

**О. П. Белошедова**

*Научный руководитель*

**Т. В. Емельянова**

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

## **О ДИВЕРСИФИКАЦИИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

Потребительской кооперации Беларуси удалось сохранить достаточно высокие позиции на рынке по сравнению с аналогичными структурами стран постсоветского пространства. Несмотря на важнейшую социальную роль потребительской кооперации, которая заключается в торговом обслуживании деревень, оказании услуг сельскому населению, закупке и закладке сельскохозяйственной продукции на хранение, существует ряд проблем, которые следует решать незамедлительно. Возросшая активность конкурентов Белкоопсоюза является главной угрозой эффективной деятельности системы. Представляется важным определить первоочередные направления укрепления позиций потребительской кооперации на рынке и повышения ее роли в экономике Республики Беларусь.

Поиск направлений диверсификации производства для организаций экономики Республики Беларусь является актуальным в связи со следующими обстоятельствами. Во-первых, советская экономика занимала одно из первых мест в мире по уровню специализации производства и создала огромные монопродуктовые субъекты деятельности. Необходимость приспособления к новым экономическим условиям объективно заставляет искать наиболее выгодные сферы предложения созданного производственного потенциала. Во-вторых, диверсификация производства является инструментом межотраслевого перелива капитала и методом оптимизации структурных преобразований в экономике.

В современных условиях хозяйствования диверсификацию рассматривают как один из основных способов обеспечения эффективного функционирования и финансовой стабильности отечественных организаций.

Провести диверсификацию деятельности субъектов хозяйствования возможно с помощью следующих способов:

- расширения номенклатуры продукции;
- распределения собственных и заемных средств между различными объектами с целью снижения уровня риска и создания возможностей получения дохода;
- формирования инвестиционного портфеля финансовых активов разного уровня риска.

Удельный вес потребительской кооперации в общем объеме розничного товарооборота торговых организаций Республики Беларусь за 2015 г. составил 8,4%, через все каналы реализации – 6,9% (для сравнения, в 2011 г. этот показатель составил 12,0%). Таким образом, наблюдается нарастающее увеличение потерь доли рынка республики.

Мы предлагаем следующие направления диверсификации деятельности организаций потребительской кооперации:

- упразднение неэффективно работающих унитарных предприятий, филиалов, обособленных структурных подразделений, поэтапное укрупнение районных кооперативных организаций, формирование отраслевых объединений;
- совершенствование традиционных и развитие новых форматов торговли, а также дистанционной торговли;
- улучшение имиджа торговой отрасли потребительской кооперации;
- сосредоточение на конкурентных преимуществах продукции общественного питания, внедрение уникальных рецептов, учет индивидуальных запросов потребителей.