

тивно соединить все факторы производства в единый процесс; д) гибкость и действенность обмена информацией и инфраструктуры.

Чтобы товар был конкурентоспособным, предприятие должно придать ему определенные преимущества по сравнению с товарами-конкурентами.

Л. В. Целикова

Гомельский кооперативный институт

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ И СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЕЕ ОЦЕНКИ

Конкурентоспособность — главный ориентир в условиях становления рыночных отношений. Она является основополагающим моментом для функционирования и развития на рынке в условиях конкуренции. Достижение высокого уровня конкурентоспособности для большинства хозяйствующих субъектов потребительской кооперации не просто стратегическая, но и перспективная цель их развития.

Предметом конкурентоспособности в потребительской кооперации являются товар и торговые услуги, посредством которых она стремится завоевать признание и деньги потребителей, а следовательно повысить свою конкурентоспособность. Поэтому природа конкурентоспособности потребительской кооперации двойственна. На поверхности она предстает в виде конкурентоспособности товаров и качества торгового обслуживания, но за внешней оболочкой явления выступает ее живая душа, ее сущность — конкурентоспособность хозяйствующего субъекта.

Следовательно, конкурентоспособность потребкооперации в данных условиях хозяйствования является комплексной характеристикой, отражающей уровень превосходства совокупности ее оценочных показателей по рыночной и ресурсной составляющим за определенный промежуток времени в условиях конкретного рынка по отношению к совокупности аналогичных показателей конкурента или средних по отрасли. Конкурентоспособность товаров и конкурентоспособность субъекта рынка следует соотносить как часть и целое. Только такой подход создаст целостное представление о конкурентоспособности на уровне системы.