимодействии с товарным предложением. В то же время платежеспособная потребность далеко не всегда является непосредственным элементом рынка, вследствие чего степень ее конкретности в объектах потребления, как правило, ниже, чем при спросе.

Использованные в диссертации методологические подходы к выяснению сущности спроса и его соотношения с платежеспособной потребностью позволяют более точно выделять и раскрыть содержание наиболее важных разновидностей спроса населения, в частности, явного и скрытого неудовлетворенного спроса, отложенного спроса и некоторых других.

Происходящие в последние годы процессы постоянного изменения цен на товары, а также появление принципиально новых рынков и каналов поступления товаров населению предопределяют важность и необходимость разграничения и анализа спроса в натурально-вещественном и стоимостном выражении. С этой целью в работе обосновывается сущность и содержание понятий номинального и реального спроса населения, вытекающих из двойственной природы самого объекта спроса - товара и выражающих спрос в указанных его формах.

Разграничение и комплексный анализ номинального и реального

спроса особенно важны при характеристике спроса отдельных категорий населения, различающихся по месту жительства или источникам приобретения товаров. На протяжении длительного времени особенно заметно отличались размеры реального спроса /даже при условии одинаковых размеров номинального спроса/ у городского и сельского населения. В нынешних условиях подобные различия наблюдаются даже у разных групп покупателей одного и того же населенного пункта.

Важно учитывать и то, что процессы формирования и реализации спроса населения, происходящие на макро- и микроуровнях, характеризуются существенными особенностями. В частности, в условиях удовлетворения макроспроса может иметь место неудовлетворенный микроспрос. При этом по наиболее насущным благам общие денежные расходы покупателей /удовлетворенный макроспрос/ могут возрастать в случае временного отсутствия конкретных разновидностей товаров на рынке, в связи с чем первоначально приобретаются товары, их заменяющие.

Формирование спроса населения происходит под воздействием большого числа факторов различного характера. В данном исследовании рассматриваются те из них, влияние которых характерно для спроса жителей села. На протяжении многих десятилетий одним из наиболее значимых факторов, формирующих особенности как платежеспособной стороны спроса сельского населения, так и его потребительской стороны, является личное подсобное хозяйство. При этом методологически и практически важно учитывать противоречивый характер этого влияния. Данное хозяйство, с одной стороны, существенно сокращает спрос сельских жителей на многие важные продукты питания, но, с другой стороны, способствует увеличению спроса на непродовольственные товары /в том числе средства производства/ и отдельные виды продовольственных товаров. Увеличение этого спроса происходит как за счет экономии от натурального потребления продуктов питания из личного подсобного хозяйства, так и за счет денежной выручки от реализации его товарной продукции.

В то же время денежные средства, высвобождаемые за счет натурального потребления указанных продуктов, не в таких же размерах увеличивают текущий спрос сельского населения на непродовольственные товары и платные услуги. Это происходит, во-первых, потому, что значительная часть непродовольственных товаров не является предметами первой необходимости, а во-вторых, для покупки многих товаров длительного пользования необходимо предварительное накопление соответствующих денежных средств. При этом, конечно, в ус-

ловиях высокой инфляции указанная закономерность существенно модифицируется.

Важной и устойчивой особенностью спроса сельского населения является также то, что значительные его объемы формируются и удовлетворяются в результате обмена товаров /прежде всего средств производства/ и материальных услуг между отдельными группами жителей села. В данном случае указанные товарные блага не покидают сферы частной /личной/ собственности и внутреннего сельского рынка. При этом заметно увеличиваются общие размеры спроса сельского населения, хотя общие объемы его производственного и личного потребления изменяются в меньшей степени.

Методологически важным моментом выступает то обстоятельство, что, как показывает анализ, в последние десятилетия при относительно стабильном социальном составе сельского населения решающее значение на особенности объемов и структуры его спроса оказывали в большинстве случаев не денежные доходы, получаемые по труду в государственных, кооперативных и других предприятиях и организациях, а специфика условий жизни и труда сельских жителей. Наряду с личным подсобным хозяйством сюда относятся многие важные стороны их спроса, связанные с созданием и эксплуатацией сельского индивидуального жилья, а также особые потребности в индивидуальных транспортных средствах, рабочей одежде и обуви и ряд других факторов.

Принимая во внимание, что в Беларуси две трети сельских поселений являются мелкими населенными пунктами /до 100 жителей/, при характеристике спроса сельского населения и выборе оптимальных форм его удовлетворения важнейшее значение имеет учет специфики спроса жителей этих пунктов. Данная специфика обусловлена большей развитостью в мелких деревнях личного подсобного хозяйства, а также демографическим и социальным составом их жителей. В свою очередь, реально возможный уровень торгового обслуживания в этих населенных пунктах оказывает обратное воздействие на формирование социального и демографического состава данного населения, размеры и структуру личного подсобного хозяйства и другие особенности.

Особенности экономического положения, условий жизни, труда и спроса сельского населения в целом и жителей мелких деревень в частности определяют и особенности организационно-институциональных основ удовлетворения этого спроса.

В третьей главе "Потребительская кооперация как специфическая форма удовлетворения спроса сельского населения" исследуется про-

блема системного характера удовлетворения кооперативными организациями спроса сельского населения, а также влияние отношений и механизма кооперативной собственности на реализацию интересов пайщиков и других категорий обслуживаемого населения.

В силу целого ряда различных причин и факторов решающее значение в удовлетворении спроса сельского населения имеют организации и предприятия потребительской кооперации. Как показало исследование, социально-экономическая сущность и специфика деятельности потребительской кооперации по удовлетворению спроса сельских жителей, а также ее ведущая роль в данном процессе наряду с отношениями кооперативной собственности в решающей степени предопределены системным характером этой деятельности.

В силу того, что удовлетворение спроса сельского населения является главной /ведущей/ целью и функцией потребительской кооперации, в процессе их выполнения наиболее сильно проявляются интегративные свойства данной системы, которые в большинстве случаев отсутствуют в любой из ее отдельных подсистем /отраслей, подотраслей, звеньев и т.д./. Эти интегративные свойства проявляют свой особый /дополнительный/ экономический и социальный эффект как в процессе формирования разнообразных товарных ресурсов /прежде всего собственных ресурсов потребительской кооперации/, так и при их реализации сельскому населению.

При анализе характера удовлетворения спроса сельского населения потребительской кооперацией методологически важно учитывать то, что она является не только экономической /хозяйственной/, но и общественно-массовой системой, исторически действующей на основе специфических кооперативных принципов, практика использования которых в различных странах имеет определенные особенности. Этот фактор существенно влияет на всю совокупность тех экономических отношений, которые складываются в процессе функционирования хозяйственного механизма потребительской кооперации. Кроме того, в связи с тем, что деятельность потребительской кооперации носит многоотраслевой и многофункциональный характер, складывающиеся при этом экономические отношения проявляются во всех фазах общественного воспроизводства: производстве, распределении, обмене и потреблении.

