

**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ**

УДК 658.8.011.46+339.1

КОРОБКИН АНАТОЛИЙ ЗИНОВЬЕВИЧ

**МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОЯВЛЕНИЯ
СОЦИАЛЬНОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА
(НА ПРИМЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)**

**Специальность 08.00.05 -
Экономика и управление народным хозяйством**

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

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

Минск - 1997

Работа выполнена в Гомельском кооперативном институте

Научный руководитель: кандидат экономических наук,
старший научный сотрудник
САВИНСКИЙ А. И.

Официальные оппоненты: доктор экономических наук,
профессор
ТУР А. Н.

кандидат экономических наук,
ЩЕЛЕГ Н. С.

Оппонирующая организация: Научно-исследовательский
экономический институт
Министерства экономики
Республики Беларусь

Защита состоится 19 декабря 1997 г. в 14 ч.00 мин. на заседании совета по защите диссертаций Д 02.07.02 при Белорусском государственном экономическом университете по адресу: 220672, г. Минск, Партизанский проспект, 26. Зал заседаний совета.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Белорусского государственного экономического университета.

Автореферат разослан 11 ноября 1997 г.

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

Г. А. Коро.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность темы диссертации. На данном этапе развития рынка, ранее использовавшиеся методы хозяйствования и управления кооперативной торговлей оказались недостаточно эффективными и вошли в определенное противоречие с его реалиями. Об этом свидетельствуют кризисные явления в кооперативной торговле, определившие падение физического объема товарооборота, снижение его удельного веса в товарообороте Республики Беларусь, возросший уровень издержек обращения, убыточную или низкорентабельную работу значительного числа кооперативных организаций и торговых предприятий.

Для преодоления названных и других подобных явлений требуется прежде всего проанализировать и научно изучить причины их возникновения, т.е. исследовать непосредственно механизм формирования и проявления эффективности кооперативной торговли в современных условиях. Данное обстоятельство определило выбор темы, общие подходы и конкретные методы исследования.

Вопросам эффективности торговли вообще и кооперативной, в частности, в прошлом были посвящены многочисленные монографии и статьи, которые и в настоящее время по ряду вопросов сохраняют свою актуальность. Однако, значительная часть из них не отражает новых методических подходов к оценке эффективности, а тем более к исследованию механизма ее формирования в изменившихся условиях. Требуют также своего решения такие проблемы, как конкретизация критериев экономической, социальной и социально-экономической эффективности, определение обобщающего показателя эффективности кооперативной торговли, определение оптимальности в соотношении социальной и экономической эффективности.

Это важно еще и потому, что специфика кооперативной торговли, обусловлена особенностями деятельности потребительской кооперации, которая представляет собой особую общественно-массовую и многоотраслевую хозяйственную организацию, включающую 15 отраслей и видов деятельности.

Теоретико-методологические аспекты, понятия, содержание, формы проявления эффективности торговли рассматриваются в трудах отечественных и зарубежных авторов, таких как И.Т.Абдукаримов, М.И.Ваканов, И.Д.Варчук, Л.П.Басков, Л.В.Балабанова, В.М.Боло-

тин, Р.П.Валевич, В.П.Воронин, Г.Л.Громыко, А.И.Гребнев, Е.И.Данилов, М.М.Дарбинян, Д. Долан, В.Т.Жигалов, В.К.Задорожный, В.И.Иваницкий, Н.И.Кабушкин, Г.А.Короленок, Ж.Д.Кондеева, Л.И.Кравченко, А.А.Кудрявцев, Р.А.Локшин, А.В.Орлов, В.Парето, Ф.Г.Панкратов, В.И.Петрова, В.Р.Прауде, Н.П.Писаренко, А.И.Руденко, Р.С.Сайфулин, А.Д.Шермет, А.М.Фридман, С.Фишер, К.Эклунд, Е.Г.Ясин и др. Однако в них, на наш взгляд, не нашли достаточного разрешения указанные выше проблемы, поскольку они не в полной мере учитывают особенности развития кооперативной торговли в условиях рынка. Актуальность работы состоит и в том, что в экономической литературе вопросам социальной эффективности торговли не уделяется должного внимания. Главной целью представляется получение прибыли и ее максимизация. Такой подход противоречит одному из основных международных принципов деятельности кооперации, как общественно-массовой организации.

Связь работы с крупными научными программами, темами. Диссертация выполнялась во взаимосвязи с разрабатываемыми Научно-исследовательским институтом Белкоопсоюза темами, такими как "Научно-методическое обеспечение Программы развития внутренней торговли Республики Беларусь до 2000 года", выполненной в 1996г. в соответствии с решением Совета Министров Республики Беларусь, и "Изучение путей и разработка предложений по повышению эффективности торговой деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь в условиях рыночных отношений" (1995 г.), в разработку которых автор внес свой определенный вклад.

