

УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ НА РЫНКЕ ПРОДОВОЛЬСТВЕННЫХ ТОВАРОВ

В рамках данной статьи предложена концептуальная модель экономического обеспечения конкурентоспособности организаций потребительской кооперации на основе методов системного анализа, а также предложена методика оптимального управления ресурсами кооперативных объединений с учетом конкурентных факторов развития потребительского рынка.

Within the framework of given article is offered conceptual model of the economic provision to competitiveness organization consumer cooperation on base of the methods of the system analysis, as well as is offered methods of optimum management resource cooperative associations with provision for competitive factor of the development consumer market.

Ключевые слова: потребительская кооперация, развитие, конкурентоспособность, ресурсы, оптимальное распределение, системный анализ, структурный подход.

Постановка проблемы. С переходом к рынку процесс формирования конкурентной среды, основывающейся на либерализации национальной экономики, утверждении новых правовых отношений и роста числа хозяйствующих субъектов, значительно усилился. В ходе конкуренции выявляются преимущества отдельных субъектов рынка, их сила и слабость, а также возможности и угрозы их деятельности. Поэтому с формированием рыночной системы «конкурентоспособность», приобретает подлинный смысл, а решение проблем, связанных с созданием конкурентной среды, становится особенно значимым.

Потребительская кооперация Украины, к началу рыночных реформ имела достаточные конкурентные преимущества, а стартовые условия кооперативных организаций были более чем благополучные. Среди причин, по которым не удалось реализовать эти преимущества, следует выделить системный кризис в рамках национальной экономики, высокую инфляцию, отсутствие притока инвестиций по причине снижения уровня жизни населения, деградаций старых форм хозяйственных связей и т.д. Тем не менее, организации потребительской кооперации, имея опыт работы на потребительском рынке, доступ к источникам ресурсов, сохраняют потенциальную конкурентоспособность. Но они должны овладеть стратегией и тактикой конкурентного противостояния, освоить способы достижения и удержания конкурентных преимуществ, широко применять маркетинговые подходы в своей деятельности.

Исследование развития потребительской кооперации имеет глубокие корни. Историческая устойчивость, способность к выживанию, социальная востребованность на протяжении всего периода существования предопределяют необходимость исследования факторов устойчивого развития организаций потребительской кооперации. Кооперативная организация приспосабливается к условиям конкурентного экономического пространства, аккумулирует и использует преимущества кооперативной модели хозяйствования для повышения уровня своей конкурентоспособности на рынке продовольственных товаров [1, с. 46–49]. В связи с этим возникает потребность в новых концептуальных подходах к формированию конкурентоспособной организации потребительской кооперации, создании адекватного механизма, обеспечивающего реализацию имеющихся конкурентных преимуществ функционирования, преодолении слабых сторон, внешних и внутренних угроз развитию, использовании потенциальных возможностей, создании оптимальной модели поведения организаций потребительской кооперации на потребительском рынке. Нуждаются в теоретическом осмыслении особенности адаптации потребительского рынка, место и роль потребительской кооперации в его структуре, методология её сбалансированного развития, оценка экономического потенциала и вероятности банкротства; оптимальное управление ресурсами, методика оценки степени удовлетворения платёжеспособного спроса населения на товары и услуги потребительской кооперацией и её конкурентами. Этими и другими пробелами в теории и методологии национального рынка продовольственных товаров обуславливается актуальность исследований в данном направлении.

Анализ основных публикаций. Среди исследователей, занимающихся проблемами развития потребительской кооперации, следует отметить таких, как О.В. Баскакова, В.В. Бакаева, А.Р. Бернвальд, И.Н. Буздальев, Т.В. Григорова, П. Дэвис, Г.М. Ефремова, О.П. Зайцева, С.Г. Иткулов, Е.А. Иванова, Н.А. Клепикова, З.А. Капелюк, И.А. Коряков, А.Н. Лебедев, Л.П. Наговицина, Ф.Г. Панкратов, Л.А. Сипко, А.К. Семенов, В.В. Салий, А.М.Фридман, Т.Г. Храмова, М.В. Хайруллина и др.

Особенности процессов экономического роста и факторов его определяющих в организациях потребительской кооперации отражены в работах В.И. Теплова, Е.В. Исаенко, И.А. Маркиной [3], Т.Н. Прижигалинской [4], Л.Т. Снитко, О.И. Клименко, К.А. Раицкова, В.П. Сторожук [5] и ряда других.