Системный характер удовлетворения потребительской кооперацией спроса сельского населения определяется не только особенностями ее деятельности, но и тем обстоятельством, что сам этот спрос как социально-экономическая категория и явление выступает весьма слож-

ной системой /как по объекту, так и по субъекту данного спроса/. К основным элементам такой системы можно отнести: спрос сельского населения на предметы потребления и на средства производства; спрос на различные конкретные виды указанных благ; спрос разных социальных и демографических групп жителей села; спрос, удовлетворяемый непосредственно в сельской местности, и за ее пределами; спрос, формируемый за счет различных источников денежных доходов сельского населения, и целый ряд других элементов.

Системный характер удовлетворения спроса сельского населения, с одной стороны, предопределен внутренней структурой и организацией составных элементов потребительской кооперации, а с другой — во многом обусловлен иерархической системой населенных пунктов, в которых данное население проживает или удовлетворяет /реализует/ свой спрос. Это обстоятельство, а также реальные экономические возможности обуславливают необходимость и целесообразность формирования системы различных взаимосвязанных типов /по товарной специализации и месторасположению/ кооперативных розничных торговых предприятий, обеспечивающих в своем единстве и совокупности полное удовлетворение спроса любого сельского жителя соответствующего административно-территориального района. Такая система торговых предприятий, в свою очередь, может быть обеспечена только в рамках единой хозяйственной системы, которой и является потребительская кооперация.

Использование системной методологии позволяет всесторонне раскрыть и оценить и другие свойства и особенности деятельности потребительской кооперации по удовлетворению спроса сельского населения. Прежде всего системный характер функционирования потребительской кооперации объективно обуславливает необходимость выполнения каждой ее отраслью или звеном своих локальных /отраслевых/ задач и функций на примерно одинаковом уровне. При этом, как подтверждает анализ практики, невыполнение или некачественное выполнение своих функций даже одной отраслью неизбежно отрицательно влияет на устойчивость всей системы и качество выполнения основной ее цели — удовлетворения спроса сельского населения.

Из указанного характера функционирования потребительской кооперации закономерно вытекает присущая ей многолетняя практика перераспределения различных ресурсов /финансовых, товарных и т.д./ между элементами данной системы. При этом противоречие между таким перераспределением и социальной справедливостью по отношению к соответствующим коллективам работников или покупателей /в т. ч.

пайщиков/ разрешается как общим, так в конечном счете и частным положительным социально-экономическим эффектом, полученным всеми отраслями, организациями и коллективами в результате указанного перераспределения ресурсов.

Большое методологическое и актуальное практическое значение имеет постановка и решение вопроса об оптимальных границах развития различных отраслей и видов деятельности потребительской кооперации. Сложность данного вопроса в значительной мере вытекает из того, что некоторая часть этой деятельности непосредственно не связана с процессом удовлетворения спроса сельского и всего обслуживаемого населения. Использование системного подхода позволяет выяснить, что указанная оптимальность должна основываться на необходимости максимального выполнения всей системой потребительской кооперации своей главной /ведущей/ цели и подчинении ей отраслевых /локальных/ целей. На этом принципе должно основываться и оптимальное перераспределение различных ресурсов /прежде всего финансовых/ между кооперативными отраслями, звеньями и организациями.

В силу разных объективных причин в тех или иных звеньях /уровнях/ потребительской кооперации сосредоточены, как правило, определенные отрасли и виды деятельности, функционирующие здесь наиболее эффективно. Свою же окончательную завершенность по выполняемым функциям потребительская кооперация получает на республиканском уровне. Данное обстоятельство приводит к тому, что для любого постоянного покупателя /в т. ч. пайщика/ социально-экономическое значение /экономический интерес/ связан с эффективностью функционирования не только конкретной кооперативной организации, но и всей системы Белкоопсоюза.

Как показало исследование, исходя из системного характера функционирования потребительской кооперации и ее основной цели /критерия/, наиболее обобщающим показателем социально-экономической эффективности деятельности кооперативных организаций выступает степень удовлетворения предъявляемого к ним спроса обслуживаемого населения, скорректированная на удельный вес собственных товарных ресурсов в данном реализованном спросе, с учетом качества торгового обслуживания /удовлетворения спроса/ покупателей.

Эффективность указанной деятельности потребительской кооперации зависит не только от чисто экономических аспектов функционирования ее хозяйственного механизма, но и от результативности структуры ее управления. Согласно одному из ведущих системных

принципов, структура управления может быть эффективной только в том случае, когда она имеет такое же разнообразие, как и сам объект управления. Особенно это важно для ведущих звеньев потребительской кооперации — потребительских обществ и райпотребсоюзов, в которых сосредоточена подавляющая часть предприятий, удовлетворяющих спрос жителей села. В то же время, как показывает практика, в этих звеньях в процессе реорганизации управленческих структур в отдельные периоды времени проявлялись моменты субъективизма. При этом зачастую смешивались два разных понятия: размеры структур управления /и соответственно затраты на них/ и разнообразие этих структур.

Кроме того, исходя из системного подхода, более организованные системы /имеющие более разнообразный уровень своей организации/ являются и более устойчивыми, что особенно проявляется в нынешний кризисный период, который можно считать периодом сильного "возмущения" экономических систем в целом и потребительской кооперации в частности.

При исследовании проблемы удовлетворения потребительской кооперацией спроса сельского населения методологически важно учитывать, что основные характеристики реальных экономических систем в наибольшей степени определяются отношениями и механизмом собственности. Актуальность и значимость этих вопросов связаны не только с переходом потребительской кооперации на работу в рыночных условиях, но и с происходящими на данном этапе процессами по практическому реформированию ее собственности.

Исходя из сущностных моментов возникновения и развития потребительской кооперации, отличия паевой природы ее собственности от различных чисто акционерных форм собственности, а также реальных процессов образования и возрастания кооперативного имущества, в настоящее время существует объективная необходимость закрепления делимой части этой собственности как за пайщиками, так и за постоянными работниками потребительской кооперации, не являвшимися пайщиками. На нынешнем этапе данная мера является одной из главных организационно-экономических основ развития и совершенствования деятельности кооперативных организаций.

До сих пор недостаточно выясненным является вопрос о реальном использовании собственности потребительской кооперации в интересах пайщиков, с одной стороны, и остальных категорий обслуживаемого населения, с другой. Как показывает анализ, в предыдущие десятилетия в целом заметных преимуществ ни в удовлетворении спроса

на товары и услуги, ни в получении определенных доходов /дивидендов/ от хозяйственной деятельности кооперативных организаций пайщики не получали.

Исходя из первоначальной природы потребительской кооперации, в нынешних условиях пайщикам, как основному субъекту кооперативной собственности, должны, безусловно, предоставляться определенные преимущества, прежде всего путем распределения им части прибыли в соответствии с долей закрепленной за ними собственности. В то же время в силу целого ряда объективных причин различного характера предоставление значительных постоянных преимуществ пайщикам в удовлетворении спроса на товары и услуги поставило бы другие категории покупателей на селе, где пока не созданы реальные альтернативные торговые структуры, в сложные условия и существенно снизило бы социальную функцию потребительской кооперации. При этом и чисто экономический анализ показывает, что данные покупатели в процессе приобретения товаров у кооперативных предприятий и реализации им различной продукции заготовок наравне с пайщиками формируют доходы организаций потребительской кооперации.

