

КОНКУРЕНТНЫЕ ОТНОШЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В статье рассмотрены конкурентные отношения потребительской кооперации в розничной торговле Республики Беларусь, а также внедрение краудсорсинговой платформы с целью развития интеллектуального потенциала работников организации.

The article deals with the competitive relations of consumer cooperation in retail trade of the Republic of Belarus, as well as the introduction of crowdsourcing platform to increase the intellectual potential of employees of the organization.

Ключевые слова: конкуренция; краудсорсинг; розничный товароборот.

Key words: competition; crowdsourcing; retail trade.

Одним из основополагающих принципов рыночной экономики является свободная конкуренция субъектов хозяйствования. В условиях неустоявшейся конкурентоспособности для торговых организаций так или иначе требуется определение инструментария для повышения их конкурентоспособности на рынке. Без внедрения и использования современных маркетинговых подходов в практической деятельности розничные торговые организации не могут достичь устойчивого преимущества на рынке ритейла.

В отрасли торговли характерно наличие специфических, свойственных отрасли, конкурентных моделей поведения участников рынка, каждая из которых позволяет дать описание поведению той или иной организации на рынке. В том или ином виде все модели поведения характеризуются наличием одного важного аспекта – поступательного изменения состояния субъекта (участника рынка), которое происходит за счет ориентации на конкурентную позицию других участников. То есть осуществление успешной конкурентной борьбы на рынке с определенной временной последовательностью в обязательном порядке предполагает для организации наличие изменений, позволяющих создать конкурентное преимущество, наиболее востребованной потребителями на определенном этапе развития рынка [1].

В ходе исследования были проанализированы в таблице, наиболее актуальные данные о динамике рынка розничной торговли Республики Беларусь, размещенные на сайте национального статистического комитета Республики Беларусь за 2014–2016 гг. и места организаций потребительской кооперации на данном рынке (таблица).

**Анализ рынка розничной торговли Республики Беларусь за 2014–2016 гг.
и места организаций потребительской кооперации на нем**

Наименование показателей	Год			Изменение (+; –)		Темпы изменения, %	
	2014	2015	2016	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
1. Розничный товароборот в действующих ценах, млн р.	31 810	34 724	36 923	2 914	2 199	109,2	106,3
В том числе по формам собственности:							
1.1. Государственная	2 726	2 810	3 086	84	276	103,1	109,8
1.2. Частная	24 410	25 935	26 687	1 525	752	106,2	102,9
1.3. Иностранная	4 674	5 979	7 150	1 305	1 171	127,9	119,6
2. Розничный товароборот организаций потребительской кооперации, млн р.	2 312	2 385	2 220	73	–165	103,2	93,1
2.1. В процентах от общего товароборота, %	7,27	6,87	6,01	–0,40	–0,86	–	–
3. Розничные торговые объекты, ед.	63 007	63 066	67 512	59	4 446	100,1	107,0
3.1. В том числе потребительской кооперации	9 379	8 979	8 367	–400	–612	95,7	93,2

