

МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Управление развитием системы потребительской кооперации представляет собой процесс, на каждой стадии которого разрабатываются и реализуются программы социально-экономического развития. В результате реализации программ и планов работ социально-экономическая система обретает некоторое промежуточное состояние – между идеальной и прогнозируемой. В этих условиях важная роль принадлежит обеспечению состояния равновесия, достижению положительных изменений в развитии экономики. Каждая хозяйственная структура потребительской кооперации в условиях конкуренции должна стремиться к экономическому росту. Этому процессу противостоит экономическая стабилизация, когда имеет место резкое нарушение равновесия, неустойчивое положение в экономике, разбалансированность хозяйственных отношений. Перед каждой кооперативной организацией и потребительской кооперацией в целом стоит задача в случае нежелательных отклонений в экономико-финансовой деятельности с учетом влияния внешней и внутренней среды возвращаться к устойчивому и эффективному развитию. Для этого необходимо использовать все элементы механизма хозяйствования и создать такие условия, которые позволяют преодолевать нежелательные отклонения от устойчивого развития.

Устойчивое развитие экономики является сложной категорией, возникающей по ходу достижения целей развития в процессе хозяйственно-финансовой деятельности кооперативных организаций. Определенное значение в обеспечении устойчивого развития экономики имеет и устойчивость конкурентоспособности кооперативной организации. К числу основных конкурентных преимуществ кооперативной организации относится рентабельность продаж и рентабельность активов, характер инновационной деятельности, уровень производительности труда, эффективность текущего и стратегического планирования и управления кооперативной организацией, ее способность быстро реагировать на меняющиеся требования и условия рынка и др. Чем больше кооперативная организация имеет конкурентных преимуществ, тем более устойчивые позиции она может занимать в отдельных сегментах рынка (табл. 1). Таким образом, положение кооперативной организации на рынке (занимаемая доля рынка и тенденции ее изменения) зависит от ряда факторов эффективности ведения бизнеса (конкурентных преимуществ, сильных сторон кооперативной организации, преимуществ кооперативной формы хозяйствования и т.д.). Следовательно, руководители и специалисты кооперативных организаций должны четко понимать, что за счет своих преимуществ имеется возможность потеснить конкурентов на рынке, увеличить собственные объемы продаж, оказывать в определенной степени влияние на среднерыночный уровень цен и, в конечном счете, добиваться улучшения своих конечных результатов деятельности.

Характеристика конкурентных преимуществ организаций потребительской кооперации по сравнению с другими экономическими структурами

Признаки конкурентного преимущества кооперативных организаций	Характеристика преимуществ организаций потребительской кооперации
Преимущества кооперации как самобытной, социально-ориентированной системы	1.1. Кооперативные принципы и ценности, нравственные ценности в бизнесе и жизни, обеспечивающие стабильность системе и формирующие привлекательный образ кооперации 1.2. Собственная социальная база 1.3. Репутация социально-ориентированной системы, работающей на повышение материального благосостояния своих членов 1.4. Выполнение коммуникационной роли в сельской местности
Преимущества кооперации как системы хозяйствующих субъектов	2.1. Гарантированный рынок сбыта продукции за счет реализации товаров своим членам 2.2. Разработка законодательной базы и поддержка кооперации государственными органами власти 2.3. Организационное единство системы и общность экономических интересов потребительских обществ, позволяющих снизить предпринимательский риск 2.4. Гарантированный рынок сельхозпродуктов у пайщиков и обслуживаемого населения 2.5. Наличие собственной развитой инфраструктуры 2.6. Многоотраслевой характер деятельности, позволяющий создать интегрированное хозяйство 2.7. Высокий кадровый потенциал, воспроизводимый в собственной системе образования 2.8. Прозрачность учета и ответственности. 2.9. Традиционные связи с местными производителями, поставщиками сырья, материалов, населением 2.10. Гарантированный рынок кредитов за счет использования заемных средств пайщиков и населения
Преимущества для пайщиков	3.1. Самореализация через участие в общественной и культурной жизни потребительского общества 3.2. Пайщики имеют право на экономическое участие, кооперативные выплаты 3.3. Возможность образования и получения навыков управления
Преимущества для населения	4.1. Население приобретает качественный и относительно дешевые товары. Ряд льгот, разнообразные услуги 4.2. Сдает для реализации сельскохозяйственную продукцию, товары индивидуальной трудовой деятельности по справедливым ценам, не подвергаясь риску обмана, получает возможность трудоустройства
Взаимодействие с местными органами власти	5.1. Возможность увеличения налоговых поступлений в бюджет от организаций потребительской кооперации, прозрачность учета и отсутствие сокрытия налогооблагаемой базы 5.2. Использование кооперации в реализации программ социальной защиты населения 5.3. Использование опыта укрепления демократических принципов в принятии решений

Кооперативным организациям необходимо разрабатывать программы усиления конкурентоспособности, в которых предусматривать меры по усилению преимуществ по сравнению с конкурентами. Поэтому им нужно: хорошо знать конкурентов кооперативных организаций; выделять сегменты и виды рынков, на которых происходит конкуренция; обосновывать ценовую политику кооперативной организации в свете конкуренции; сравнивать условия деятельности с конкурентами (по уровню обеспеченности основными фондами и эффективности их использования; по использованию прогрессивных видов оборудования и применению современных технологий; по обеспечению трудовыми ресурсами и их квалификации; по организации постоянной учебы кадров и т.д.); оценивать снабжение товарами, сырьем и материалами своих структурных единиц, конкурентов и изучать прочие факторы конкуренции.

*Станкевич В.И.
Филиал УО «БГЭУ» (Бобруйск)*

НЕОБХОДИМОСТЬ И ОБЪЕКТИВНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ РЕСТРУКТУРИЗАЦИИ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

Построение социально ориентированной рыночной экономики требует пересмотра, как теоретических концепций, так и практических подходов к организации управления предприятиями. Данное требование обусловлено глобальным поворотом от административной модели экономики к рыночной, интеграционными процессами, происходящими в странах бывшего Советского Союза и Западной Европе, а также необходимостью обновления социальных, экономических и управленческих отношений, вызванных трансформацией экономики.

Результаты анализа современной экономической литературы и обобщения практического опыта реформирования предприятий Бобруйского региона показали, что проблемам реструктуризации предприятий уделяется большое внимание. В значительной мере это связано с тем, что за период осуществления реформ предприятия претерпели ряд существенных изменений. В то же время, подавляющее большинство предприятий по-прежнему представляет собой комплекс противоречий структурного, организационного, производственно-технологического, управленческого, финансового, маркетингового характера.

В связи с этим, особое внимание должно быть уделено комплексной реструктуризации предприятий, завершению приватизации малых и активному акционированию крупных и средних предприятий, финансовому оздоровлению (санации) предприятий, модернизации и техническому перевооружению производства, развитию экспортного потенциала.

В настоящее время основным способом реформирования предприятий является приватизация. Однако смена форм собственности, не сопровождающаяся преобразованием внутренней организации предприятия, адаптацией к изменениям внешнего окружения, не позволит существенно повысить эффектив-