Существенной особенностью функционирования собственности потребительской кооперации является использование ее с определенными преимуществами для отдельных /льготных/ категорий обслуживаемого населения, зачастую не являющихся пайщиками, но в силу различных социально-экономических и других условий нуждающихся в дополнительном торговом обслуживании. При этом социальная функция потребительской кооперации проявляется наиболее заметно. Этот момент усиливается еще и тем обстоятельством, что в сельской местности, в отличие от городской, как правило, отсутствуют различные чисто социальные службы.

В ряде случаев экономические интересы субъектов кооперативной собственности — пайщиков и членов трудовых коллективов кооперативных предприятий и организаций — не совпадают между собой или с интересами остальных категорий обслуживаемого населения. В определенной мере это может отражаться на уровне торгового обслуживания прежде всего сельских покупателей. В то же время данные противоречия не носят антагонистического характера и в конечном счете нейтрализуются приоритетностью основной целевой функции потребительской кооперации и особенностями ее хозяйственного механизма.

Четвертая глава "Повышение эффективности работы сельской кооперативной торговли" посвящена исследованию путей совершенствования удовлетворения спроса жителей мелких населенных пунктов и пробле-

мы обеспечения эффективности и рентабельности сельских розничных торговых предприятий.

Учитывая то, что значительная часть сельского населения республики проживает в мелких населенных пунктах, удовлетворение потребительской кооперацией спроса их жителей имеет особое экономическое и социальное значение. Финансово-экономические результаты работы торговых предприятий, функционирующих в мелких деревнях /автомагазинов, лавок на дому и других мелкорозничных торговых предприятий/, в решающей степени зависят от объемов их товарооборота, которые, в свою очередь, снижаются небольшим количеством жителей в этих деревнях. Специальные исследования подтвердили, что более 90% стационарных торговых предприятий, находящихся в мелких населенных пунктах, являлись убыточными, а уровень убытков автомагазинов, обслуживающих жителей наиболее мелких деревень, был самым высоким.

В целях повышения социально-экономической эффективности торгового обслуживания указанных жителей существует необходимость и целесообразность внедрения в районных кооперативных организациях такой ступенчатой специализации автомагазинов, которая бы учитывала не только различную частоту спроса покупателей на те или иные группы товаров, но и конкретные организационно-экономические и технические особенности каналов их поступления /от оптовых баз, хлебозаводов и т. д./, а также доставки сельскому населению.

В нынешних условиях исключительно острой проблемой является сохранение вообще в мелких населенных пунктах сформированной ранее сети соответствующих торговых предприятий. Анализ показывает, что важными экономическими предпосылками решения этой проблемы является как снижение убыточности данных торговых предприятий за счет использования имеющихся определенных внутренних резервов, так и возмещение в разных формах части расходов теми колхозами, совхозами и другими хозяйствующими субъектами, на территории которых они функционируют. При этом целесообразность и правомерность такого возмещения обусловлена, во-первых, общим экономическим эффектом, который достигается при участии указанных хозяйств в транспортировке товаров и других мероприятиях, а во-вторых, вытекает из того, что потребительская кооперация выступает в качестве важнейшего и на данном этапе пока по существу незаменимого механизма воспроизводства рабочей силы агропромышленного комплекса, проживающей в мелких населенных пунктах.

В конечном счете стремление потребительской кооперации макси-

мально сохранить даже в кризисных условиях сложившийся уровень торгового обслуживания в мелких деревнях является результатом приоритетности для нее как экономической и общественно-массовой системы своей главной целевой функции, которая обеспечивается всей ее внутренней структурой и кооперативными принципами деятельности, среди которых одним из ведущих является второстепенное значение прибыльности /в социальном понимании этого принципа/.

Небольшая средняя численность жителей в сельских населенных пунктах республики обуславливает не только широкую сеть мелкорозничных торговых предприятий и автомагазинов, но и то обстоятельство, что основным и ведущим типом кооперативных магазинов в сельской местности являются магазины по торговле товарами повседневного спроса. Как показали специальные исследования, проведенные под руководством диссертанта, две трети данных магазинов являлись убыточными, а по тем из них, которые не торговали винно-водочными изделиями, убыточным было подавляющее большинство.

Анализ свидетельствует, что за счет увеличения товарооборота и усиления режима экономии в ближайшие годы не представляется возможным обеспечить рентабельную работу основной массы сельских магазинов. Зведение в последнее время свободных цен и торговых надбавок по большинству товаров в связи с очень высокими издержками по их реализации в сельской местности и крайней ограниченностью платежеспособности сельского населения также не позволяет решить указанную проблему. В конечном счете функционирование торговой сети в разных типах сельских поселений будет, как и ранее, обеспечиваться главным образом системным характером деятельности потребительской кооперации и присущим для нее механизмом перераспределения ресурсов между структурными звеньями.

Методологически важно учитывать, что перераспределение различных /прежде всего финансовых/ ресурсов между отраслями, звеньями и организациями потребительской кооперации по ряду объективных причин в целом не нарушает главных условий хозяйственной деятельности основных ее хозяйствующих субъектов, а также принципа социальной справедливости по отношению к отдельным трудовым коллективам или группам обслуживаемого населения. Хозрасчетные принципы деятельности основной массы кооперативных организаций и предприятий в конечном итоге являются не главной целью, а решающим средством и механизмом достижения этой цели. Что же касается перераспределения финансовых средств для осуществления низкорентабельной или убыточной торговли в сельской местности, то, во-первых, сель-

ские жители, в свою очередь, значительную часть товаров приобретают в городских кооперативных магазинах, формируя их доходы, а во-вторых, они являются главными сдатчиками продукции и сырья, на основе которых функционируют другие, более рентабельные /по сравнению с торговлей/ отрасли потребительской кооперации.

В пятой главе "Развитие организационно-институциональных основ удовлетворения спроса сельского населения" исследуется проблема совершенствования управляемости товарными ресурсами и товароснабжения сельских торговых предприятий, а также проводится обоснование путей использования маркетинга как экономической категории и средства улучшения удовлетворения спроса сельского населения.

Системный характер удовлетворения потребительской кооперацией спроса сельского населения обуславливает не только соответствующую систему различных по месторасположению и товарной специализации типов розничных торговых предприятий, но и особую ассортиментную политику, в которой он получает свою логическую завершенность. Суть данной политики в целом заключается в максимально возможном приближении к сельским жителям устойчивого ассортимента товаров повседневного спроса /продовольственных товаров и наиболее необходимых непродовольственных товаров простого ассортимента/ с одновременным сосредоточением непродовольственных товаров сложного ассортимента в более крупных торговых предприятиях, находящихся в основном в райцентрах и других небольших городских поселениях. В результате этого спрос сельского населения закономерно удовлетворяется системой разных типов розничных торговых предприятий, находящихся как в сельской, так и в городской местности. Заметное отступление от данных принципов в условиях Беларуси приводило, как показал анализ, к существенному ухудшению общего состояния торгового обслуживания сельского населения.

