

конкурентной стратегии и включает в себя три группы показателей, оценивающих ресурсы, рыночное положение и потребности организации. Среди показателей методики используются как известные, так и разработанные автором. В основе определения критерия, комплексно оценивающего конкурентный потенциал организации и его изменения, предложен метод определения обобщенного целединамического показателя. Предлагаемая методика оценки конкурентного потенциала направлена на решение практической задачи формирования конкурентной стратегии организации розничной торговли.

Литература

1. Экономика предприятий торговли: учеб. пособие / Н.В. Максименко [и др.]; под общ. ред. Н.В. Максименко, Е.Е. Шишковой. — Минск: Выш. шк., 2005.
2. Цыба, В.Т. Математико-статистические основы социологических исследований / В.Т. Цыба. — М.: Финансы и статистика, 1981.
3. Статистика рынка товаров и услуг: учеб. / И.К. Беляевский [и др.]; под общ. ред. И.К. Беляевского. — М.: Финансы и статистика, 1995.
4. Бабеня, И.Н. Методологические основы оценки конкурентоспособности предприятия / И.Н. Бабеня // Легкая промышленность. Социально-экономические проблемы развития: сб. ст. Респ. научно-практ. конф., Витебск, 2—3 нояб. 2005 г. / Витеб. гос. технол. ун-т; гл. ред.: С.М. Литовский. — Витебск, 2005.
5. Инструкция по анализу и контролю за финансовым состоянием и платежеспособностью субъектов предпринимательской деятельности: постановление М-ва финансов, М-ва экономики и М-ва статистики и анализа Респ. Беларусь от 14.05. 2004 г. □ 81/128/65: в ред. постановления М-ва финансов, М-ва экономики и М-ва статистики и анализа Респ. Беларусь от 08.05. 2008 г. □ 79/99/50 // Банкротство и юридические услуги в Республике Беларусь [Электронный ресурс]. — 2008. — Режим доступа: <http://www.forbankrot.com/node/323>. — Дата доступа: 18.05. 2009.

М.П. ТОМКОВИЧ

РАЗВИТИЕ ПРИНЦИПОВ ОРГАНИЗАЦИИ ОПТОВОЙ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Оптовая торговля является одним из важнейших элементов в системе распределения и товародвижения. Она представляет собой совокупность посреднических операций между хозяйствующими субъектами в целях сбыта (реализации) продукции и приобретения (купли) товаров для последующего использования их в производстве или продажи розничным торговым организациям и индивидуальным предпринимателям.

По своей экономической сущности оптовая торговля представляет собой исторически сложившийся компонент в системе товародвижения из сферы производства в сферу обращения.

Рынок оптовых услуг Республики Беларусь переживает этап интенсивного развития, который характеризуется изменениями как количественных характеристик (рост совокупного объема оптового товарооборота, увеличение числа посреднических субъектов), так и качественной составляющей (ужесточение конкуренции, усиление интеграции в мировое экономическое пространство,

укрупнение дистрибьюторских организаций, расширение перечня оказываемых ими услуг, совершенствование технологического базиса).

Параллельно происходит нарастание негативных кризисных проявлений глобализации для национальных экономик и отдельных отраслей, в том числе и для Республики Беларусь как малой открытой экономики. Особенно актуальна данная проблема для оптовой торговли как посреднического звена, организующего процесс товародвижения и несущего сопутствующие риски. К. Маркс по этому поводу писал: «Отсюда то явление, наблюдаемое в кризисах, что они сначала обнаруживаются и разражаются не в розничной торговле, которая имеет дело с непосредственным потреблением, а в сферах оптовой торговли и банков, которые предоставляют в распоряжение оптовой торговли денежный капитал общества» [1, 334].

В современных условиях эффективность функционирования и конкурентоспособность любого оптового посредника зависят от того, насколько его организационно-управленческая и экономическая составляющие будут соответствовать требованиям рынка.

Одним из традиционных игроков на оптовом рынке Республики Беларусь является потребительская кооперация, представленная 118 районными потребительскими обществами, объединенными в Белорусский республиканский союз потребительских обществ (далее — Белкоопсоюз). В системе Белкоопсоюза функционируют сеть межрайонных оптовых баз и три универсальных торговых предприятия. Совокупный объем оптового товарооборота указанных организаций в 2008 г. достиг 1,1 трлн р., что составляет около 2 % республиканского объема оптового товарооборота. Следует отметить, что в последние годы наблюдается устойчивый рост оптового товарооборота в сопоставимых ценах с соответствующим ростом доли поставок с кооперативных оптовых организаций в розничном товарообороте райпо (рис. 1).