Цель и задачи исследования. Цель диссертационного исследования состоит в том, чтобы на основе изученных теоретических разработок и обобщения опыта хозяйственно-финансовой деятельности кооперативной торговли раскрыть сущность и оценить основные элементы механизма формирования и проявления социальной и экономической эффективности в их взаимосвязи.

Для достижения указанной цели решались следующие задачи:

- рассматривалась сущность рынка как социально-экономической категории;
- определялась роль и место потребительской кооперации Республики Беларусь в структуре рынка;
- уточнялись и конкретизировались понятия и критерии оценки экономической, социальной и социально-экономической эффективности кооперативной торговли;

- разрабатывалась комплексная система показателей оценки социальной, экономической и социально-экономической эффективности кооперативной торговли и методика их расчета;
- рассматривались и оценивались особенности формирования эффективности кооперативной торговли, как ведущей отрасли в многотраслевом механизме хозяйствования потребительской кооперации;
- выявлялись и систематизировались основные факторы, определяющие эффективность торговли потребкооперации;
- анализировалась форма проявления и выражения эффективности кооперативной торговли;
- определялись основные направления повышения эффективности кооперативной торговли и меры по достижению оптимального соотношения социальной и экономической эффективности;
- обосновывались методические подходы к разработке обобщающего показателя эффективности кооперативной торговли.

Научная новизна полученных результатов. Определенную научную новизну отражают следующие результаты исследования:

- в научный оборот введено понятие "механизм формирования и проявления социальной и экономической эффективности торговли потребительской кооперации", выявлены его элементы и раскрывается его сущность;
- разработана система показателей оценки эффективности торговли, а также обоснованы и предложены для практического использования нетрадиционные показатели такой оценки;
- обоснованы методические подходы для расчета обобщающего показателя и оценки соотношения экономической и социальной эффективности кооперативной торговли. На этой основе предложена модель оптимального соотношения экономической и социальной эффективности;
- рекомендованы новые подходы к формированию информационной базы для расчета отдельных показателей эффективности кооперативной торговли.

Практическая значимость полученных результатов состоит в том, что использование предложенных в работе методических подходов к оценке эффективности кооперативной торговли, как комплексной категории, а также оптимизации соотношения экономической и социальной эффективности в практической работе кооперативных предприятий и организаций будет способствовать целенаправленной

выработке и осуществлению мер по совершенствованию деятельности потребительской кооперации в целом .

Основные теоретические посылки, положения и выводы диссертационного исследования могут быть использованы в преподавании курса "Экономическая теория", а также в процессе изучения ряда других дисциплин в высших и средних специальных учебных заведениях потребительской кооперации, таких как "Экономика кооперативной торговли", "Экономика потребительской кооперации", "Экономика торгового предприятия", "Микроэкономика" и др.

В настоящее время в учебный процесс Гомельского кооперативного института внедрена деловая игра "Экономическая эффективность торгового предприятия потребительской кооперации", в которой нашли отражение результаты настоящего исследования.

Содержащиеся в работе предложения могут быть использованы организациями и предприятиями потребкооперации, ее научными учреждениями, а также субъектами других рыночных структур при разработке и осуществлении мер по совершенствованию анализа и повышению эффективности торговли.

Экономическая значимость полученных результатов. Результаты исследования могут рассматриваться в качестве интеллектуальной продукции и применяться в практической деятельности субъектов хозяйствования в условиях рынка, в процессе подведения итогов работы кооперативных предприятий и организаций.

Основные положения диссертации, выносимые на защиту:

1. Понятие механизма формирования и проявления эффективности торговли и его составляющих элементов.

2. Рассмотрение особенностей эффективности кооперативной торговли как категории, количественно и качественно характеризующей результативность не только самой кооперативной торговли, но и итоги деятельности потребительской кооперации в целом.

3. Необходимость и практическое значение оценки соотношения социальной и экономической эффективности торговли как интегрированного показателя итогов ее деятельности.

4. Методику разработки обобщающего показателя социально-экономической эффективности кооперативной торговли, а также подходы к оценке оптимального соотношения его элементов.

Личный вклад соискателя. Представленная работа как целостная диссертационная концепция является оригинальным научным трудом, выполненным соискателем самостоятельно с учетом изучения и

обобщения различных теоретических материалов и практики деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь.

Апробация результатов исследования. Основные результаты исследования были доложены на 5 международных и республиканских научно-практических конференциях, проводимых с 1994 года: Международной научно-практической конференции "Проблемы повышения эффективности и конкурентоспособности потребительской кооперации и ее кадрового обеспечения в условиях рынка", посвященной 30-летию Гомельского кооперативного института (Гомель, ГКИ, 1994 г.); Международной научно-практической конференции "Торговые предприятия в системе рыночной экономики: новые организационные формы и оценка деятельности" (Минск, ВГЭУ, декабрь 1995 г.); Международной конференции "Проблемы и перспективы экономического развития потребительской кооперации" (Кишинев, ККУМ, март 1997 г.); научно-практической конференции "Потребительская кооперация России в системе рыночных отношений: проблемы и перспективы" (Велгород, ВУПК, апрель 1997 г.); межвузовской конференции аспирантов и студентов ГПИ и ГКИ (Гомель, ГКИ, май 1997 г.). Тезисы докладов и выступлений опубликованы в соответствующих изданиях. Кроме того, отдельные положения диссертационной работы излагались на методических семинарах и заседаниях кафедры экономики торговли Гомельского кооперативного института.