Удовлетворение спроса сельских жителей разными по месторасположению и товарной специализации розничными торговыми предприятиями объективно обуславливает и соответствующее разграничение функций между районными и межрайонными кооперативными оптовыми базами. Как показали исследования, проведенные под руководством диссертанта, нарушение данного принципа привело к тому, что товароснабжение определенной части сельских розничных торговых предприятий, осуществлявшееся межрайонными базами /что, как правило, не входит в их основные функции/, практически по всем параметрам было ниже, чем районными базами, а это неизбежно сказывалось и на удовлетворении спроса сельского населения.

Конкретная структура рационального товароснабжения и управления товарными ресурсами в потребительской кооперации, выражающаяся прежде всего в оптимальном распределении функций между разными типами оптовых баз и оптимальном уровне складской звенности по тем или иным товарам, является весьма динамичной. На каждом этапе времени она определяется структурой розничного товарооборота /реализованного спроса обслуживаемого населения/ и товарных запасов, а также экономическими и другими возможностями кооперативных организаций по удовлетворению спроса своих покупателей.

Возможности потребительской кооперации по выполнению своих функций зависят, как и у любой другой реальной экономической системы, от наличия соответствующих ресурсов. В связи с этим проводимая ассортиментная политика, определяющая в конечном счете количество и ассортимент товаров, реализуемых сельскому населению по месту его жительства, должна основываться на товарных, финансовых и других ресурсах, имеющихся на том или ином этапе у кооперативных организаций.

Следует, безусловно, учитывать, что возможности и ресурсы потребительской кооперации по удовлетворению спроса покупателей определяются не только масштабами и эффективностью деятельности многоотраслевого кооперативного хозяйства, но и различными факторами внешней среды, в которой протекает эта деятельность. Сюда прежде всего относится общая экономическая ситуация в народном хозяйстве, а также существующие налоговые и кредитные условия, объемы и структура той основной массы товаров, которые поступают от других поставщиков, уровень цен на них и целый ряд других важных факторов и условий. Очень важно иметь в виду и то, что экономические возможности по удовлетворению спроса сельского населения объективно находятся в диалектической связи и взаимозависимости с объемами и структурой этого спроса. Данное обстоятельство особенно ярко проявляется в нынешних условиях, характеризующихся крайней ограниченностью платежеспособности жителей села.

В последние несколько лет в общем товарообороте потребительской кооперации значительно возросла доля ее собственных товарных ресурсов. Данная тенденция является по существу ответной реакцией этой сложноорганизованной экономической системы на ухудшение общей ситуации в народном хозяйстве и свидетельствует о наличии у нее сильных интегративных свойств, которые обычно наиболее ярко проявляются в периоды резкого изменения условий функционирования систем. При этом заметно повышается и роль потребительской кооперации в макроэкономической стабилизации всего народного хо-

зяйства, так как процесс роста ее собственных товарных ресурсов оказывает прямое воздействие на повышение занятости населения, увеличение объемов производства товаров, стабилизацию или снижение цен на них, сокращение инфляции и т. д.

В нынешних условиях неизбежно видоизменяются и подходы к регулированию ассортиментной политики и практики удовлетворения спроса сельского населения. В связи с крайней ограниченностью спроса обслуживаемого населения и ресурсов кооперативных организаций, а также по другим объективным причинам многие виды товаров отсутствуют в торговой сети или находятся в ней непостоянно. Поэтому вместо ранее действовавших для торговых предприятий обязательных ассортиментных перечней товаров, устанавливавших обязательное наличие в продаже значительного количества ассортиментных позиций товаров /т. е. практически ограничивавших в силу объективных причин как нижние, так и верхние границы этого ассортимента/, целесообразно использовать ассортиментные минимумы. Они должны обеспечивать по каждому торговому предприятию постоянное наличие ассортимента товаров не ниже установленного минимума /т. е. регулируется нижняя граница этого ассортимента/.

При изменении экономических условий /ресурсов/ указанные минимумы будут расширяться или сужаться, а при достижении оптимальных условий они преобразуются в ранее действовавшие обязательные ассортиментные перечни товаров.

Проведенное исследование позволило выявить сущностную однородность и принципиальную близость концепции маркетинга к целям и практике деятельности потребительской кооперации, которая на всех этапах была направлена на максимально возможное удовлетворение спроса пайщиков и всего обслуживаемого населения и никогда не основывалась на получении максимальной прибыли как конечной цели данной системы. Кроме того, современный маркетинг как метод и способ хозяйствования охватывает не только торговую сферу, а весь процесс от производства товаров до их реализации, который по многим товарным ресурсам /особенно продовольственным/ осуществляется в многоотраслевом кооперативном хозяйстве. Из сказанного вытекает объективная необходимость более широкого использования элементов маркетинга в практике деятельности потребительской кооперации.

Анализ показывает, что осуществление потребительской кооперацией неприбыльной или даже убыточной торговой деятельности в сельской местности обусловлено не только необходимостью обслуживать своих пайщиков, но и вытекает из особых стратегических положений

маркетинга. При этом, во-первых, достигается задача освоения и удержания всего сельского потребительского рынка, как важнейшего сегмента всего потребительского рынка страны, и, во-вторых, дополнительные расходы на ведение сельской торговли приносят значительные доходы другим отраслям и звеньям потребительской кооперации, связанным с хозяйственной деятельностью сельского населения и агропромышленным комплексом в целом.

Важно учитывать и то, что по мере развития рыночных отношений в связи с усилением конкуренции и появлением новых торговых структур /в том числе и в сельской местности/ зоны обслуживания населения, ранее закрепленные за потребительской кооперацией и другими основными торговыми системами, объективно будут в той или иной мере терять свою жесткую определенность, а контингенты обслуживаемых покупателей станут в конечном счете зависеть от качества торгового обслуживания и маркетинговых мероприятий, осуществляемых теми или иными субъектами хозяйствования.

Реальное внедрение в практику деятельности потребительской кооперации основных элементов и принципов маркетинга тесно связано с решением вопроса о том, по какой организационной схеме и на каких уровнях следует формировать маркетинговые структуры. Как показывает анализ, специфика организационного построения и управления в потребительской кооперации обуславливает целесообразность ориентироваться при этом на те уже существующие подразделения и службы, которые выполняют функции, близкие к маркетинговым.

Социально-экономическая эффективность внедрения и использования в потребительской кооперации элементов и принципов маркетинга в решающей степени зависит от того, в какой мере при этом учитываются сущность и особенности системного характера удовлетворения ею спроса сельского населения. Данное положение вытекает из того обстоятельства, что маркетинг по сути является одним из действенных средств и механизмов системного удовлетворения спроса потребителей, а потребительская кооперация, в свою очередь, по своему составу и функциям выступает как организационно-институциональная структура, наиболее адекватная указанному способу хозяйствования.