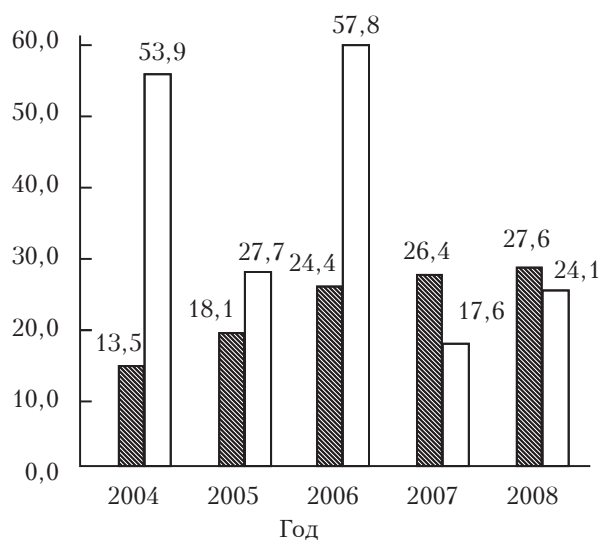


Рис. 1. Показатели прироста объемов деятельности оптовых организаций потребительской кооперации Республики Беларусь: ■ — доля поставок с кооперативных оптовых организаций в розничном товарообороте райпо, %; □ — темп прироста оптового товарооборота в сопоставимых ценах к предыдущему году, %

Согласно общепринятой классификации [2 — 4], оптовые базы потребительской кооперации являются универсальными, предлагают широкий ассортимент товаров и осуществляют полный комплекс функций организацион-

но-коммерческой деятельности: покупку товаров за собственные средства и кредиты банков, их транспортировку и хранение, преобразование производственного ассортимента в торговый, кредитование потребителей, авансирование поставщиков и др. Они являются юридически независимыми оптовыми посредниками с частной формой собственности (согласно действующему законодательству), могут приобретать товар у любого производителя и реализовывать его на любом рынке и по любой цене.

Выстраивание механизма организации оптовой торговли, в частности кооперативной, требует глубокого понимания логики и закономерностей развития рыночных субъектов, что обуславливает важность проработки теоретических основ организации оптовой торговли потребительской кооперации. Применительно к оптовой торговле потребительской кооперации на современном этапе развития рынка выявлена недостаточность научных исследований и обоснований по данной проблематике, что определило необходимость углубления теоретической разработки принципов организации кооперативной оптовой торговли.

На основании анализа литературных источников определение категории «принцип» применительно к предмету исследования в авторской трактовке представляет собой базисное положение, лежащее в основе практической организации оптовой деятельности для достижения поставленной цели и учитывающее общие закономерности функционирования конкретного хозяйственного образования в конкретных условиях. Соответственно в контексте проводимого исследования категория принципа будет использоваться в значении инструментального основания той или иной деятельности.

В основу разработки указанных принципов была положена миссия деятельности потребительской кооперации, которую можно определить как удовлетворение материальных (имущественных) и иных потребностей обслуживаемого населения (в основном сельского). При этом за исходное положение взята цель деятельности районного потребительского общества (как базового элемента системы), закрепленная в его уставе.

Все принципы организации оптовой торговли в системе Белкоопсоюза условно можно разделить на три группы:

- кооперативные принципы;
- универсальные принципы функционирования оптовой торговли;
- конкретные принципы организации оптовой торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.

Данные группы находятся во взаимосвязи и образуют систему, определяющую требования к организации оптовой торговли потребительской кооперации. Графически эта взаимосвязь представлена на рис. 2.



Рис. 2. Система принципов организации оптовой торговли потребительской кооперации Республики Беларусь

Кооперативные принципы изложены в Декларации о кооперативной идентичности, принятой Конгрессом Международного кооперативного альянса (МКА) в Манчестере в сентябре 1995 г. Это:

- добровольное и открытое членство;
- демократическое управление;
- экономическое участие пайщиков в работе кооператива;
- автономия и независимость;
- организация обучения и повышения квалификации, информационно-пропагандистская деятельность;
- сотрудничество кооперативов;
- забота о развитии региона, где организован кооператив [5].