Опубликованность результатов. По теме диссертации опубликовано (самостоятельно и в соавторстве) 8 работ объемом 56 страниц, в том числе 2 статьи в газете и журнале, 5 тезисов докладов и выступлений на конференциях, 1 деловая игра.

Структура и объем диссертации. Диссертация состоит из введения, общей характеристики работы, трех глав, выводов, списка использованных источников и приложений. Работа содержит 187 страниц. Объем, занимаемый иллюстрациями (32 таблицы, 10 рисунков, 34 формулы, 21 приложение) составляет 74 страницы. Список использованных источников включает 229 наименований, изложенных на 14 страницах.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе "Теоретические аспекты оценки эффективности торговли" рассмотрены понятия "рынок" и "структура рынка", место потребительской кооперации в ней. Раскрывается сущность понятия

"эффективность торговой деятельности", предложена система показателей оценки эффективности торгового предприятия и обобщающий показатель социально-экономической эффективности.

Для научного понимания категории "рынок" учитывалось, что для нормальной жизнедеятельности субъекту необходимо производить, распределять, обменивать и потреблять материальные и духовные блага. Разделение и кооперация труда предопределили необходимость обмена продуктами труда и появление денег, как средства, позволяющего оценивать количество и качество труда, обеспечивать обмен продуктами между членами общества.

Рынок можно рассматривать как продукт эволюции общественного обмена веществ и удовлетворения потребностей субъектами рынка в процессе производства, распределения, обмена и потребления материальных и духовных благ с использованием денег.

Сущность понятия "рынок" очень тесно связана с сущностью понятия "торговля". Между их содержанием есть немало общего, прежде всего, таких явлений, как обмен с использованием денег; наличие производителей-продавцов и потребителей-покупателей, проявляющих спрос и предложение; общность условий функционирования. Они являются основой и формой взаимодействия субъектов рынка, оказывают решающее воздействие на производство и потребление. Если рынок охватывает практически все процессы, связанные с производством, распределением, обменом и потреблением, то торговля опосредует и проявляет эти процессы в сфере обращения товаров. Рынок является диалектической взаимосвязью сущностного функционирования явлений общественного обмена веществ, тогда как торговля - его формой.

Эта взаимосвязь, на наш взгляд, позволяет рассматривать эффективность торговли в широком плане как с общественной (социальной) стороны, так и экономической - с позиций итогов хозяйственной деятельности непосредственно торговых организаций, то есть субъектов рынка.

Современный этап развития экономики усиливает роль потребительской кооперации, рожденной в свое время, как один из элементов рынка в ответ на его монополизацию.

В настоящее время в экономическом плане потребительская кооперация объединяет более 15 взаимодействующих между собой отраслей и видов деятельности. Объектами рынка предстают 26 тысяч предприятий и организаций потребительской кооперации, в которых

занято 130 тысяч работников. Их роль различается в зависимости от выполняемых ими функций в сложном процессе общественного обмена веществ. Основными из них являются предприятия торговли, общественного питания, заготовок, промышленности, сельского хозяйства, строительства, транспорта и т.д.

Одновременно в качестве общественно-массовой организации в ее рядах насчитывается 1,9 млн. пайщиков. Деятельность кооперативных организаций и предприятий определяется международными кооперативными принципами. Белкоопсоюз является членом Международного кооперативного альянса. Эти особенности потребительской кооперации предопределяют соответствующие методические подходы к рассмотрению сущности и системы показателей эффективности кооперативной торговли.

Эффективность торговой деятельности представляется необходимым рассматривать и оценивать, как в экономическом, так и в социальном аспектах в силу ее особых функций. Социально-экономическая эффективность торговли - это комплексная категория, которая в трех именованных характеризуется: степенью удовлетворения спроса покупателей, качеством их обслуживания, а также уровнем прибыльности и доходности от характера использования привлекаемых ресурсов.

Для оценки социально-экономической эффективности торговли предложена система показателей, отражающая как социальную, так и экономическую стороны торговой деятельности. В широком плане экономическую эффективность следует рассматривать по трем группам показателей, характеризующих результаты торговли (розничный товарооборот, доходы, прибыль), экономический потенциал (эффективность использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов) и издержки обращения (эффективность текущих затрат или потребленных ресурсов). Социальную эффективность в настоящее время представляется необходимым рассматривать также посредством трех групп показателей, характеризующих удовлетворение спроса и экономию затрат обслуживаемого населения на приобретение товаров; уровень жизни, труда и быта работников торговли, с учетом предоставления им определенных льгот, а также проявление социальной эффективности кооперативной торговли на общественном уровне. Для того, чтобы в целом оценить социально-экономическую эффективность кооперативной торговли, обосновывается необходимость использования обобщающего показателя. Для этого рекоменду-

ется специальная модель:

$$O_c \approx \sqrt[3]{\Xi \times C},$$

где O_c $\approx$ - значение обобщающего показателя социально-экономической эффективности торговой деятельности;

Ξ - комплексный показатель экономической эффективности;

C - комплексный показатель социальной эффективности.