Учет этих и других указанных ранее сущностных особенностей функционирования потребительской кооперации и ее хозяйственного механизма позволит в условиях становления рыночной экономики значительно более эффективно решать важную народнохозяйственную проблему удовлетворения спроса жителей села.

В В О Д Ы

I. В теоретических исследованиях и на практике методологически важно учитывать соотношение между категориями "спрос" и "платежеспособная потребность". Спрос — это только та платежеспособная потребность, которая уже вынесена на рынок, превратившаяся в спрос при взаимодействии с товарным предложением. С этих позиций следует выделять отдельные, наиболее важные разновидности спроса.

В нынешних условиях существует объективная необходимость разграничения спроса населения в натурально-вещественном и стоимостном выражении. Для этого используются понятия номинального и реального спроса населения. Разграничение и комплексный анализ этих видов спроса особенно важны при характеристике спроса отдельных категорий населения, различающихся по месту жительства или источникам приобретения товаров.

2. Одним из наиболее значимых факторов, формирующих особенности спроса сельского населения, выступает личное подсобное хозяйство. При этом методологически важно учитывать противоречивый характер его влияния на объем и структуру данного спроса.

Существенной особенностью спроса сельских жителей является и наличие значительных объемов обмена средств производства и материальных услуг между отдельными группами этих жителей.

В последние десятилетия на особенности объемов и структуры спроса сельского населения решающее влияние оказывали не денежные доходы, распределяемые по труду в различных секторах народного хозяйства, а специфика условий его жизни и труда.

Специфика спроса жителей мелких населенных пунктов, обусловленная особенностями их социально-демографического состава и личного подсобного хозяйства, с одной стороны, требует особых форм торгового обслуживания, а с другой стороны, в значительной мере предопределена реальными возможностями этого обслуживания.

3. Социально-экономическая сущность и специфика деятельности потребительской кооперации по удовлетворению спроса сельского населения, а также ее ведущая роль в данном процессе наряду с отношениями кооперативной собственности в решающей степени предопределены системным характером этой деятельности. Интегративные /системные/ свойства потребительской кооперации, отсутствующие в любой отдельной ее отрасли или звене, проявляют свой дополнительный экономический и социальный эффект как при формировании разнообразных товарных ресурсов, так и при их реализации сельскому и всему

обслуживаемому населению.

Системный характер удовлетворения спроса сельского населения предопределен не только внутренней структурой и функциями потребительской кооперации, но и системой различных типов сельских и городских населенных пунктов, в которых расположены взаимодополняющие друг друга типы торговых предприятий, удовлетворяющие своей совокупностью спрос любого сельского жителя данного района. Сам этот спрос как социально-экономическая категория и явление также представляет собой весьма сложную систему.

Системный характер функционирования потребительской кооперации обуславливает необходимость выполнения каждым ее элементом своих локальных задач и функций на примерно одинаковом уровне. При этом оптимальность развития данных элементов и перераспределения ресурсов между ними должна основываться на необходимости максимального выполнения всей системой главной ее функции – удовлетворения спроса сельского населения. Этот подход следует использовать и при определении социально-экономической эффективности деятельности потребительской кооперации.

4. Основные цели и экономические отношения потребительской кооперации реализуются и проявляются в процессе многоотраслевой /многофункциональной/ ее деятельности, которая в той или иной мере связана со всеми фазами общественного воспроизводства. На специфику экономических отношений, складывающихся в процессе функционирования потребительской кооперации, существенное влияние оказывает то, что она является не только экономической, но и общественно-массовой системой, исторически действующей на основе особых кооперативных принципов.

Экономические отношения и особенности использования хозяйственного механизма в потребительской кооперации в решающей степени определяются характером и отношениями ее собственности. Существующие объективные условия и особенности социально-экономических функций потребительской кооперации предопределяют закономерность и целесообразность предоставления пайщикам постоянных преимуществ не при самой реализации товаров и услуг, а прежде всего путем распределения им части прибыли в соответствии с закрепленной долей кооперативной собственности.

Несовпадение в отдельные периоды экономических интересов субъектов собственности потребительской кооперации – пайщиков и работников кооперативных организаций и предприятий – между собой или с интересами остальных категорий обслуживаемого населения мо-

жет отражаться на качестве удовлетворения спроса сельских покупателей. Однако данные противоречия в конечном счете нейтрализуются основной целевой функцией потребительской кооперации и особенностями ее хозяйственного механизма.

5. В силу объективных условий, прежде всего из-за незначительной численности жителей, подавляющая часть кооперативных розничных торговых предприятий, функционирующих в мелких населенных пунктах, является убыточной.

В целях улучшения торгового обслуживания жителей наиболее мелких деревень существует необходимость внедрения такой ступенчатой специализации обслуживающих этих жителей автомагазинов, которая бы учитывала не только различную частоту спроса покупателей на те или иные товары, но и организационно-экономические и технические особенности каналов их поступления и доставки сельскому населению.

Реальное стремление потребительской кооперации максимально сохранить в кризисных условиях сложившийся ранее уровень торгового обслуживания в мелких деревнях выступает результатом приоритетности для нее как системы главной целевой функции.

6. Использование резервов роста товарооборота и экономии ресурсов, а также нынешнее введение свободных цен и торговых надбавок на основную массу товаров в силу целого ряда объективных причин не позволяет решить проблему ликвидации убыточности большинства сельских магазинов, торгующих преимущественно товарами повседневного спроса. Функционирование торговых предприятий в различных типах сельских населенных пунктов будет, как и ранее, обеспечиваться в основном системным характером деятельности потребительской кооперации.

Перераспределение различных ресурсов между элементами потребительской кооперации, в том числе между городскими и сельскими торговыми организациями, по ряду объективных обстоятельств в целом не нарушает главных условий хозяйственной деятельности основных кооперативных хозяйствующих субъектов, а также принципа социальной справедливости по отношению к отдельным трудовым коллективам и группам обслуживаемого населения.

7. Системный характер удовлетворения потребительской кооперацией спроса сельского населения получает свою логическую завершенность в ее ассортиментной политике, суть которой состоит в максимально возможном приближении к сельским жителям устойчивого ассортимента товаров повседневного спроса с одновременным сосредоточением непродовольственных товаров сложного ассортимента в более

крупных торговых предприятиях, находящихся в основном в райцентрах и других небольших городских поселениях. Данное обстоятельство объективно обуславливает и необходимость соответствующего разграничения основных функций между разными типами оптовых баз потребительской кооперации. Нарушение этого принципа приводит к ухудшению общего состояния удовлетворения спроса жителей села.

Ассортиментная политика по удовлетворению спроса сельского населения должна основываться на совокупности ресурсов, имеющихся в системе потребительской кооперации, которые, в свою очередь, зависят не только от эффективности работы ее звеньев, но и от многих факторов внешней среды, прежде всего от экономической ситуации в народном хозяйстве в целом, а также от объемов и структуры указанного спроса.