Окончание таблицы

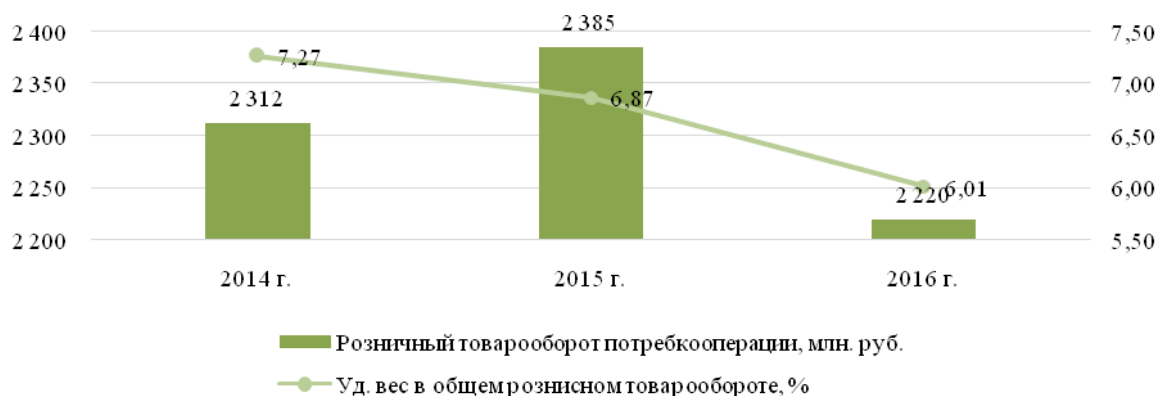
Наименование показателей	Год			Изменение (+; -)		Темпы изменения, %	
	2014	2015	2016	2015 г. от 2014 г.	2016 г. от 2015 г.	2015 г. к 2014 г.	2016 г. к 2015 г.
4. Торговая площадь магазинов, тыс. м ²	5 964,3	6 164,9	6 224,3	200,6	59,4	103,4	101,0
4.1. В том числе потребительской кооперации	959,3	928,9	871,3	-30,4	-57,6	96,8	93,8
5. Розничный товарооборот в расчете на 1 торговый объект, тыс. р.:							
5.1. Всего по розничной торговле	504,9	550,6	546,9	45,7	-3,7	109,1	99,3
5.2. По организациям торговли	550,0	597,9	586,7	47,9	-11,2	108,7	98,1
5.3. По организациям потребительской кооперации	246,5	265,6	265,3	19,1	-0,3	107,8	99,9
6. Розничный товарооборот в расчете на 1 м ² , тыс. р.:							
6.1. Всего по розничной торговле	5,3	5,6	5,9	0,3	0,3	105,6	105,3
6.2. По организациям торговли	5,9	6,2	6,5	0,3	0,3	104,8	105,0
6.3. По организациям потребительской кооперации	2,4	2,6	2,5	0,2	0,0	106,5	99,2

Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе данных источника [2].

Исходя из произведенного нами анализа на основе данных таблицы можно сказать, что рост розничного товарооборота в отрасли обеспечивался в последние годы опережающими темпами роста розничного товарооборота организациями иностранной формы собственности (прирост за 2015–2016 гг. составил, соответственно, 27,9% и 19,6% при росте совокупного товарооборота на 9,2% и 6,3%). При этом наиболее низкий прирост розничного товарооборота был характерен для розничных торговых организаций государственной формы собственности, общая сумма товарооборота которых за три года возросла только на 360 млн р. при общем увеличении товарооборота по отрасли на 5 113 млн р.

Позиции организаций потребительской кооперации на рынке розничной торговли за 2014–2016 гг. ухудшились (рисунок).

Товарооборот и доля в розничной торговле Республики Беларусь организаций потребительской кооперации в 2014–2016 гг.



Примечание – Источник: собственная разработка автора на основе данных таблицы.

Из представленных на рисунке данных, можно увидеть, что доля товарооборота организаций потребительской кооперации в совокупном розничном товарообороте за три года снизилась с 7,27% в 2014 г. до 6,01% в 2016 г., или на 1,26 п.п. При этом товарооборот потребительской кооперации в абсолютном выражении также снизился – на 6,9% в 2016 г., или на 92 млн р. за три года по сравнению с 2014 г., при том что по совокупному розничному товарообороту наблюдался устойчивый рост. Это свидетельствует об ухудшении конкурентных позиций организаций потребительской кооперации на рынке.

Сложившаяся ситуация обуславливается в том числе сокращением числа розничных торговых объектов потребительской кооперации (на 1 012 единиц за три года) и, соответственно, сокращением торговой площади – на 88,0 тыс. м² при том, что в целом по отрасли число объектов розничной торговли возросло на 4 505 единиц (в том числе 4 446 – в 2016 г.), а торговая площадь – на 260,0 тыс. м².

