

## **Управление конкурентоспособностью как система поиска альтернатив развития потребительской кооперации**

В.А. Шлаканева,

Белгородский университет потребительской кооперации

Одна из целей хозяйствующего субъекта – победа в конкурентной борьбе. Управление конкурентоспособностью мы рассматриваем как алгоритм поиска и выбора альтернатив развития организаций и выбора стратегических ориентиров потребкооперации в целом.

Чтобы создать конкурентоспособное предприятие, надо его не просто модернизировать, но и отчетливо знать, для чего это делается, какая цель должна быть достигнута. Главным при этом должно быть одно: умение определить, быстро и эффективно использовать в конкурентной борьбе сравнительные преимущества. Все усилия необходимо направить на развитие тех сторон, которые выгодно отличают вас от потенциальных или реальных конкурентов. Конкурентоспособность определяет способность выдерживать конкуренцию по сравнению с аналогичными объектами на данном рынке [1]. Конкурентоспособность организаций потребкооперации проявляется в процессе конкуренции с другими субъектами – прежде всего, государственными и акционерными. Наличие общих целей и ограниченность мобильных ресурсов обуславливают интенсификацию конкурентных процессов.

Среди конкурентных преимуществ организаций потребительской кооперации можно выделить: уникальность потребительской кооперации как системы, где исключен доход и как следствие – в структуре себестоимости нет ряда традиционных для экономики налогов; четкая структурированная целевая группа с известными потребительскими предпочтениями, что минимизирует затраты на маркетинговые исследования и продвижение. В силу этого, потребительская кооперация, при условии соблюдения кооперативных принципов, считается структурой, потенциально способной успешно конкурировать с крупными розничными сетями [2, 3]. Совокупный товароборот потребкооперации по торговой деятельности сопоставим с товароборотом крупнейших сетей, действующих на российском рынке [4].

Мировая практика также является подтверждением: в большинстве стран с развитыми рынками кооперативные сети стабильно входят в тройку крупнейших сетей своей страны. По данным МКА, в настоящее время в кооперативном движении задействовано более 800 млн. человек, 222 организации из 90 стран являются членами МКА. В США в кооперативах участвует четверть населения, в Канаде – треть. Кооперативами создано 100 млн. рабочих мест в мире. Например, в Уругвае, Финляндии и Норвегии кооперативы обеспечивают более

90% производства молочных продуктов. Наиболее заметны кооперативы в производстве пищевой продукции и торговле [5].

Для успешной конкурентной борьбы производителям и продавцам в системе потребкооперации необходимо управлять собственной конкурентоспособностью, определять основные направления ее повышения. Одной из форм делового партнерства кооператоров являются семинары по обмену опытом [6]. В России существует Российский профсоюз работников потребительской кооперации и предпринимательства (РППК), объединяющий 60 профсоюзных организаций от Калининграда до Якутска, из них: республиканских – 15; краевых – 6; областных – 35; первичных – 4. В кооперативных организациях, образующих профсоюз, работают 234669 человек. Из них членов профсоюза – 200346 человек, в том числе женщин – 167470, молодежи – 31100, членов профсоюза (неработающих пенсионеров) – 1950 человек [4].

Среди усовершенствований и инноваций, возможных в системе потребительской кооперации, мы видим следующие: организация производства новых товаров, услуг, технологий; выход на новые рынки, в том числе и на международные; внедрение новых систем управления; введение новых форм работы с пайщиками и потребителями. Для реализации философии инновационного управления необходимо совершенствовать способы воздействия субъектов управления (управленческий персонал, отделы, службы, специалисты, определяющие стратегию и контролирующие решения) на объект управления – факторы конкурентоспособности организации. Для осуществления предложенных нововведений системе потребительской кооперации необходимы менеджеры с инновационным типом мышления, с готовностью к переменам и созданию качественно новой системы потребительской кооперации, обладающей высоким уровнем конкурентоспособности.

В структурных единицах системы потребкооперации идет постоянная работа по модернизации систем управления и продуктовых линеек. Реконструкция подразумевает расширение ассортимента товаров, удобную выкладку, улучшение качества обслуживания. Потребительские общества активно осваивают передовые методы торговли – такие, как продленный и круглосуточный режим работы, работа без выходных, проводят специализацию и типизацию торговых предприятий. Потребительская кооперация, заботясь о повышении культуры обслуживания сельских жителей, ежегодно вкладывает немалые средства в развитие материально-технической базы.

Вместе с тем существует ряд причин, по которым организации потребительской кооперации не могут занимать лидирующие позиции на внутреннем и внешнем рынках. Осуществляя деятельность на сельских региональных рынках, кооперативные организации

не могут занять значительную долю в объеме товарооборота территорий. Кроме этого организации потребительской кооперации реализуют населению в основном продовольственные товары, слабо применяются прогрессивные маркетинговые подходы к расширению зоны воздействия на обслуживаемых территориях. Следует отметить, что незнание потребностей рынка, неумение активно формировать спрос является основной причиной низкого уровня конкурентоспособности кооперативных организаций.

Серьезная проблема, препятствующая более широкому развитию потребкооперации, – недостаточное информационное освещение того, чем она занята и в чем ее реальные преимущества. Другой серьезной проблемой для потребительской кооперации остается и землепользование. По данным Центросоюза, в целом по системе право собственности оформлено только на 30% земельных участков, находящихся под объектами потребкооперации. В ряде региональных потребсоюзов этот показатель ниже – 10–15%. Центросоюз РФ неоднократно обращался в Правительство РФ и в Государственную Думу ФС РФ с предложением пролонгировать конечные сроки выкупа земельных участков для организаций потребкооперации. В законодательный орган внесен законопроект, согласно которому сроки выкупа собственниками земельных участков и расположенных на них зданий, строений, сооружений должны быть продлены до 1 января 2013 г., а земельных участков под линейными объектами (линиями электропередачи, линиями связи, трубопроводами, дорогами, железнодорожными линиями и другими подобными сооружениями) – до 1 января 2016 г.

Таким образом, уровень конкурентоспособности является одним из ключевых факторов в обеспечении устойчивости и эффективности системы потребительской кооперации.

Литература:

1) Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость; пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 715 с.

2) Фигуровская Н.К. Кооперация и социализм. Некоторые проблемы формирования кооперативной теории и борьба идей в области кооперативного движения в начале XX века / Кооперация. Страницы истории. Выпуск II. – М.: Институт экономики АН СССР, 1991. – 198 с. (с прил. 73 с.), стр. 4 – 29

3) Зіновчук В.В. Про небезпеку поширення псевдокооперативів в аграрному секторі України / Міжнародний кооперативний рух: історичний досвід і сучасна практика: Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2010. – 143 с., стр. 12 – 15

4) [www.ica.coop](http://www.ica.coop)

5) [www.doncoop.ru](http://www.doncoop.ru)