На данном этапе неизбежно видоизменяются подходы к регулированию рассматриваемой ассортиментной политики. Если ранее регулировались верхний и нижний пределы ассортимента товаров, находящихся в торговых предприятиях, то в нынешних условиях существует возможность и целесообразность устанавливать только минимальный ассортимент этих товаров. При изменении экономических условий /ресурсов/ данные минимумы должны расширяться или сужаться, а при достижении оптимальных условий деятельности они преобразуются в ранее действовавшие для торговых предприятий обязательные ассортиментные перечни товаров.

8. Главная цель и практика деятельности потребительской кооперации по целому ряду существенных признаков однородны и принципиально близки к концепции маркетинга. При этом осуществление потребительской кооперацией неприбыльной или даже убыточной торговой деятельности в сельской местности обусловлено не только необходимостью обслуживания своих пайщиков, но и вытекает из особых стратегических положений маркетинга, направленных на освоение и удержание крупных рынков или их сегментов, каковым является сельский потребительский рынок.

С развитием рыночных отношений в связи с конкуренцией и появлением новых торговых структур зоны деятельности потребительской кооперации, ранее закрепленные за ней, объективно могут терять свою жесткую определенность, а контингенты обслуживаемых покупателей будут в конечном счете зависеть от эффективности хозяйственной деятельности кооперативных организаций и проводимых ими маркетинговых мероприятий.

Учитывая, что маркетинг является в сущности механизмом систем-

ного удовлетворения спроса покупателей, а потребительская кооперация, в свою очередь, выступает как одна из организационно-институциональных структур, наиболее пригодных к такому способу хозяйствования, эффективность использования кооперативными организациями элементов и положений маркетинга в конечном счете зависит от учета при этом природы и закономерностей системного характера удовлетворения спроса сельского населения.

СПИСОК РАБОТ, ОПУБЛИКОВАННЫХ
АВТОРОМ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Монографии, брошюры, депонированные рукописи

1. Рынок, маркетинг, менеджмент / А.И. Савинский, В.И. Ежель, А.И. Капштык, З.М. Мадаев. – Минск: Ураджай, 1995. – 184 с.
2. Потребительская кооперация и сельский рынок / А.И. Савинский, Л.Л. Лаппо, А.И. Капштык и др. – Минск: МП, 1993. – 216 с.
3. Капштык А.И., Лельчук З.А. Повышение экономической эффективности розничных торговых предприятий, обслуживающих сельских жителей Белоруссии / ЦБТЭИ Центросоюза. – Серия: Розничная торговля. – М., 1989. – 35 с.
4. Капштык А.И., Галиенко И.В. Совершенствование товародвижения в кооперативной торговле Белорусской ССР / ЦБТЭИ Центросоюза. – Серия: Оптовая торговля. – М., 1990. – 36 с.
5. Капштык А.И., Лельчук З.А. Торговое обслуживание жителей малых населенных пунктов Белоруссии / ЦБТЭИ Центросоюза. – Серия: Розничная торговля. – М., 1991. – 30 с.
6. Галиенко И.В., Капштык А.И. Опыт работы Молодечненской межрайбазы Минского облпотребсоюза / ЦБТЭИ Центросоюза. – Серия: Оптовая торговля. – М., 1988. – 37 с.
7. Пути повышения эффективности оптовой торговли потребительской кооперации Белорусской ССР / А.И. Капштык, З.А. Лельчук, Р.И. Коломойцева, В.П. Ран. – Препринт / Бел. филиал ВНИИЭКТ Центросоюза. – Минск, 1986. – 114 с.
8. Разработка предложений по повышению рентабельности магазинов, торгующих товарами повседневногo оспра, и совершенствование методики дифференциации торговых скидок в потребительской кооперации Белорусской ССР / А.И. Капштык, З.А. Лельчук, Т.Н. Орлова и др. – Препринт / Бел. филиал ВНИИЭКТ Центросоюза. – Минск, 1987. – 102 с.
9. Анализ схем путей товародвижения в кооперативной торговле

Белорусской ССР и разработка предложений по их совершенствованию / А.И. Капштык, Э.А. Лельчук, Т.Н. Орлова и др. – Препринт / Бел. филиал ВНИИПК Центросоюза. – Минск, 1989. – 73 с.

10. Повышение рентабельности кооперативной торговли Белорусской ССР за счет укрепления хозрасчета и усиления режима экономии / Э.А. Лельчук, А.И. Капштык, П.И. Мезян и др. – Препринт / Бел. филиал ВНИИОЖТ Центросоюза. – Минск, 1983. – 93 с.

11. Капштык А.И. Влияние личного подсобного хозяйства на платежеспособный спрос сельского населения / Новая советская литература по общественным наукам. Экономика. – 1983, №1. – Деп. в ИНИОН АН СССР 24.08.82, №10972. – 20 с.

12. Капштык А.И. Особенности формирования и удовлетворения экономических потребностей сельского населения при социализме / Новая советская литература по общественным наукам. Экономика. – 1985, №5. – Деп. в ИНИОН АН СССР 11.01.85, №19253. – 23 с.

Статьи, тезисы докладов и другие публикации

13. Капштык А.И. О классификации уровней экономических потребностей населения при социализме // Сб. Вопросы экономической теории и практики хозяйствования. – М.: МЭСИ, 1981. – С. 113 – 119.

14. Капштык А.И. Характеристика видов и форм выражения платежеспособного спроса населения при социализме // Сб. Экономические законы социализма и экономическая политика. – М.: МЭСИ, 1982. – С. 40–47.

15. Капштык А.И. К вопросу о сущности и соотношении платежеспособного спроса и платежеспособной потребности населения при социализме // Сб. Экономические законы и их использование в условиях развитого социализма. – М.: МЭСИ, 1983. – С. 173–182.

16. Капштык А.И. Роль формирования и удовлетворения экономических потребностей сельского населения в повышении эффективности общественного производства // Эффективность при социализме: содержание, формы и пути повышения. Мат. конф. // Экономические науки. – 1983, №12. – С. 112.

17. Капштык А.И., Шелег Н.С. Некоторые вопросы изучения трудовой миграции сельского населения БССР // Актуальные вопросы повышения эффективности региональной экономики. Тез. докл. конф. – Минск, 1983. – Ч. 2. – С. 59–61.

18. Шелег Н.С., Капштык А.И. Некоторые методологические проблемы комплексного исследования экономики кооперативной торговли республики /на примере Белорусской ССР/ // Актуальные вопросы по-

вышения эффективности региональной экономики. Тез. докл. конф. - Минск, 1983. - Ч. 2. - С.94-97.

19. Капштык А.И. Повышение эффективности кооперативной торговли за счет использования резервов роста ее рентабельности /на примере Белорусской ССР/ // Проблемы регионального планирования. Тез. докл. всеос. науч. школы. - Минск, 1984. - Ч. I. - С.63-65.

20. Лельчук З.А., Капштык А.И. Работать по-хозяйски // Сельское хозяйство Белоруссии. - 1984, №6. - С.36-37.

21. Шелег Н.С., Капштык А.И. Усиление режима экономии в кооперативной торговле Белорусской ССР // Актуальные экономические проблемы и пути повышения эффективности общественного производства в республике. Тез. докл. конф. - Минск, 1984. - Ч. I. - С.164-166.

