

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ БЕЛАРУСИ И ОТДЕЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ ПО ИХ РЕАЛИЗАЦИИ

В статье рассмотрены отдельные конкурентные преимущества потребительской кооперации Республики Беларусь, показаны существующие проблемы, рассмотрены характеризующие их причины, определены отдельные подходы, реализация которых позволит сохранить позиции потребительской кооперации на традиционных рынках не только в стране, но и за ее пределами.

Введение

В настоящее время руководством Республики Беларусь ставится задача по переходу от отраслевого к кластерному подходу в управлении белорусской экономикой. В связи с этим определенный интерес представляет выявление отдельных конкурентных преимуществ и их реализация с учетом кластерного подхода в системе Белкоопсоюза.

Как известно, в основе конкурентных преимуществ отдельных стран, отраслей, секторов, сфер, видов деятельности и конкретных предприятий лежат основные факторы (природные ресурсы и запасы полезных ископаемых, климатические условия, площадь и географическое расположение страны и т.д.) и приобретенные (экономическая среда, уровень развития и роль финансовых институтов и рынков, уровень используемых технологий, качество производственного потенциала, менеджмента, маркетинга, трудовых ресурсов, уровень развития социальной инфраструктуры, степень надежности правовых и рыночных институтов и т.д.) [1]. Основные и приобретенные факторы формируют внутреннюю структуру национальных экономик, состоящую из специализированных, взаимодополняющих и обслуживающих отраслей и секторов экономики (так называемых кластеров), где соответствующую нишу занимают отрасли и виды деятельности потребительской кооперации.

Основная часть

Возможности устойчивого развития белорусской кооперации реализуются как в плоскости национальных конкурентных преимуществ, так и посредством конкуренции с другими структурами, осуществляющими аналогичные виды деятельности и занимающими соответствующие сегменты на внутреннем рынке страны. При этом часть внешних факторов, с одной стороны, формирует определенные предпосылки (например, доходы населения, особенно в сельской местности, малых и средних городах) и условия (уровень налогообложения, процентные ставки по кредитам и т.д.) для развития потребительской кооперации. С другой стороны, на уровне Белкоопсоюза происходит конкретизация и расширение приобретенных факторов, связанных со спецификой функционирования данной системы и отдельных отраслей и видов деятельности.

Учитывая, что потребительская кооперация включает ряд взаимосвязанных и взаимодополняющих (в организационном, функциональном, технологическом и территориальном плане) отраслей, подотраслей и видов деятельности, часть конкурентных преимуществ вытекает из данных особенностей, вторая часть связана с их спецификой. К третьей агрегированной группе конкурентных преимуществ следует отнести расширение или освоение производства новых видов продукции и услуг. При этом сохранение организационной структуры позволяет Белкоопсоюзу иметь определенные конкурентные преимущества в части централизации закупок отдельных видов товаров (соответственно, снижение таким образом цен), возможности маневрирования финансовыми ресурсами в рамках системы потребительской кооперации.

К другим унаследованным конкурентным преимуществам потребительской кооперации следует отнести: разветвленную сеть объектов торговли и общественного питания; наличие перерабатывающих производств; развитое складское хозяйство; инфраструктуру и обслуживающие отрасли (транспорт, строительство, информационные услуги и др.). В конечном счете все это способствует сохранению технологических цепочек между отдельными отраслями, подотраслями и видами деятельности Белкоопсоюза типа “заготовки – хранение – переработка”, “заготовки – переработка – торговля”, “заготовки – переработка – общественное питание” и т.д.