Комплексные показатели экономической и социальной эффективности рассчитываются как сумма квадратов матричных значений частных показателей эффективности. В расчет комплексного показателя экономической эффективности торговли потребительской кооперации предлагается включать следующие показатели, отражающие различные стороны экономической эффективности в современных условиях: темп роста физического объема розничного товарооборота; общая рентабельность, то есть совокупная прибыль всех отраслей деятельности потребительской кооперации по отношению к розничному товарообороту; издержкоотдача; производительность труда; доля собственных средств в оборотных средствах; уровень освоения рынка.

Для расчета комплексного показателя социальной эффективности предлагаются следующие показатели: физический объем розничного товарооборота в расчете на одного жителя (пайщика); количество торгово-оперативных работников, приходящихся на 1000 жителей обслуживаемого населения; доля магазинов самообслуживания в общей численности магазинов; количество предприятий розничной торговой сети в среднем на 1000 жителей; средняя заработная плата; индекс соотношения средней заработной платы и цен. Как показало исследование, для оценки социальной эффективности кооперативной торговли важное значение имеет показатель, характеризующий удельный вес предприятий торговли, расположенных в сельской местности.

Оптимальное соотношение элементов эффективности представляется таким, при котором невозможно дальнейшее увеличение экономической эффективности без соответствующего снижения социальной, или наоборот.

Чтобы определить ранговые места по значимости социально-экономической эффективности на основании сочетания ее элементов, следует сумму мест значений комплексных показателей сопоставить с их разностью по модулю.

Критерием распределения мест будет являться минимальное

значение суммы и модульной разницы ранговых мест:

$$M_a + M_c \rightarrow \min$$

$$|M_a - M_c| \rightarrow \min,$$

где M_a , M_c - ранговые места значений комплексных показателей соответственно экономической и социальной эффективности кооперативной торговли.

Во второй главе "Механизм формирования эффективности торговой деятельности потребительской кооперации" решались две основные задачи исследования. Во-первых, рассматривались и оценивались особенности кооперативной торговли и систематизировались основные факторы, влияющие на ее эффективность, во-вторых.

Основными тремя функциями торгового предприятия являются: торгово-оперативная, хозяйственного обслуживания торговых единиц и управленческая. Торгово-оперативная функция включает в себя следующие составляющие: контакты с поставщиками и покупателями, изучение спроса, заключение договоров, подготовка товара к продаже, обслуживание покупателей и т.д. Содержанием функции хозяйственного обслуживания является строительство магазинов, их ремонт, обновление оборудования и т.д. Функция управления включает в себя планирование, учет, контроль, координирование деятельности и организацию труда.

Главной особенностью кооперативной торговли с точки зрения закупки товаров является то, что по многим товарам поставщиками являются производственные и заготовительно-перерабатывающие предприятия потребительской кооперации, которые поставляют ей порядка 1,2 тысяч хлебобулочных, кондитерских, колбасных, мясных и других продуктов. Доля собственных товарных ресурсов потребительской кооперации в ее розничном товарообороте в 1996 г. составила 36,4%.

Следует отметить, что одной из особенностей кооперативной торговли является специфичность спроса, который предъявляется к ассортименту товаров ее предприятий. Специфичность спроса заключается во-первых, в особенностях контингента покупателей, который состоит, в основном, из жителей сельской местности; во-вторых - на селе в настоящее время проживает большая часть пенсионеров и в-третьих - низкой покупательной способностью обслуживаемого населения. При этом следует учитывать, что значительная

часть обслуживаемого потребительской кооперацией контингента является ее пайщиками.

В силу этой социально-экономической обусловленности деятельности потребительской кооперации, многие ее торговые предприятия являются убыточными, так как реализуют преимущественно социально-значимые товары. Несмотря на это, эффективное функционирование потребительской кооперации кооперативной торговли в том числе, обеспечивается системным и многоотраслевым характером ее деятельности.

Отличительной чертой кооперативной торговли является и то, что большинство ее магазинов размещается на селе. Она обслуживает ограниченный контингент населения. По мощности торговая сеть кооперативной торговли представляет собой небольшие магазины с одним - двумя продавцами и универсальным ассортиментом товаров.

Факторы, определяющие эффективность торговой деятельности предприятий потребительской кооперации можно условно подразделить на зависящие (внутренние) и независящие (внешние) от деятельности самого предприятия или организации. Внешние факторы в свою очередь, могут быть косвенного и прямого воздействия.