22. Капштык А.И., Лельчук З.А. Совершенствование торговых скидок, предоставляемых потребительской кооперации // Повышение уровня жизни трудящихся и система розничных цен. Тез. докл. всеос. конф. - М., 1985. - С.210-212.

23. Капштык А.И., Лельчук З.А. Совершенствование хозрасчетных взаимоотношений кооперативной торговли БССР с промышленностью // Совершенствование хозяйственного механизма в условиях экономического эксперимента. Тез. докл. конф. - Минск, 1985. - Ч. 2. - С.27-29.

24. Холоповский В.П., Капштык А.И., Батьковец Г.А. Развитие дополнительных услуг населению в потребительской кооперации БССР // Система услуг населению. Тез. докл. всеос. семин. - Минск, 1985. - С.178-180.

25. Капштык А.И., Коломойцева Р.И. Эффективность предприятий кооперативной оптовой торговли // Повышение эффективности использования производственного потенциала АПК. Тез. выступ. конф. - Минск, 1986. - С.141-142.

26. Капштык А., Лельчук З. Между складом и прилавком // Народное хозяйство Белоруссии. - 1986, №8. - С.28.

27. Капштык А.И. Повышение эффективности кооперативной оптовой торговли /на примере Белорусской ССР/ // Проблемы ускорения экономического и социального развития потребительской кооперации. Тез. докл. конф. - М., 1987. - С.254-255.

28. Капштык А.И., Холоповский В.П., Батьковец Г.А. Развитие научно-технического прогресса в кооперативной торговле // Проблемы интенсификации экономики республики на основе ускорения научно-технического прогресса. Тез. докл. конф. - Минск, 1987. - Ч. 2. - С.184-186.

29. Рекомендации по совершенствованию организации и повышению эффективности работы предприятий розничной торговли, открываемых в малых населенных пунктах, и улучшению обслуживания их жителей / В.П. Холоповский, Д.М. Сыровежко, А.И. Капштык и др. - Препринт / Белкоопсоюза; Бел. филиал ВНИИЗКТ Центросоюза. - Минск, 1987. - 21 с.

30. Капштык А.И., Лельчук З.А. Чтобы повысить рентабельность сельских магазинов // Сельское хозяйство Белоруссии. - 1988, №4. - С.30.

31. Капштык А.И. Повышение рентабельности кооперативной торговли Белорусской ССР в новых условиях хозяйствования // Совершенствование хозяйственного механизма торговли в XII пятилетке. Тез. докл. респ. конф. - Тарту, 1988. - С.60-62.

32. Капштык А.И. Повышение эффективности кооперативной оптовой торговли /на примере Белорусской ССР/ // Юбилей Октября - творчество молодых. - Мат. респ. конф. - Минск, 1988. - С.49-51.

33. Капштык А., Лельчук З. Истоки рентабельности // Советская потребительская кооперация. - 1988, №8. - С.20-21.

34. Капштык А.И., Лельчук З.А. Почему отстаем? // Сельское хозяйство Белоруссии. - 1989, №11. - С.30.

35. Капштык А.И., Лельчук З.А. Самофинансирование потребительских обществ Белорусской ССР в новых условиях хозяйствования // Совершенствование хозяйственного механизма в потребительской кооперации в условиях действия Закона СССР "О кооперации в СССР". Тез. всес. конф. - М., 1989. - Ч. 2. - С.31-33.

36. Капштык А.И., Холоповский В.П., Курак А.Я. Развитие арендных форм организации труда в кооперативной торговле республики // Развитие коллективного и арендного подряда в условиях хозрасчета и самофинансирования. - Тез. конф. - Минск, 1989. - С.123-124.

37. Савинский А.И., Капштык А.И. Использование закона спроса и предложения в практике управления внутренним рынком // Повышение эффективности внутреннего рынка товаров народного потребления и услуг. Мат. респ. семинар. - Ташкент, 1989. - Ч. I. - С.31-34.

38. Савинский А.И., Капштык А.И., Лельчук З.А. Пути повышения рентабельности кооперативной торговли на селе // Сб. Совершенствование работы по изучению и прогнозированию спроса в новых условиях хозяйствования. - М.: ВНИИШК Центросоюза, 1989. - С.123-132.

39. Савинский А., Капштык А., Лельчук З. Торговля и финансовое оздоровление потребительских обществ // Советская потребительская кооперация. - 1989, №12. - С.22-24.

40. Капштык А.И. Обеспечение самофинансирования торговых орга-

низаций потребительской кооперации Белорусской ССР // Формирование рыночных отношений в условиях суверенитета республики: проблемы и пути решения. Тез. докл. конф. - Минск, 1990. - С.121-122.

41. Капштык А.И., Орлова Т.Н. Совершенствование порядка образования фонда оплаты труда в кооперативной торговле // Повышение эффективности отраслей деятельности потребительской кооперации. Тез. докл. всес. конф. - М., 1990. - Ч. 2. - С.113-116.

42. Лельчук З.А., Капштык А.И. Укрепление финансового положения торговых организаций потребительской кооперации Белорусской ССР за счет рационализации товародвижения // Системный анализ и совершенствование хозяйственного механизма предприятия в условиях перестройки. Мат. всес. конф. - Свердловск, 1990. - Ч. 2. - С.40-42.

43. Ран В.П., Капштык А.И. Совершенствование товародвижения в кооперативной торговле Белорусской ССР // Повышение эффективности отраслей деятельности потребительской кооперации. Тез. докл. всес. конф. - М., 1990. - Ч. 2. - С.144-147.

44. Капштык А.И., Кармес Н.Г. Экономическая эффективность автомагазинов потребительской кооперации Белорусской ССР // Сб. Проблемы развития хозяйственного механизма в потребительской кооперации. - М., 1990.-С. 66-68 / Библиографическая информация: ЦБТЭИ Центросоюза. - 1991, №1. - Деп. в ЦБТЭИ Центросоюза 25.12.90, №251.

45. Капштык А.И., Лельчук З.А. Рентабельность кооперативной торговли Белорусской ССР в новых условиях хозяйствования // Сб. Проблемы развития хозяйственного механизма в потребительской кооперации. - М., 1990. - С.3-11 / Библиографическая информация: ЦБТЭИ Центросоюза. - 1991, №1. - Деп. в ЦБТЭИ Центросоюза 25.12.90, №251.

46. Капштык А.И., Орлова Т.Н. Повышение рентабельности сельских магазинов потребительской кооперации Белорусской ССР // Сб. Проблемы развития хозяйственного механизма в потребительской кооперации. - М., 1990. - С.63-65 / Библиографическая информация: ЦБТЭИ Центросоюза. - 1991, №1. - Деп. в ЦБТЭИ Центросоюза 25.12.90, №251.

47. Холоповский В.П., Гуца В.И., Капштык А.И. Совершенствование работы оптовых предприятий в новых условиях хозяйствования в Белорусском потребсоюзе // Научно-техн. инф. сб.: ЦБТЭИ Центросоюза. - М., 1991, №3. - С.20-33.