В исследованиях последнего десятилетия главное внимание акцентируется на оценке социально-экономического потенциала кооперативных организаций, использовании методов антикризисного управления ими в условиях нестабильной национальной экономики, совершенствовании коммерческой и

других видов деятельности, обеспечении устойчивого развития и т.п. Но в них рассматриваются лишь некоторые аспекты многогранной проблемы формирования конкурентоспособной организации потребительской кооперации [3, с. 127–133]. Ощущается недостаток комплексного подхода к данной проблеме, системного анализа, новых, нетрадиционных методов многомерного прогнозирования и оптимального управления ресурсами, которые в совокупности способствуют эффективному функционированию кооперативной организации в конкурентной среде. Их исследование остаётся актуальным.

Цель статьи – разработать теоретическое и методологическое обеспечение конкурентоспособности организации потребительской кооперации, а также модель ее поведения на продовольственном рынке Донецкого региона.

Изложение основного материала. Концепция развития потребительской кооперации предполагает коммерциализацию ее деятельности на продовольственном рынке. Однако коммерческая деятельность осуществляется в условиях конкурентной среды, а, следовательно, организации потребительской кооперации должны быть конкурентоспособными. В связи с этим возникает необходимость в разработке комплекса мероприятий по формированию конкурентоспособности. Автором предлагается концептуальный подход к формированию её конкурентоспособности (рис. 1). В основу концептуального подхода заложен метод дедукции, заключающийся в выработке общих принципов и механизма формирования конкурентоспособной организации. Механизм апробирован в конкретной организации, внедрён в практику. Новизна подхода заключается в том, что все экономическое пространство подразделяется на два взаимосвязанных подпространства, где А – внутренняя среда [2, с. 14–17]; Б – рынок продовольственных товаров – является внешней средой по отношению к организации. Эти подпространства оказывают влияние друг на друга. В частности, коммерческая деятельность потребительской кооперации осуществляется на рынке продовольственных товаров и способствует удовлетворению спроса обслуживаемого населения. Рынок продовольственных товаров основан на платежеспособном спросе населения, и этот спрос стимулирует развитие организации [7, с. 71–75]. Подпространства А и Б – сложные системы. Задача заключается в совершенствовании этих систем на основе их гармоничного взаимодействия (рис. 1).

Исследование организации потребительской кооперации осуществляется в рамках трех блоков.

Первый блок отражает наличие и анализ материальных и финансовых ресурсов: основных фондов; оборотных средств как материальных, так и финансовых; капитальных вложений в заготовительно-производственно-торговый комплекс. Значения показателей, отражающих объемы ресурсов в динамике, ведут себя по-разному: одни растут, другие падают, третьи подвержены колебаниям, поэтому возникает проблема определения комплексной оценки по всему множеству показателей и их весомости в комплексной оценке. Комплексная оценка рассматривается как уровень развития экономического потенциала организации потребительской кооперации, определяется интегральная оценка эффективности использования экономического потенциала [6, с. 45].

Второй блок посвящен анализу финансового состояния организации, оценке вероятности ее банкротства. Интегральная оценка показывает близость реального финансового состояния организации к целевому. Разность между единицей и интегральной оценкой есть вероятность банкротства.

Третий блок модели посвящен управлению. На основе сложившихся тенденций осуществляется системный прогноз развития организации, который в нашем случае носит инерционный характер. Возникает необходимость в осуществлении управления организацией, с целью достижения ею абсолютной конкурентоспособности. В рамках авторского концептуального подхода предлагается осуществлять оптимальное управление ресурсами. В частности, подвергаются оптимизации капитальные вложения в отрасли и виды деятельности, оборотные средства, представленные материальными, в том числе товарными ресурсами, денежными средствами, дебиторской задолженностью. Исследование подпространства Б осуществлялось в двух блоках.

Первый блок содержит анализ спроса населения. Поскольку спрос на товары зависит от цен и дохода покупателей, то предварительно анализируется динамика цен на товары, среднедушевого дохода покупателей и среднедушевого потребления продовольственных товаров. Комплексное исследование этих показателей необходимо для оценки платежеспособного спроса населения. С этой целью строятся функции покупательского спроса по каждой товарной группе и рассчитываются коэффициенты эластичности, отражающие меру изменения спроса на товары в зависимости от роста цен и дохода.

Второй блок включает в себя прогноз платежеспособного спроса на продовольственные товары населения, обслуживаемого организациями потребительской кооперации. Предварительно осуществлялся инерционный прогноз цен на товары, среднедушевого дохода, а затем, с использованием построенных функций покупательского спроса, делался прогноз платежеспособного спроса. В завершение дана оценка баланса прогнозных значений реализации и спроса на продовольственные товары с целью выявления доли организации потребительской кооперации на местном сегменте рынка продовольственных товаров. На этом этапе осуществлялась оценка согласованности развития организации потребительской кооперации и рынка продовольственных товаров.