Наряду с этим, как показывает международный опыт, основная задача Белкоопсоюза, в условиях сохранения организационной структуры, состоит в его системной реорганизации, приведении в соответствие с современными требованиями, повышении оперативности и эффективности функционирования. В этой связи заслуживает особого внимания предложение НИИ Белкоопсоюза по созданию соответствующих республиканских специализированных объединений, включаю-

щих перерабатывающие и заготовительные предприятия, а также оптовые торговые организации [2]. Создание данных объединений как раз и будет способствовать реализации конкурентных преимуществ на уровне Белкоопсоюза. С одной стороны, централизация управления перерабатывающими отраслями позволит улучшить их управляемость и эффективность использования ограниченных ресурсов, повысить загрузку производственных мощностей и ускорить их модернизацию с высвобождением устаревших и неиспользуемых основных средств, увеличить долю продукции собственного производства в розничном товарообороте. С другой стороны, создание оптового объединения облегчит использование преимуществ централизованных закупок крупных партий товаров для розничной торговли и ресурсного обеспечения кооперативной промышленности. В организационном плане данная система должна состоять из специализированных баз по осуществлению закупок отдельных групп товаров (на республиканском уровне), универсальных баз (на областном и межрайонном уровне) и распределительных складов (на внутрирайонном уровне). В результате будут созданы условия для развития сетевых методов торговли и реализации логистических схем, включая создание и надлежащее функционирование торгово-логистических и транспортно-логистических центров. В конечном счете будут созданы условия для постепенного внедрения холдинговых основ управления.

Учитывая, что промпредприятия потребкооперации расположены преимущественно в регионах (малых и средних городах, сельской местности), где относительно дешевые факторы производства (трудовые ресурсы, местное сырье), есть возможность получения определенных льгот на региональном уровне в рамках программ возрождения и развития села, малых и средних городских поселений, развития и поддержки личных подсобных хозяйств граждан. Все это способствует сокращению издержек производства и повышению ценовой конкурентоспособности продукции. Кроме этого, производимая на предприятиях Белкоопсоюза продукция преимущественно связана с продуктами питания, которые менее эластичны по отношению к экономическим циклам, т. е. спрос на данную группу товаров не столь подвержен сокращению в условиях кризиса.

Если вопрос ставить сегодня, то возможности конкурентных преимуществ на уровне Белкоопсоюза используются не в полной мере, что подтверждает сокращение доли потребительской кооперации на соответствующих сегментах рынка. Снижение потенциальных возможностей связано с рядом причин, главные из которых – несовершенство организационной структуры управления и наличие противоречий между отдельными составляющими системы (например, розничной и оптовой торговлей); недостаточные мотивационные механизмы и вынужденная чрезмерная ориентация на целевые темповые параметры; отставание в развитии современных форм торговли (типа сетевых, гипермаркетов), прибыльных видов производства, торговли и услуг, что связано во многом с нехваткой оборотных средств, финансовых и инвестиционных ресурсов; высокие издержки и излишняя численность управленческого персонала, что влечет дополнительные накладные расходы; недостаток (а то и отсутствие) собственных оборотных средств, что вызывает высокую потребность в существенно подорожавших заемных ресурсах; неудовлетворительное финансовое состояние и значительные запасы готовой продукции на складах; необходимость разрешения проблемы кооперативной собственности при создании совместных предприятий с привлечением иностранных или белорусских инвесторов; изношенность оборудования и необходимость структурной перестройки перерабатывающих отраслей; наличие не вовлеченных в оборот или используемых недостаточно эффек-

тивно помещений и т.д. Существуют и объективные факторы, когда потребительская кооперация, выполняя социальные функции, вынуждена содержать убыточные торговые точки и отдельные перерабатывающие предприятия, в то время как предоставляемые государством компенсационные льготы не покрывают понесенных дополнительных затрат.

Здесь же следует отметить и наличие определенных угроз для реализации конкурентных преимуществ как на уровне Белкоопсоюза, так и в отношении промышленных отраслей и отдельных предприятий. На уровне системы потребкооперации основными угрозами являются: приход крупных сетевых структур в средние и малые города; дальнейшее развитие малого бизнеса в регионах; расширение фирменной торговли на предприятиях, где представлен ассортимент не только собственного производства, но и другие виды продовольственных и промышленных товаров.

Для промпереработки существенную дополнительную угрозу представляет возрастание конкуренции как со стороны крупных структур (например, создание современного предприятия с участием иностранного капитала по производству больших объемов сока в г. Бобруйске), так и со стороны малого и среднего бизнеса, развитие которого активно стимулируется на региональном уровне. Кроме этого, нельзя не учитывать ограниченность внутреннего рынка по отдельным группам продовольственных товаров, имеющих определенные пределы с точки зрения насыщенности. В связи с этим расширение производства отдельных видов продовольственной продукции нецелесообразно, поскольку упирается в ограниченный потенциальный потребительский спрос.