48. Капштык А.И. Сокращение численности сельских покупателей в

районах, пострадавших от аварии на Чернобыльской АЭС // Результаты научных исследований, выполненных в соответствии с Государственной программой по ликвидации в Республике Беларусь последствий катастрофы на Чернобыльской АЭС, и задачи по решению комплекса проблем в загрязненных радионуклидами районах. Тез. докл. респ. конф. - Минск, 1992. - С.77.

49. Галенко Н., Капштык А. Патриарх кооперативных дел // Вести потребкооперации. - 1993, №8. - С.7.

50. Капштык А. Собственность потребительской кооперации: кому и в какой мере она принадлежит? // Вести потребкооперации. - 1993, №2. - С.2.

51. Капштык А.И. Ликвидация убыточности торговых предприятий, находящихся в малых населенных пунктах Беларуси // Информатика и рыночная экономика. Мат. междунар. конф. - Гомель, 1994. - Ч. I. - С.102.

52. Капштык А.И., Мадаев З.М., Байбардина Т.Н. Маркетинг в потребительской кооперации // Сб. Актуальные проблемы развития потребительской кооперации в условиях рынка. - Гомель: ГКИ, 1995. - С.44-57.

53. Капштык А.И. Развитие экономических основ удовлетворения спроса сельского населения // Торговое предприятие в системе рыночной экономики: новые организационные формы и оценка деятельности. Тез. докл. междунар. конф. - Минск, 1995. - Ч. I. - С.28-31.

А. Капштык

Р Э З Ю М Э

Капштык Аляксандр Іванавіч

"Спажывецкая кааперацыя і задавальненне попыту сельскага насельніцтва"

Спажывецкая кааперацыя, кааператыўныя арганізацыі і прадпрыемствы, попыт сельскага насельніцтва, задавальненне попыту, члены - пайшчыкі, кааператыўная уласнасць, эканамічныя адносіны, эканамічныя інтарэсы, сельскі гандаль, таварныя рэсурсы, гаспадарчы механізм, эфектыўнасць спажывецкай кааперацыі, рэнтабельнасць кааператыўнага гандлю, маркетынг.

Дысертацыя накіравана на вывучэнне актуальных праблемных пытанняў спажывецкай кааперацыі і попыту сельскага насельніцтва. Яна прысвечана даследаванню сутнасных сацыяльна-эканамічных аспектаў і заканамернасцей дзейнасці спажывецкай кааперацыі па задавальненню попыту сельскага насельніцтва, а таксама абгрунтаванню асноўных накірункаў удасканалення гэтай дзейнасці ва ўмовах станаўлення рынку. Метадалагічнай асновай работы з'яўляецца метады матэрыялістычнай дыялектыкі. Выкарыстаны сістэмны падыход, прынцыпы індукцыі і дэдукцыі, аналізу і сінтэзу і іншыя метады і прыёмы.

Даследавана сацыяльна-эканамічная сутнасць попыту сельскага насельніцтва. Раскрываюцца найбольш важныя эканамічныя аспекты функцыянавання спажывецкай кааперацыі як спецыфічнай формы задавальнення гэтага попыту. Вызначаны асноўныя накірункі павышэння эфектыўнасці і рэнтабельнасці сельскага кааператыўнага гандлю. Выяўлены асаблівасці і абгрунтаваны шляхі удасканалення арганізацыйна-інстытуцыйных асноваў задавальнення попыту сельскага насельніцтва.

Указаныя пытанні і ўся праблема ўвогуле у палітэканамічным і агульнаметадалагічным аспектах даследаваны ўпершыню. Вывады і рэкамендацыі, якія ёсць у дысертацыі, выкарыстаны ў шэрагу навукова-даследчых работ па эканамічных пытаннях спажывецкай кааперацыі Рэспублікі Беларусь, а таксама ў практыцы дзейнасці яе арганізацый.

Р Е З Ю М Е

Капштык Александр Иванович

"Потребительская кооперация и удовлетворение спроса сельского населения"

Потребительская кооперация, кооперативные организации и предприятия, спрос сельского населения, удовлетворение спроса, члены-пайщики, кооперативная собственность, экономические отношения, экономические интересы, сельская торговля, товарные ресурсы, хозяйственный механизм, эффективность потребительской кооперации, рентабельность кооперативной торговли, маркетинг.

Диссертация направлена на изучение актуальных проблемных вопросов потребительской кооперации и спроса сельского населения. Она посвящена исследованию сущностных социально-экономических аспектов и закономерностей деятельности потребительской кооперации по удовлетворению спроса сельского населения, а также обоснованию основных направлений совершенствования этой деятельности в условиях становления рынка. Методологической основой работы является метод материалистической диалектики. Использован системный подход, принципы индукции и дедукции, анализа и синтеза и другие методы и приемы.

Исследована социально-экономическая сущность спроса сельского населения. Раскрываются наиболее важные экономические аспекты функционирования потребительской кооперации как специфической формы удовлетворения этого спроса. Определены основные направления повышения эффективности и рентабельности сельской кооперативной торговли. Выявлены особенности и обоснованы пути совершенствования организационно-институциональных основ удовлетворения спроса сельского населения.

Указанные вопросы и вся проблема в целом в политэкономическом и общеметодологическом аспектах исследованы впервые. Содержащиеся в диссертации выводы и рекомендации использованы в ряде научно-исследовательских работ по экономическим проблемам потребительской кооперации Республики Беларусь, а также в практике деятельности ее организаций.

S U M M A R Y

Alexander Ivanovich Kapshtyik

"Cooperative Society and Meeting the Demand of Rural Population"

Cooperative Society, cooperative organisations and enterprises, demand of rural population, meeting the demand, members-shareholders, cooperative ownership, economic relations, economic interests, rural trade, goods resources, economic mechanism, effectiveness of cooperative society, profitability of cooperative trade, marketing.

The Ph.D. thesis is aimed at studying actual problematic issues of cooperative society and the demand of rural population. It is devoted to the study of essential social-economic aspects and conformities to the cooperative society's activity targeted on meeting the demand of rural population and also to substantiation of basic directions of this activity in transitional economy. Methodological basis of the work is the method of materialistic dialectics. Principles of induction and deduction, analysis and synthesis, systematic approach and other methods are also used.

Social-economic nature of rural population's demand was studied. The most important aspects of functioning of cooperative society as a specific form of meeting the demand are described and the main ways of increasing the profitability of rural cooperative trade are defined. The ways of improvement of the organisational-institutional basis of meeting the demand are substantiated and peculiarities--revealed.

The issues pointed out and the problem on the whole have been observed for the first time from the point of view of political science and general methodologic aspects. Recommendations and conclusions drawn in the thesis have been used in a number of scientific research works on economic problems of cooperative society in Belarus so as in practical activity of Belarussian organisations.

Подписано в печать 5.07.96.
Формат 60x84/16. Объем 2 п.л.
Тираж 120 экз. Заказ 215.
Отпечатано на ротапринте БГЭУ.
220672, г. Минск-70, пр. Партизанский, 26.