Решающим фактором внешней среды прямого воздействия на эффективность торгового предприятия потребительской кооперации являются покупатели, так как от объема предъявленного ими спроса напрямую зависит эффективность торговли. Велика роль государства в росте (снижении) эффективности кооперативной торговли, то есть влияние его социально-экономической политики по отношению к потребкооперации посредством налогообложения, кредитования, валютного и таможенного регулирования, формирования цен.

Наиболее значимыми факторами внешней среды косвенного воздействия являются тенденции и закономерности в развитии экономики Республики Беларусь, а также демографические факторы.

Главным внутренним фактором, оказывающим решающее воздействие на эффективность кооперативной торговли является способность ее кадров целенаправленно использовать весь экономический потенциал потребительской кооперации на решение задач по организации торгового обслуживания населения. От качества управления различными звеньями кооперативной торговли и других отраслей деятельности потребительской кооперации непосредственно зависит уровень использования материальных, финансовых и трудовых ресурсов, направляемых на удовлетворение спроса населения, то есть в

конечном итоге, на повышение эффективности работы кооперативного торгового предприятия в целом.

В третьей главе **"Анализ проявления и пути повышения эффективности торговой деятельности потребительской кооперации"** на основании эмпирического материала за 1984 - 1996 годы и принятых методических подходов проведен анализ социально-экономической эффективности кооперативной торговли Республики Беларусь, определены пути и конкретизированы меры по ее повышению.

В основу анализа была положена стратегия развития потребительской кооперации на основе международных кооперативных принципов, многоотраслевого характера ее деятельности, а также с учетом экономических и социальных интересов работников системы.

Анализ охватывает два периода: так называемый период административно-командного управления экономикой (1984-1991 г.г.) и период развития рынка (1991-1996 г.г.). Сравнение экономической эффективности торговли потребительской кооперации за эти два временных ряда представляет особый научный и практический интерес, так как они принципиально отличаются социально-экономическими условиями функционирования субъектов хозяйствования.

Проведенный анализ показал, что период с 1984 по 1991 год характеризуется ростом как экономической, так и социальной эффективности кооперативной торговли в целом и в разрезе потребителей. Это подтверждает рост таких показателей как ресурсоотдача; рентабельность товарооборота (1,18 п.п.), затрат и всех видов ресурсов; доля рынка (0,5 п.п.); физический объем товарооборота (31,7 %); уровень доходности; производительность труда. Период с 1991 по 1996 год характеризуется снижением экономической и социальной эффективности, о чем свидетельствует снижение физического объема товарооборота (77,3 %); рост уровня издержек обращения; снижение рентабельности (1,35 п.п.) и производительности труда; доли рынка (13,7 п.п.); сокращение розничной торговой сети. Однако, даже в этих сложных условиях снижение социальной эффективности кооперативной торговли происходило более медленными темпами, чем снижение экономической эффективности. Положительным следует признать и тот факт, что в условиях кризиса, потребительская кооперация стремилась сохранить торговую сеть и обеспечивать торговое обслуживание населения. Этот результат является следствием важности для нее социальной функции.

ВЫВОДЫ

Исследование механизма формирования и проявления социальной и экономической эффективности кооперативной торговли позволило разработать и обосновать следующие теоретические выводы и практические рекомендации.

1. Эффективность торговли представляет собой диалектически сложную и многоплановую категорию. Ее следует рассматривать в трех аспектах: социальном, экономическом и социально-экономическом. Эти три понятия раскрывают единство и различия в характере конечных результатов деятельности торговли. Экономическая эффективность выражает уровень использования имеющихся в распоряжении торговых предприятий и организаций ресурсов с точки зрения получения определенной экономической выгоды (собственно прибыльность, доходность). Тогда как, социальная - выражает уровень удовлетворения спроса населения, качество обслуживания и затрат покупателей на покупку товаров и получение услуг. Как показало проведенное исследование, эффективность торговли в целом, то есть социально-экономическая эффективность, должна включать в себя также отчисления торговых предприятий и организаций в бюджет. В принципе, эффективность торговли в целом носит стоимостной характер, то есть она в своей совокупности выражает затраты времени и трудовые усилия при продвижении товаров из сферы производства до момента их покупки. Таким образом, она является экономической категорией.

2. В настоящее время методические подходы к оценке эффективности торговли вообще, и особенно, кооперативной недостаточно учитывают ее социальную направленность. Социальная эффективность кооперативной торговли связана, кроме того, с социальной функцией непосредственно самой потребительской кооперации, ее природой. Потребительская кооперация, зародившись как особый элемент рынка в прошлом столетии и ныне призвана удовлетворять потребности своих членов-пайщиков и обслуживаемого ею населения. Это положение не освобождает потребительскую кооперацию от отчислений в бюджет и внебюджетные фонды, сумма которых намного превышает остающуюся у нее прибыль. Этот факт свидетельствует о значительном вкладе потребительской кооперации в решение социальных задач общества. Следовательно, социальная эффективность потребительской кооперации в целом и кооперативной торговли, в частнос-

ти, в большей мере проявляется на общественном уровне.