Основным направлением преодоления существующих проблем и потенциальных угроз в системе потребительской кооперации в первую очередь является расширение или развитие производства наиболее рентабельных и имеющих потенциальные рынки сбыта видов продукции, использование имеющихся резервов по сокращению и более рациональному применению ресурсов на уровне перерабатывающих отраслей и предприятий. Особо следует отметить и необходимость усиления мотивационных механизмов в организациях и предприятиях потребительской кооперации. В частности, при более высоких темпах роста объемов производства и реализации продукции по сравнению с прогнозными данные превышение целесообразно льготировать.

Определенный интерес представляет придание соответствующим структурам Белкоопсоюза функций консультационных центров по изучению и распространению современных методов менеджмента и маркетинга с учетом опыта лучших предприятий, входящих в систему потребительской кооперации, а также аналогичных отечественных и зарубежных.

В период посткризисного развития на уровне системы потребительской кооперации для сохранения рынков за покупательский спрос населения необходима реализация следующих мер: активное проведение акций снижения цен и распродаж; использование взаимозачетов между организациями системы; осуществление мониторинга объемов реализации и цен по основным валообразующим товарным позициям; увеличение удельного веса в производстве и реализации высокодоходных товаров; сокращение издержек на производство и реализацию товаров, включая энергосбережение, транспортные и накладные расходы; сокращение товарных запасов и др.

В условиях возрастания конкуренции на внутреннем рынке, нехватки оборотных средств и инвестиционных ресурсов для модернизации и структурной перестройки производств по ряду товарных позиций происходит постепенное вытеснение кооперативной промышленности. В этой ситуации представляется

целесообразным сконцентрироваться на поддержании наиболее перспективных производств. В качестве таких могут рассматриваться действующие – производство мясной продукции, хлебобулочных и кондитерских изделий, а также освоение новых – расфасовка в мелкую тару крупных партий сыпучих товаров, производство упаковочных материалов на основе заготавливаемой макулатуры и др.

Имеются определенные возможности участия потребительской кооперации в мероприятиях по расширению использования местных энергоресурсов, учитывая наличие больших запасов древесины и торфа. Перспективным представляется перепрофилирование отдельных видов промпереработки на выпуск высоко-рентабельной продукции, которая может реализовываться как через систему Белкоопсоюза, так и поставляться на экспорт. Например, можно освоить производство рапсового масла, крахмала, чипсов и т.д. При этом, учитывая наличие в системе преимущественно мелких предприятий в малых городах, перспективным является заполнение относительно небольших рыночных ниш, которые менее привлекательны для крупных производителей. Дополнительные возможности для потребительской кооперации в настоящее время открываются с учетом роста цен и увеличения спроса (особенно в Российскую Федерацию) на продовольственную группу товаров, которая доминирует в системе потребительской кооперации. Прежде всего необходимо в этой ситуации увеличить объем товарооборота в приграничные с Россией регионы.

Заключение

Несмотря на ряд объективных причин и проблем, потребительская кооперация обладает рядом потенциальных конкурентных преимуществ как на уровне Белкоопсоюза, так и отдельных отраслей, подотраслей и видов деятельности, использование которых позволит в перспективе сохранить позиции системы на традиционных сегментах рынка.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Структурная перестройка и конкурентоспособность экономики Республики Беларусь: проблемы и пути их решения / Я.М. Александрович, С.С. Полоник, В.В. Пинигин и др. – Мн. : ГНУ “НИЭИ Минэкономики Респ. Беларусь”, 2004. – 168 с.
2. Проблемы научного обеспечения деятельности потребительской кооперации Республики Беларусь : материалы респ. науч.-практ. конф. (21 дек. 2007 г., г. Минск) ; редкол.: Г.В. Германович (гл. ред.) [и др.]. – Минск : Змицер Колас, 2007. – 224 с.