Однако при детальном рассмотрении абсолютное большинство изменений конкурентной среды находит отражение в динамике рыночных долей конкурентов и рентабельности рынка, что подтверждают исследования конкуренции.

Для удобства проведения сравнительного анализа интенсивности конкуренции на различных рынках (сегментах рынка) и оценки их привлекательности с точки зрения конкурентной активности представляется полезным оперирование обобщенной характеристикой интенсивности конкуренции.

Более полный учет различных сторон деятельности конкурентов позволит детализировать оценку и описывать с ее помощью все многообразие состояний анализируемой деятельности.

Т.Н. Байбардина, БТЭУПК (Гомель)

РЕФОРМИРОВАНИЕ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Идея реформирования отечественных предприятий, совершенствования их деятельности, возникшая в результате трансформации общественного сознания, изменений, происходящих в социально-экономической среде, обусловлена объективными предпосылками для решения задач рационального и эффективного использования ресурсного потенциала потребительской кооперации в целях удовлетворения потребностей нынешнего и будущих поколений сельского населения Республики Беларусь.

Необходимость реформирования потребительской кооперации весьма актуальна для Республики Беларусь. Экономика потребительской кооперации является составной частью единого общенационального (общереспубликанского) народнохозяйственного комплекса, имела и имеет многоотраслевой, интегрированный характер. Вместе с тем, являясь частью целого организма народного хозяйства страны, развитие потребительской кооперации должно осуществляться в контексте с принятой и утвержденной национальной стратегией устойчивого развития РБ. В рамках разработанной и принятой модели устойчивого развития РБ, вектор развития потребительской кооперации не может противоречить процессу развития как страны, так и процессу развития мировой цивилизации в целом.

Современный этап развития рыночных реформ в Белоруссии все более обостряет производственные, экономические, организационные и финансовые отношения между предприятиями как смежных, так и родственных видов деятельности. Стратегия подъема отечественных производств становится главным направлением хозяйственной деятельности предприятий и организаций практически всех отраслей как народного хозяйства в целом, так и системы потребительской кооперации в частности.

Усиление конкуренции в эффективном производстве и реализации продукции, предоставлении разного рода услуг населению требует от

предприятий потребительской кооперации мобилизации усилий для удержания позиций на отечественном рынке.

Мировой опыт показывает, что восстановление, стабилизация и последующее развитие всех отраслей деятельности страны зависят в определенной мере от комплексного подхода в их реформировании, реструктуризации и реорганизации, что в свою очередь обеспечивает повышение конкурентоспособности товаропроизводителей, их продукции.

Повышение конкурентоспособности продукции и услуг потребительской кооперации на отечественном и внешних рынках поставлено в центр реформ в стране и ее кооперативной политики, однако обеспечение конкурентоспособности отраслей потребительской кооперации не представляется возможным без внедрения в практику новых методов деятельности предприятий в отдельных сегментах рынка, разработки маркетинговых программ, формирование антикризисных программ управления, создания новых товаров и внедрение прогрессивных, как правило, западных технологий производства и управления.

Программа реформирования потребительской кооперации должна учитывать потенциальные угрозы устойчивому развитию потребительской кооперации и возможности обеспечения ее социально-экономической безопасности.

Потенциальные угрозы интересам устойчивого развития потребительской кооперации подразделяются на внутренние и внешние.

Внутренние угрозы включают:

- уменьшение платежеспособного спроса на товары и услуги;
- снижение занятости населения, в том числе за счет скрытой безработицы;
- повышение стоимости жизни;
- ухудшение состояния финансовой системы;
- падение производства;
- снижение рентабельности и качества продукции, рост числа убыточных предприятий;
- рост изношенности производственных мощностей, основных коммуникационных и других жизнеобеспечивающих систем;
- использование несовершенных технологий;
- снижение инвестиционной активности;
- снижение обеспеченности сырьевыми ресурсами, ухудшение экологической обстановки;
- отсутствие достаточного количества квалифицированных специалистов, обладающих рыночным мышлением;
- недостаточное использование рыночных методов хозяйствования;
- низкая эффективность деятельности специалистов по продажам;
- отсутствие четко выраженной общей стратегии предприятий потребительской кооперации;
- отсутствие системы информационного обеспечения инновационной деятельности;

- отток из сельской местности молодых специалистов.

Внешние потенциальные угрозы характеризуются следующими процессами:

- несовершенство законодательно-правовой системы по реструктуризации собственности потребительской кооперации;
- не сложившийся механизм рыночных отношений, ограничивающий полномасштабное применение приемов и элементов маркетинга;
- низкая платежеспособность потребителей продукции предприятия;
- наличие в продаже аналогичной продукции иностранных и отечественных производителей с лучшими характеристиками;
- ограниченные возможности использования скидок с цены;
- неблагоприятная рыночная конъюнктура для системы потребительской кооперации в целом;
- неблагоприятная демографическая обстановка в стране;
- последствия катастрофы на Чернобыльской АЭС;
- вытеснение производителей товаров и услуг потребительской кооперации с внутреннего рынка конкурентами;
- снижение конкурентоспособности товаров и услуг потребительской кооперации;
- снижение кредитной безопасности;
- неспособность потребительской кооперации мобильно реагировать на внедрение современных инновационных разработок информационных технологий и т.п.
- относительно невысокий уровень культуры использования маркетинга, обусловленный сложившимся стереотипом деловых отношений;
- неадаптированность руководителей и сотрудников потребительской кооперации к новым экономическим условиям;
- влияние большого числа неконтролируемых факторов, что определяет значимость функций стратегического планирования.