Традиционная экономическая теория предполагает полную рациональность в принятии решений, то есть выбранное решение основывается на рационально определенном лучшем курсе действий из всех

возможных, максимизируя или минимизируя критерий выбора. Принятие решений как индивидуальных так и системных (относительно системы в целом) связано с поиском и выбором оптимальных альтернатив или с позиций удовлетворительности или достаточности в существующих условиях.

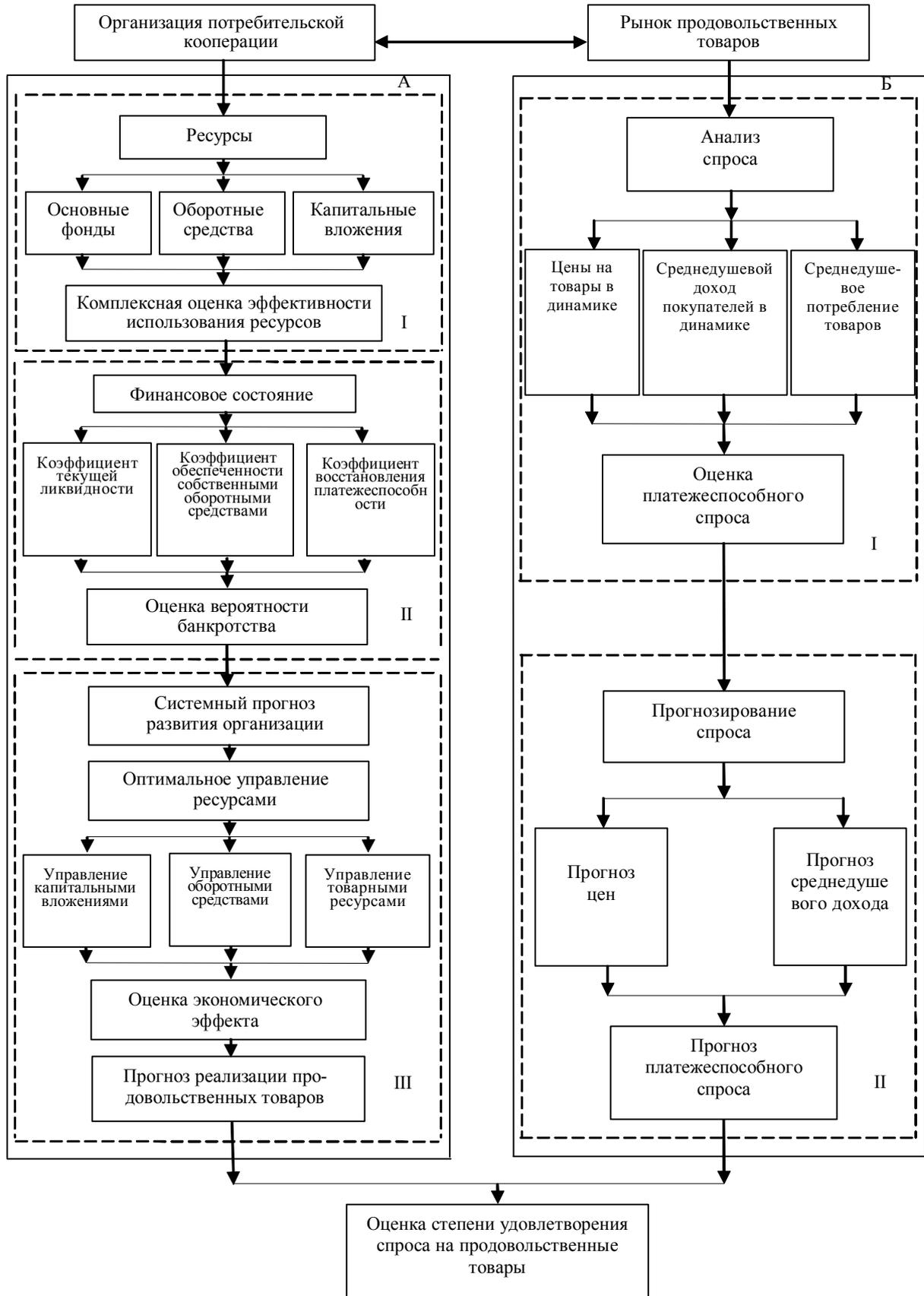


Рис. 1. Концептуальная модель экономического обеспечения конкурентоспособности потребительской кооперации

Однако в условиях динамично развивающихся процессов развития как организации, так и внешней среды необходимо принимать оптимальные решения, поскольку такой выбор сулит организации повышение уровня ее конкурентоспособности. Основой экономического потенциала любого хозяйствующего субъекта, в том числе и организации потребительской кооперации, являются ресурсы. Оптимальное управление ими позволит обеспечить экономический рост и повышение конкурентоспособности.