Сокращения розничной торговой базы организациями потребительской кооперации стало снижение розничного товарооборота организаций потребительской кооперации в расчете на 1 м² торговой площади на 0,1 тыс. р. в 2016 г. и его увеличение за три года только на 0,1 тыс. р. при росте показателя в целом по отрасли на 0,6 тыс. р. с 5,3 до 5,9 тыс. р., а по организациям торговли – до 6,5 тыс. р. В расчете на 1 торговый объект товарооборот в среднем по отрасли в 2016 г. составил 546,9 тыс. р., увеличившись за год на 42,0 тыс. р. при росте числа организаций, в то время, как по организациям потребительской кооперации рост товарооборота на 1 торговый объект составил только 18,8 тыс. р. при снижении общего числа торговых объектов потребкооперации.

Исследование проблемы подтверждает, что внедрение автоматизации, возврат кооперативных принципов не возможны без самого главного условия – без высокого уровня духовного развития работников и членов потребительской кооперации. Поэтому одним из важнейших, на наш взгляд, принципов является распределение части прибыли на мотивацию и повышение благосостояния членов потребительских обществ, без чего априори невозможны рост эффективности и развитие организаций. Требования настоящего времени таковы, что развитие личности должно происходить постоянно [3].

В силу несовершенства инновационной инфраструктуры и законодательства высокотехнологичные отрасли во многих регионах не обеспечивают достаточный вклад в рост ВВП, несовершенства экономических механизмов реализации приоритетов научной, научно-технической и инновационной сфер деятельности. Система привлечения иностранных инвестиций в новые наукоемкие сферы не имеет достаточной мотивации. В объемах выпускаемой научно-технической продукции продолжает оставаться низкой доля, характеризующаяся как высокотехнологичная, т. е. конкурентоспособная.

Интернет-торговля развивается на основе новых форм занятости персонала. Краудсорсинг как новая форма занятости в виртуальном пространстве представляет форму трудовых отношений, при которой определенные трудовые функции передаются неопределенному кругу лиц, организованному через компьютерные сети для совместной деятельности на основании публичной оферты. Википедия как краудсорсинговый проект, показывает возможности оптимизации деятельности при подборе высококомпетентного персонала. Он дает доступ к талантливым кадрам по всему миру [4].

Происходит отбор самых перспективных носителей профессиональных компетенций для конкретной организации на основе краудсорсингового проекта. В виртуальных и традиционных организациях карьера сотрудников ориентирована на сохранение занятости, даже при отсутствии четких границ и штатного расписания в виртуальной организации. Интеллектуальный потенциал работника становится ресурсом организации и основой его конкурентоспособности.

Приоритетные направления социально-экономического развития Республики Беларусь на ближайшие годы, рост конкурентоспособности экономики, развитие малых и средних городов, сельской местности вызывают необходимость повышения эффективности использования трудовых ресурсов, формирования кадрового потенциала с учетом реальных потребностей регионов и отраслей.

Развитие системы управления кадрами в потребительской кооперации, отвечающей требованиям национальной экономики, происходит в соответствии с разработанными программами государственной кадровой политики, Концепцией развития потребительской кооперации на 2016–2020, Национальной стратегией устойчивого развития Республики Беларусь до 2030 г. и др.

Список использованной литературы

1. **Соломатин, А. Н.** Экономика и организация деятельности торгового предприятия : учеб. / А. Н. Соломатин. – 2-е изд., перераб. и доп. – М. : Инфра-М, 2009. – 292 с.
2. **Пигунова, О. В.** Коммерческая деятельность предприятия : учеб. пособие / О. В. Пигунова, Е. П. Науменко. – Минск : Выш. шк., 2014. – 255 с.

3. **Howe, Jeff.** The Rise of Crowdsourcing / J. Howe // Wired. 2006. Iss. 14.06. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.archive.wired.com/wired/archive/14.06/crowds.html>. – Дата доступа : 31.01.2019.
4. **Краудсорсинг.** Официальный сайт Wikipedia. – Режим доступа : <https://www.wikipedia.Org.ru/wiki/Краудсорсинг>. – Дата доступа : 31.01.2019.