Указанные положения являются общими ценностными ориентирами, которых должно придерживаться любое кооперативное формирование и которые во многом определяют их экономическую деятельность. Однако всеобщность кооперативных принципов делает их неприменимыми в качестве прикладного инструментария организации хозяйственной деятельности, а значит, требует конкретизации с учетом особенностей конкретного субъекта хозяйствования. Так, по мнению известного ученого Г.Г. Мюнхнера, «кооперативные принципы представляют собой систему идей, обобщенных кооператорами на основе собственного практического опыта и доказавших в прошлом свое наилучшее соответствие в качестве основополагающих направлений для тех, кто стремится создать эффективные и долгосрочные кооперативные общества... На практике для кооператоров гораздо важнее знать, каким образом действовать, какие правила, процедуры применять и какие практические шаги (из опыта) наиболее подходят для организации эффективных кооперативных обществ и решения их экономических проблем» [6, 19]. Эти основополагающие идеи и этические нормы определяют основные средства и конечные цели кооперативных организаций в их связи с обществом в целом. Они имеют важное значение, когда идет речь об интерпретации прикладных норм функционирования [7].

Универсальные принципы функционирования оптовой торговли устанавливают общие правила осуществления деятельности любого оптового агента на рынке, независимо от его ведомственной принадлежности, формы собственности, специализации и др. Они достаточно подробно рассмотрены в экономической научной и учебной литературе [2, 4]. Например, по мнению А.Г. Роминой, к универсальным принципам относятся:

- возмездность оказания посреднических услуг;
- разнообразие форм, структур и масштабов оптовых организаций в зависимости от интересов хозяйственных субъектов, действующих на потребительском рынке;
- равные условия функционирования для организаций всех форм собственности и видов деятельности;
- государственно-административное регулирование деятельности оптовых организаций.

Кроме перечисленных можно назвать такие универсальные положения, как принцип социально-экономической целесообразности, принцип ориентации на конечного потребителя, принцип максимизации совокупной прибыли, принцип стратегического планирования, принцип научности и др.

Кооперативные и универсальные принципы формируют базис, на основе которого разрабатываются *конкретные принципы* организации оптовой подсистемы потребительской кооперации, определяющие механизм функционирования и развития конкретной оптовой структуры с учетом особенностей ее деятельности. Соответствующий набор конкретных принципов и степень их реализации определяют наличие конкурентных преимуществ и эффективность функционирования субъекта рыночного пространства.

Принцип системности. Потребительская кооперация представляет собой сложный многоотраслевой комплекс, составные элементы которого нацелены

на непосредственное удовлетворение потребностей обслуживаемого населения (розничная торговля, общественное питание) и создание оптимальных условий для этого (оптовая торговля, транспорт, промышленность). Данный принцип является одним из важнейших, так как в основе деятельности потребительской кооперации лежит системный подход, предполагающий взаимодействие и взаимозависимость отдельных элементов структуры (отраслей, подотраслей, организаций) в рамках достижения поставленной цели. Применительно к предмету исследования это положение предполагает приоритетность ориентации розничного и оптового звеньев, промышленного и других секторов кооперативного хозяйства на эффективное взаимодействие в сфере организации процесса товародвижения. Именно системность деятельности кооперативных организаций является залогом их успешной работы и высокой конкурентоспособности. В начале XX в. профессор А.И. Чупров писал: «Во всех отраслях кооперации справедливо правило, что благодаря союзам происходит не «сложение», а «умножение» сил входящих в них предприятий. Неудивительно поэтому, что все роды ассоциаций инстинктивно стремятся ко взаимному сближению, завязывая связи сначала в ограниченных областях, а затем расширяя их на целую страну» [8, 219].

Принцип масштабности. Вытекает из принципа системности и предполагает возможность влиять на контрагентов за счет значительных объемов деятельности. Потребительская кооперация является одним из крупнейших игроков на рынке розничной торговли Республики Беларусь, на ее долю приходится 13,7 % (2008 г.) в товарообороте официально учтенных предприятий. Учитывая разницу в удельном весе отечественных товаров в товарообороте потребительской кооперации (91,8 %) и в целом по торговле республики (около 80 %), становится ясно, что если оптовое звено получит право представлять интересы розничной торговли на рынке закупок, то кооперативные организации станут серьезной рыночной силой, способной существенно влиять на товаропроизводителей в части уровня цен, ассортимента, качества, условий поставки и оплаты. Одним из возможных вариантов реализации указанного потенциала является максимально возможная концентрация функций закупки в одной дистрибьюторской структуре, которая будет снабжать розничную сеть необходимой товарной массой.

Принцип унификации. Направлен на разработку и внедрение в практику хозяйствования оптовых организаций единых стандартов организации их деятельности, регламентирующих процесс управления, коммерческие операции, технологию работы складского и транспортного хозяйства и т.д. Данное положение отражает перспективное направление развития дистрибьюторского сектора потребительской кооперации и отвечает мировым тенденциям в данной области.