С учетом преодоления потенциальных угроз и негативной ситуации, сложившейся в потребительской кооперации целесообразно определить стратегические и тактические цели программы реформирования потребительской кооперации.

Стратегия реформирования потребительской кооперации определяется исходя из жизненно важных социально-экономических и экологических интересов, которые включают прежде всего последовательное удовлетворение потребностей системы потребительской кооперации в поддержании и развитии процессов жизнеобеспечения сельского потребителя, сохранением ведомственного суверенитета и интегрированной целостности, развитии новых форм и методов работы на рынке, приумножении национального достояния.

Стратегическая цель реформирования потребительской кооперации РБ в соответствии с основными положениями, принципами Национальной стратегии устойчивого развития РБ (НСУР) – состоит в обеспечении стабильного социально-экономического развития при сохранении благоприятной

окружающей среды и рационального использования природно-ресурсного потенциала для удовлетворения потребностей сельского потребителя.

Эта цель может быть реализована путем построения высокоэффективной экономической системы, обладающей соответствующими стимулами к высокопроизводительному труду, восприимчивой к научно-техническому прогрессу, имеющей сильную социальную направленность. Этим требованиям удовлетворяет модель реформирования социально ориентированной рыночной экономики.

Тактические цели программы реформирования потребительской кооперации:

- реформирование отношений собственности;
- создание действенной конкуренции;
- обеспечение стабильности денежной сферы и цен;
- содействие высокой степени занятости и регулирование трудовых отношений;
- структурная реорганизация системы управления;
- содействие повышению международной конкурентоспособности продукции потребительской кооперации;
- обеспечение экономической безопасности потребительской кооперации.

Исходя из стратегических и тактических целей, в процессе реализации Программы реформирования потребительской кооперации следует решить следующие задачи:

- создать правовое обеспечение всего комплекса рыночных преобразований в отношении собственности;
- осуществить равноправный подход ко всем формам собственности;
- сформировать конкурентную среду и не допускать недобросовестной деятельности субъектов хозяйствования на рынке;
- преобразовать систему распределительных отношений, мотивировать приоритетные стремления человека к приумножению личного благосостояния своим трудом;
- преобразовать систему ведомственного регулирования социально-экономических процессов с переводом ее на преимущественно экономические методы и сохранением прямого управления в тех сферах, где рыночная саморегуляция неэффективна;
- сформировать действенную финансовую и кредитно-денежную систему, способную обеспечить социально-экономическую эффективность функционирования и развития потребительской кооперации;
- создать предпосылки ускоренного технического развития производства, импорта высоких технологий путем совершенствования механизма привлечения внешних и внутренних инвестиций в потребительской кооперации РБ;
- провести глубокую реструктуризацию и коммерциализацию убыточных предприятий, усилить маркетинговую деятельность для эффективного удержания и завоевания рынков;

- разработать и внедрить антикризисные программы развития для предприятий и организаций потребительской кооперации с учетом их специфики и особенностей условий функционирования на рынке.

Достижение стратегической цели требует определенного времени и прежде всего реализации комплекса первоочередных мер по реформированию потребительской кооперации.

В. А. Баранчук, БГЭУ (Минск)

РАЗВИТИЕ МОБИЛЬНОЙ СВЯЗИ

Мобильная связь – одна из приоритетных, наиболее успешных, высококонкурентных и динамичных отраслей экономики во многих странах. Отрасль стремительно развивается и, объединяясь с другими отраслями, идет к созданию глобального информационно-телекоммуникационого сектора.

В Республике Беларусь эта сфера также является сферой интенсивного привлечения инвестиций и высокой рентабельности. Одной из основных задач, принятых на государственном уровне, является создание в стране современной инфраструктуры цифровой связи, готовой к быстрой адаптации в соответствии с мировыми тенденциями развития и изменяющимися запросами потребителей.

Основными наиболее общими тенденциями развития сферы мобильной связи во всемирном масштабе являются:

- глобализация. На мировом уровне мобильная связь – активная сфера мировых интеграционных процессов. Наблюдается тенденция формирования 5-10 глобальных телекоммуникационных компаний, которые будут доминировать на мировом рынке;
- мультимедийность. Конвергенция телекоммуникационных, информационных и компьютерных технологий и быстрое распространение Интернета вызвали широкомасштабные изменения в профессиональной и общественной жизни. По прогнозам компании Goldman Sachs Investment Research к 2007 г. доступ к Веб-пространству через мобильные телефоны будет получать больше людей, чем через персональные компьютеры. Уже сегодня компьютеры могут быть использованы для осуществления телефонных звонков, телевизоры - для выхода в Интернет, мобильные телефоны - для загрузки котировок акций. Наблюдается устойчивая тенденция превращения телекоммуникационных компаний-операторов в поставщиков так называемого мультисервиса, когда их пользователи имеют возможность получения сразу целого комплекса цифровых услуг связи, включая разнообразную телефонию, передачу данных, доступ в Интернет, кабельное ТВ, интерактивное видео;
- персонализация. Предоставление услуг связи в любом месте в любое время в соответствии с индивидуальными потребностями клиентов.

Указанные выше тенденции обусловлены:

Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.
Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.
Belarus State Economic University. Library.
http://www.bseu.by
БЕЛАРУСКІ ДЗЯРЖАЎНЫ ЭКАНАМІЧНЫ УНІВЕРСІТЭТ БІБЛІЯТЭКА
Інв. № 1009471