3. Система показателей социально-экономической эффективности торговли должна представлять собой совокупность социальной и экономической эффективности. Поэтому, разработанная в процессе исследования система показателей эффективности состоит из двух подсистем: показателей экономической эффективности и показателей, характеризующих социальную эффективность. Для расчета этого оптимального соотношения между ними необходимо использовать обобщающий показатель социально-экономической эффективности кооперативной торговли.

4. Механизм формирования и проявления эффективности торговой деятельности потребительской кооперации представляет собой совокупность взаимодействующих социально-экономических факторов и элементов, обуславливающих конечные результаты кооперативной торговли. Основными структурными блоками этого механизма являются сферы производства, распределения, обмена и потребления, функционально обуславливающие характер и особенности эффективности торговли потребительской кооперации. По характеру их формирования и воздействия на эффективность эти факторы и элементы можно подразделить на внешние и внутренние, то есть формирующие внешнюю среду воздействия на эффективность торгового предприятия потребкооперации и внутреннюю среду.

5. К особенностям кооперативной торговли, обуславливающим ее эффективность, относятся также такие факторы как:

- социальная функция потребительской кооперации, определенная общественно-массовой формой ее образования, а также международными принципами ее деятельности;

- мелкодисперсная система расселения обслуживаемого населения, в силу чего разничная торговая сеть потребительской кооперации представляет собой, в основном, небольшие (на 1-2 продавца) предприятия, деятельность которых носит универсальный и многопрофильный характер;

- специфичность обслуживаемого контингента, спрос которого в настоящее время определяется по ряду причин преимущественно покупкой социально-значимых товаров;

- низкорентабельная, а зачастую и убыточная работа предприятий кооперативной торговли, особенно, в мелких и отдаленно расположенных поселениях;

- развитие кооперативной ресурсной базы для увеличения то-

варооборота (кооперативная промышленность, общественное питание, заготовительная деятельность, услуги строительства, транспорта, внешнеэкономическая деятельность и др. отрасли и подотрасли потребительской кооперации);

- относительно широкое использование передвижной торговли для обслуживания жителей сельских населенных пунктов, где отсутствует стационарная розничная торговая сеть.

6. Основными факторами внешней и внутренней среды, оказывающими воздействие на эффективность кооперативной торговли являются:

- социально-экономические условия покупателей (потребителей), так как они формируют объем и структуру спроса на товары и услуги;

- государственное регулирование посредством системы налогообложения, ценообразования, кредитования, валютной и таможенной политики;

- поставщики товаров;

- конкуренция, то есть способность торгового предприятия потребительской кооперации эффективно работать в условиях рынка;

- уровень развития экономики, так как экономический спад (рост) затрагивает все отрасли, в том числе и кооперативную торговлю;

- демографическая ситуация, оказывающая воздействие на эффективность кооперативной торговли, процессы урбанизации, постарение жителей села, превышение смертности над рождаемостью;

- наличие ресурсов и оптимальное их соотношение в деятельности предприятий кооперативной торговли;

- умение и способность кадров обеспечивать эффективное управление ресурсами посредством осуществления основных функций с использованием современных методов и средств управления (планирование, организация, стимулирование, контроль и др.).

7. Анализ эффективности кооперативной торговли показал, что за последние годы (1991-1996) она характеризуется снижением (как экономической, так и социальной), в частности, сокращается физический объем розничного товарооборота, доля рынка, рентабельность, прибыльность, растет издержкоемкость, отмечается несоответствие структуры поставок спросу населения, закрываются отдельные предприятия торговли и, особенно, общественного питания. Вместе с тем, снижение экономической эффективности по сравнению

с социальной происходит опережающими темпами, что свидетельствует в пользу приоритетности для потребительской кооперации ее социальной функции.

8. На современном этапе развития рынка, основными направлениями повышения социальной и экономической эффективности кооперативной торговли, оптимизации соотношения ее слагаемых являются:

- совершенствование планово-аналитической работы, особенно, в районном звене, необходимость внедрения оценки оптимальности в соотношении социальной и экономической эффективности в планово-экономическую деятельность кооперативных организаций и предприятий;

- устойчивое снабжение пайщиков и обслуживаемого населения социально-значимыми товарами;

- повышение в розничном товарообороте удельного веса непродовольственных товаров на основании пересмотра в сторону увеличения потребительских заказов кооперативной торговли и перезаключения договоров с промышленностью, восстановление связей с поставщиками по товарам, которые в республике не производятся;

- повышение эффективности коммерческой работы с точки зрения максимального приближения структуры закупаемых товаров к структуре спроса, с одной стороны, и роста рентабельности сделок, с другой;

- освоение современных технологий и методов обслуживания населения для повышения конкурентоспособности с предприятиями других рыночных структур, расширение количества и улучшение качества дополнительно предоставляемых населению услуг;

- наращивание собственных товарных ресурсов на основе диверсификации деятельности предприятий, развития малых производств и более широкого освоения ресурсов заготовок сельхозпродуктов и сырья;

- совершенствование структуры управления и работы с кадрами, укрепление исполнительской дисциплины и повышение их ответственности;

- достижение оптимального соотношения используемых ресурсов посредством расширения видов деятельности, аренды, консервации объектов, перестройки оргструктур управления, совмещения профессий и др.;

- использование маркетинговой концепции.