Принцип логистизации. Предполагает внедрение логистической концепции в систему управления оптовыми организациями потребительской кооперации. Целью логистизации является оптимизация потоковых экономических и иных процессов системы как единого комплекса. Использование данной концепции позволит оптовым организациям Белкоопсоюза оптимизировать свои затраты (материальные, финансовые, трудовые), связанные с управлением материальными и сопутствующими потоками, а также повысить качество принимаемых решений и эффективность управления потоковыми процессами, будет способствовать росту отдачи от инвестиций в материальные запасы и улучшению финансовых результатов функционирования отрасли.

Принцип территориальной специализации. Означает, что каждая оптовая база системы Белкоопсоюза должна обеспечивать товарной массой предприятия розничной торговли, расположенные исключительно в зоне ее обслуживания (ответственности). Определение зон ответственности должно происходить с учетом снижения совокупных расходов на организацию процесса товародви-

жения, потенциала оптовых баз и существующих административно-территориальных границ.

Принцип универсализации ассортимента. Предполагает, что оптовые организации потребительской кооперации должны работать с ассортиментом такой широты и глубины, который позволял бы, как минимум в полной мере удовлетворять потребности внутрисистемной розничной торговли и как максимум — стимулировать розницу на его расширение.

Принцип информатизации процесса управления. Предполагает внедрение современных компьютерных технологий во все выполняемые оптовой организацией операции — от учета товаров на складе до принятия управленческих решений. Внедрение информационных технологий позволит упростить существующие операции, повысить эффективность либо заменить их принципиально новыми процессами.

Принцип подчиненности целей. Означает, что на всех уровнях системы потребительской кооперации должна соблюдаться иерархия целей, когда установки нижнего уровня должны соответствовать или как минимум не противоречить целевым установкам, поставленным на более высоком уровне.

Принцип оптимизации регулирующих воздействий. Потребительская кооперация представляет собой сложный хозяйственный комплекс, имеющий иерархическую систему управления. Принцип оптимизации означает, что функции организации, контроля и мотивации в отношении оптовых организаций должны быть распределены между уровнями таким образом, чтобы исключить дублирование, оптимизировать их число и расходы на управление, повысить оперативность реакции на изменения во внешней среде, а в конечном счете — способствовать повышению степени удовлетворения конечных потребителей.

Принцип наращивания степени использования овеществленного труда в организации работы оптовых организаций и снижении доли живого труда. Предполагает, что в условиях постоянного ужесточения конкуренции оптовые структуры должны планомерно наращивать уровень развития основных средств с одновременным ростом производительности труда и снижением уровня расходов на организацию процесса товародвижения. Обязательным условием реализации данного положения является соответствующее повышение профессионального уровня работников дистрибьюторской организации.

Таким образом, с учетом происходящих экономических преобразований в Республике Беларусь и мировой экономике кооперативные оптовые организации должны осуществлять перестройку своего механизма функционирования на основе соответствующей системы принципов, учитывающих миссию потребительской кооперации, кооперативные принципы и особенности рынка оптовых услуг.

Конкретные принципы организации кооперативного оптового звена образуют теоретический базис, реализация которого должна обеспечить конкурентные преимущества на рынке и повысить эффективность функционирования всей системы Белкоопсоюза.

Литература

1. *Маркс, К.* Сочинения / К. Маркс, Ф. Энгельс. — 2-е изд. — М.: ГИПЛ, 1961. — Т. 25. — Ч. 1.
2. *Ромина, А.Г.* Оптовая торговля / А.Г. Ромина, В.В. Лагойко, В.М. Рыбаков; под ред. А.Г. Роминой. — Минск: ИВЦ Минфина, 2002.
3. Торговое дело: экономика, маркетинг, организация / Л. А. Брагин, Т.П. Данько, Г.Г. Иванов [и др.]. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: ИНФРА-М, 2002.
4. Экономика предприятий торговли: учеб. пособие / Н. В. Максименко [и др.]; под общ. ред. Н.В. Максименко, Е.Е. Шишковой. — 2-е изд., испр. — Минск: Выш. шк., 2007.
5. *Сахарова, Д.Б.* История и теория кооперативного движения: учеб. пособие / Д.Б. Сахарова, И.С. Котов. — Минск: Новое знание, 2005.
6. *Мюнхнер, Г.Г.* Кооперативные принципы и кооперативное право / Г.Г. Мюнхнер. — М.: Центросоюз, 1991.