

В. М. Тарасевич

Научный руководитель

Л. М. Соколова

*Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь*

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ КООПЕРАТИВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И ПУТИ ЕЕ ПОВЫШЕНИЯ

Сегодня ни у кого не вызывает сомнений, что из всех игроков рынка ретейла наименьшей эффективностью и наиболее туманным будущим отличается потребительская кооперация. Оказавшись именно в этом сегменте рынка, строго говоря, не по своей воле, а благодаря оставшемуся «наследству» потребительская кооперация должна усваивать новые, задаваемые извне правила игры, чтобы выжить. Потребительская кооперация столкнулась с огромным несоответствием культивируемых десятилетиями принципов хозяйствования тем, ставшим за очень короткий срок уже фундаментальными, принципам, в соответствии с которыми построена и развивается вся современная сетевая торговля. Имеющуюся на данный момент принципиальную неспособность адаптации к рыночным принципам аргументируют по-разному. Трактовки различны и колеблются от обывательских суждений до профессионального анализа.

Однако автором не найдено ни одного исследования, где бы профессиональная компетентность в постановке проблем и глубокий экономический анализ находились в рамках социолого-психологического дискурса, в котором обретают осязаемый смысл понятия бренда, имиджа и пр. Потребительская кооперация нуждается, прежде всего, в имидже, который обеспечивает конкурентоспособность. Но рынок сетевой торговли на сегодняшний день детерминирован настолько, что практически все попытки наверстать упущенное в сфере мерчендайзинга и организации торговли в чистом виде не будут иметь тех значительных результатов, которые бы позволили потребительской кооперации встать на шаг впереди конкурентов. Последним козырем потребительской кооперации была и остается ее диверсифицированность, т. е. многоотраслевая структура. И в этой многоотраслевой структуре исторически и логически особое место занимает промышленная кооперативная отрасль. Ведь 80% стоимости товара формируется в промышленности и лишь 20% затем в розничной сети. Сегодня кооперативная промышленность – это ключ к обеспечению жизнеспособности всей системы.

Говоря об эффективности, следует сразу привести ее популярную трактовку, которую можно сформулировать следующим образом: максимум результата при минимуме затрат. Эффективность промышленного производства формируется под воздействием многих факторов. Все они в большей или меньшей степени влияют на эффективность промышленной отрасли в целом. Однако изучение каждого отдельно взятого фактора не представляется возможным в силу их большого количества и динамизма, выражающегося в появлении все новых факторов. Поэтому в целях анализа их целесообразно сгруппировать в несколько однородных классов. Мы предлагаем следующие укрупненные группы факторов, которые представлены как этапы производственного и сбытового процесса, и ряд конкретных мероприятий для каждой из них:

1. Этап обеспечения производства материальными ресурсами, включающий формирование кластеров односпециализированных производств (хлебопечение, колбасное производство, производство безалкогольных напитков). На данном этапе осуществляется создание:

- единого снабженческого центра для каждого кластера, который позволит получить стоимостные преимущества благодаря большим объемам заказов и сокращению условно-постоянных издержек хранения на единицу материальных ресурсов;
- специализированных транспортно-логистических центров, обеспечивающих максимально эффективное использование транспорта.

2. Этап производства продукции, предусматривающий разработку единых оптимальных технических процессов, опирающуюся на передовые научные исследования в данной области. На этом этапе происходит:

- формирование планов инвестиций в основной капитал, ввода производственных мощностей, модернизации оборудования, баланса производственных мощностей;
- разработка производственной программы;

- установление оптимальных типов движения материалов в производстве и пр.

3. Этап сбыта произведенной продукции, подразумевающий формирование стратегии маркетинга. На этом этапе осуществляется:

- сегментация рынка с обязательным преференциальным выделением внутрисистемных организаций;
- разработка приемов и методов сбыта в отдельности для каждого сегмента.

Таким образом, полученная структура позволяет контролировать эффективность всех этапов промышленного производства.