Все эти предложения получили в исследовании конкретное выражение и адресность.

В процессе совершенствования государственного механизма хозяйствования представляется необходимым, взамен устанавливаемых в свое время более высоких для кооперативной торговли торговых скидок, предусмотреть для потребительской кооперации более низкие ставки за пользование кредитами, а также учесть ее особенности при налогообложении.

СПИСОК ОПУБЛИКОВАННЫХ РАБОТ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

1. Коробкин А.З. О результатах работы // Вести потребкооперации. - 1995. - N 10. - С.6.

2. Коробкин А.З., Савинский А.И. Совершенствование оценки результатов работы и конкурентоспособности предприятий потребительской кооперации // Торговые предприятия в системе рыночной экономики: новые организационные формы и оценка деятельности. Тез.докл.конф. - Минск, 1995. - С. 77-80.

3. Коробкин А.З. Оценка эффективности работы торговых организаций потребительской кооперации при помощи пакета "Статграф" // Проблемы повышения эффективности и конкурентоспособности потребительской кооперации и ее кадрового обеспечения в условиях рынка. Тез.докл.конф. - Гомель, 1996. - С.31.

4. Экономическая эффективность торгового предприятия потребительской кооперации: Практикум (деловая игра) / А.З.Коробкин, С.Н.Лебедева, Л.В.Мисникова и др. - Гомель: ГКИ, 1997. - 34с.

5. Коробкин А.З. Критерий социальной эффективности кооперативной торговли и система показателей ее оценки // Проблемы и перспективы экономического развития потребительской кооперации. Тез.докл.конф. - Кишинев, 1997. - С.48-50.

6. Коробкин А.З. О системе показателей оценки социальной эффективности торговли потребкооперации // Потребительская кооперация России в системе рыночных отношений: проблемы и перспективы. Тез.докл.конф. - Белгород, 1997.

7. Коробкин А.З. Механизм формирования и проявления эффективности торговли потребительской кооперации // Тез.докл.конф. студентов и аспирантов ГПИ и ГКИ. - Гомель, 1997. - С.70-72.

8. Коробкин А.З. Обобщающий показатель эффективности - критерий оценки // Гермес.-1997.- №4.



РЕЗЮМЕ

КОРОВКИН АНАТОЛИЙ ЗИНОВЬЕВИЧ

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ И ПРОЯВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ И ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ В УСЛОВИЯХ РЫНКА

(НА ПРИМЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ)

Ключевые слова: рынок, потребительская кооперация, кооперативная торговля, эффективность, механизм формирования и проявления эффективности, соотношение социальной и экономической эффективности, анализ, система показателей, внешняя и внутренняя среда.

Объектом исследования является кооперативная торговля, развитие которой рассматривается на примере деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь за 1984-1996 года.

Цель работы состоит в том, чтобы на основе теоретических разработок и обобщения опыта хозяйственно-финансовой деятельности потребительской кооперации раскрыть сущность и оценить основные элементы механизма формирования и проявления социальной и экономической эффективности кооперативной торговли во взаимосвязи и взаимодействии ее системных элементов.

В процессе исследования широко использовались общенаучные и экономико-математические **методы** (обобщения, синтеза, сводки, группировки, индексный, сравнения, интегральный). Для формирования текста и таблиц диссертации, расчета динамики показателей использовался ПЭВМ PENTIUM 100, а также текстовый редактор LEXICON, WORD, пакет прикладных программ QUATTRO PRO.

Наиболее значимые результаты, имеющие **научную новизну**: разработана система показателей оценки эффективности кооперативной торговли, обоснованы новые подходы к формированию информационной базы для расчета ее показателей, предложены нетрадиционные показатели оценки социально-экономической эффективности, разработаны модели соотношения темпов роста показателей эффективного развития, методические подходы к расчету обобщающего показателя, а также оценке соотношения экономической и социальной эффективности кооперативной торговли.

Результаты исследования **используются** в учебном процессе Гомельского кооперативного института при проведении деловой игры по курсу "Экономика кооперативной торговли", могут быть использованы в курсах "Экономика торгового предприятия", "Микроэкономика" и **применены** в практической деятельности организаций потребительской кооперации.