Среди всего многообразия моделей и методик, позволяющих вырабатывать решения по оптимальному управлению ресурсами, предпочтение отдано методике оптимального управления ресурсами, предложенной Н.В. Шалановой, адаптированной нами к специфике потребительской кооперации. Постановку задачи оптимального управления ресурсами организации можно сформулировать так: «определить оптимальную структуру ресурсов, обеспечивающую максимальную прибыль организации без дополнительных затрат».

Исследование организации потребительской кооперации осуществляется в рамках трех блоков.

Первый блок отражает наличие и анализ материальных и финансовых ресурсов: основных фондов; оборотных средств как материальных, так и финансовых; капитальных вложений в заготовительно-производственно-торговый комплекс. Значения показателей, отражающих объемы ресурсов в динамике, ведут себя по-разному: одни растут, другие падают, третьи подвержены колебаниям, поэтому возникает проблема определения комплексной оценки по всему множеству показателей и их весомости в комплексной оценке. Комплексная оценка рассматривается как уровень развития экономического потенциала организации потребительской кооперации, определяется интегральная оценка эффективности использования экономического потенциала [6, с. 45].

Второй блок посвящен анализу финансового состояния организации, оценке вероятности ее банкротства. Интегральная оценка показывает близость реального финансового состояния организации к целевому. Разность между единицей и интегральной оценкой есть вероятность банкротства.

Третий блок модели посвящен управлению. На основе сложившихся тенденций осуществляется системный прогноз развития организации, который в нашем случае носит инерционный характер. Возникает необходимость в осуществлении управления организацией, с целью достижения ею абсолютной конкурентоспособности. В рамках авторского концептуального подхода предлагается осуществлять оптимальное управление ресурсами. В частности, подвергаются оптимизации капитальные вложения в отрасли и виды деятельности, оборотные средства, представленные материальными, в том числе товарными ресурсами, денежными средствами, дебиторской задолженностью. Исследование подпространства Б осуществлялось в двух блоках.

Первый блок содержит анализ спроса населения. Поскольку спрос на товары зависит от цен и дохода покупателей, то предварительно анализируется динамика цен на товары, среднедушевого дохода покупателей и среднедушевого потребления продовольственных товаров. Комплексное исследование этих показателей необходимо для оценки платежеспособного спроса населения. С этой целью строятся функции покупательского спроса по каждой товарной группе и рассчитываются коэффициенты эластичности, отражающие меру изменения спроса на товары в зависимости от роста цен и дохода.

Второй блок включает в себя прогноз платежеспособного спроса на продовольственные товары населения, обслуживаемого организациями потребительской кооперации. Предварительно осуществлялся инерционный прогноз цен на товары, среднедушевого дохода, а затем, с использованием построенных функций покупательского спроса, делался прогноз платежеспособного спроса. В завершение дана оценка баланса прогнозных значений реализации и спроса на продовольственные товары с целью выявления доли организации потребительской кооперации на местном сегменте рынка продовольственных товаров. На этом этапе осуществлялась оценка согласованности развития организации потребительской кооперации и рынка продовольственных товаров.

Традиционная экономическая теория предполагает полную рациональность в принятии решений, то есть выбранное решение основывается на рационально определенном лучшем курсе действий из всех возможных, максимизируя или минимизируя критерий выбора. Принятие решений как индивидуальных так и системных (относительно системы в целом) связано с поиском и выбором оптимальных альтернатив или с позиций удовлетворительности или достаточности в существующих условиях.

Однако в условиях динамично развивающихся процессов развития как организации, так и внешней среды необходимо принимать оптимальные решения, поскольку такой выбор сулит организации повышение уровня ее конкурентоспособности. Основой экономического потенциала любого хозяйствующего субъекта, в том числе и организации потребительской кооперации, являются ресурсы. Оптимальное управление ими позволит обеспечить экономический рост и повышение конкурентоспособности.