РЭЗЮМЕ

КАРОБКІН АНАТОЛЬ ЗІНОУЕВІЧ МЕХАНІЗМ ФАРМІРАВАННЯ І ПРАЯУЛЕННЯ САЦЫЯЛЬНАЙ І ЭКАНАМІЧНАЙ ЭФЕКТЫУНАСЦІ КААПЕРАТЫУНАГА ГАНДЛЮ ВА УМОВАХ РЫНКУ (НА ПРЫКЛАДЗЕ СПАЖЫВЕЦКАЙ КААПЕРАЦЫІ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ)

Ключавыя словы: рынак, спажывецкая кааперацыя, кааператыўны гандаль, эфектыўнасць, механізм фарміравання і праяўлення эфектыўнасці суадносіны сацыяльнай і эканамічнай эфектыўнасці, аналіз, сістэма паказчыкаў, знешняе асяроддзе, унутранае асяроддзе.

Аб'ектам даследвання з'яўляецца кааператыўны гандаль, развіццё якога разглядаецца на прыкладзе дзейнасці спажывецкай кааперацыі Рэспублікі Беларусь за 1984 - 1996 гады.

Мэта працы складаецца з тым, каб на аснове тэарэтычных распрацовак і абагульнення попыта гаспадарча-фінансавай дзейнасці спажывецкай кааперацыі раскрыць сутнасць і ацаніць асноўныя элементы механізма фарміравання і праяўлення сацыяльнай і эканамічнай эфектыўнасці кааператыўнага гандлю ва ўзаемасувязі і ўзаемадзеянні яе сістэмных элементаў.

У працэсе даследвання шырока выкарыставаны агульнанавуковыя і эканоміка-матэматычныя **метады** (абагульнення, сінтэзу, сводкі, групіроўкі, індэксы, параўнанні, інтэгральны). З мэтай фарміравання тэкста і табліц дысертацыі, разліка дынамікі паказчыкаў выкарыстоўваўся ПЭВМ PENTIUM 100, а таксама тэкставы рэдактар LEXICON, WORD, пакет прыкладных праграм QUATTRO PRO.

Найбольш значныя вынікі, маючыя **навуковую навізну**: распрацавана сістэма паказчыкаў ацэнкі эфектыўнасці кааператыўнага гандлю, абаснаваны новыя падыходы да фарміравання інфармацыйнай базы для разліку яе паказчыкаў, прапанаваны нетрадыцыйныя паказчыкі ацэнкі сацыяльна-эканамічнай эфектыўнасці, распрацаваны мадэлі суадносін тэмпаў росту паказчыкаў для эфектыўнага развіцця, метадычныя падыходы разліка абагульненага паказчыка, а таксама ацэнкі суадносін эканамічнай і сацыяльнай эфектыўнасці кааператыўнага гандлю.

Вынікі даследвання **выкарыстоўваюцца** у вучэбным працэсе Гомельскага кааператыўнага інстытута пры правядзенні дзелавой гульні па курсу “Эканоміка кааператыўнага гандлю”, могуць быць таксама выкарыставаны ў курсах “Эканоміка гандлевага прадпрыемства”, “Мікраэканоміка” і **прыменены** у практычнай дзейнасці арганізацый спажывецкай кааперацыі.

SUMMARY

**KOROBKIN ANATOLIY ZINOVIEVITCH
THE MECHANISM OF FORMING AND
MANIFESTING OF SOCIAL AND
ECONOMIC EFFICIENCY OF THE CO-OPERATIVE
TRADE IN THE MARKET CONDITIONS.
(CONSUMERS' CO-OPERATIVES OF REPUBLIC
BELARUS AS AN EXAMPLE)**

Key words: market, consumers' co-operatives, co-operatives trade, efficiency, mechanism of forming and manifesting of the efficiency, correlation of social and economic efficiency, analysis, system of indexes, external environment, internal environment.

The object of the research is the co-operative trade, the development of which is studied at the example of the consumers' co-operatives of Republic Belarus in 1984 - 1996.

The aim of work is to reveal the essence and evaluate the basic elements of the forming and manifesting mechanism of the social and economic efficiency of the co-operative trade in its system elements interconnected and interacting.

Methods common to all the sciences and economic-mathematical methods (summary, synthesis, classifications, generalization, index, integral, and comparative methods) were widely used in the process of the research. PC Pentium 100, text editor Lexicon, Word, the set of applied programmes Quattro Pro were used to form the text and tables of the thesis, to calculate the dynamics of the indexes.

The most significant results containing **scientific novelty**: the system of the trade efficiency evaluation indexes was proposed; new approaches to the informational base forming for the calculation of the indexes were founded; non-traditional indexes of the social and economic efficiency evaluation were proposed; models of the correlation of the increase tempos of the correlation of the increase tempos of the efficient development indexes were worked out; methodical approaches to the calculation of the generalizing index and the evaluation of the social and economic efficiency of the co-operative trade.

The results of the research are used in the teaching process by Gomel Co-operative Institute in a business game in the course "The Economics of the Co-operative Trade; they can be used in the courses", "The Economics of the Trade Business", "Microeconomics" and practised by trade organizations of the consumers' co-operatives.

Подписано в печать 4.11.97 г.
Формат 60х34/16. Объем 1 п.л.
Тираж 100 экз. Заказ N 52
Отпечатано на "Ризографе" ГКИ
246029, г. Гомель, пр.Октября, 52А