Среди всего многообразия моделей и методик, позволяющих вырабатывать решения по оптимальному управлению ресурсами, предпочтение отдано методике оптимального управления ресурсами, предложенной Н.В. Шалановой, адаптированной нами к специфике потребительской кооперации. Постановку задачи оптимального управления ресурсами организации можно сформулировать так: «определить оптимальную структуру ресурсов, обеспечивающую максимальную прибыль организации без дополнительных затрат».

Формально эта оптимизационная задача запишется в виде:

$$V_1 + V_2 + \dots + V_n = V, \quad V_j \geq 0, \quad (j = \overline{1, n});$$

$$Z = \alpha_1 V_1 + \alpha_2 V_2 + \dots + \alpha_n V_n \rightarrow \max,$$

где в качестве V_j выступает j -й ресурс, в качестве α_j – рентабельность j -го ресурса.

Последовательность оптимизации структуры ресурсов представлена следующим алгоритмом:

Определяется рентабельность j -го ресурса:

$$\alpha_j = \frac{P_j}{V_j},$$

где V_j – объем j -го ресурса;

P_j – прибыль, полученная от использования j -го ресурса.

Определяется оптимальная структура ресурсов:

$$\beta = (\beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n),$$

где $\beta_j = \frac{\alpha_j}{\sum_{j=1}^n \alpha_j}$ – удельный вес j -го ресурса.

3. Осуществляется прогноз значения ресурса – V^* .

4. Распределяется ресурс согласно оптимальной структуре.

5. Определяется прогнозная сумма прибыли от использования j -го ресурса:

$$P_j^* = \alpha_j V_j^*,$$

где V_j^* – объем j -го ресурса согласно оптимальной структуре.

6. Рассчитывается прогнозная величина прибыли от использования всех n ресурсов согласно оптимальной структуре:

$$P^* = \sum_{j=1}^n P_j^*.$$

7. Определяется уровень рентабельности ресурсов:

$$\alpha = \frac{P^*}{V^*},$$

В качестве ресурсов организации потребительской кооперации наиболее значимыми являются стратегические ресурсы – капитальные вложения в отрасли, мобильные ресурсы – оборотные средства и товарные ресурсы, реализация которых выражена в товарообороте [6, с. 50].

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Таким образом, новизна авторской концептуальной модели состоит в механизме, отражающем последовательность мероприятий по повышению конкурентоспособности организации, то есть по преобразованию ее внутренней среды. В качестве внешней среды рассматривается рынок продовольственных товаров. Оценка перспектив его развития существенно влияет на состояние организации, а также инициирует организацию на выработку таких управленческих решений, которые способствуют росту ее конкурентоспособности на этом рынке.

Представленная в статье методология оптимального распределения ресурсов представляет собой механизм управления ресурсами организации потребительской кооперации, заключающийся в оптимизации их структуры. Реализация данной методологии позволяет повысить эффективность деятельности организации и уровень ее конкурентоспособности без дополнительных затрат, а лишь точным перераспределением структуры ресурсов.

Литература

1. Добродомова Т.Н. Обоснование необходимости разработки и содержание стратегии экономического роста организаций потребительской кооперации / Т.Н. Добродомова // Вестник

Белгородского университета потребительской кооперации (спецвыпуск). – 2005. – С. 45–49.

2. Совершенствование бизнес-процессов в розничном торговом предприятии : [монография] / Шубин А.А., Садеков А.А., Азарян Е.М., та ін. ; под общ. ред. А.А. Шубина, А.А. Садекова. – Донецк : ДонГУЕТ им. М. Туган-Барановского, 2006. – 197 с.

3. Маркіна І.А. Інформаційно-методичне забезпечення управління в споживчій кооперації / І.А. Маркіна // Бізнес-інформ: Науково-інформаційний журнал. – 2006. – № 6. – С. 127–133.

4. Прижигалинская Т.Н. Стратегия экономического роста организаций потребительской кооперации : [монография] / Прижигалинская Т.Н., Добродомова Т.Н., Терновский Д.С. – Белгород : Кооперативное образование, 2008. – 354 с.

5. Сторожук В.П. Адаптація системи споживчої кооперації до сучасних умов реформування економіки України / В.П. Сторожук // Регіональні перспективи. – 2004. – № 3–5 (40–42). – С. 356–358.

6. Шарипов М.М. Конкурентоспособность и оценка эффективности конкурентной деятельности организаций потребительской кооперации в современных условиях / М.М. Шарипов // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2010. – № 4 (36). – С. 45–52.

7. Насретдинов И.Т. Конкурентоспособность потребительской кооперации в современной экономической системе / Насретдинов И.Т. – Казань : Казан. гос. ун-т, 2010. – 208 с.

Надійшла 08.10.2011