М. С. Толстелева
Научный руководитель
Т. В. Гасанова
Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации
г. Гомель, Республика Беларусь

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Потребительская кооперация представляет собой многоотраслевой комплекс, осуществляющий основные виды деятельности национальной экономики. Результаты проведенного исследования одного из филиалов областного потребительского общества за 2020 г. свидетельствуют о прибыльной работе заготовительной деятельности организации и об убыточной работе торговой деятельности, общественного питания в связи с реорганизацией филиала.

В 2020 г. по сравнению с 2019 г. наблюдается рост розничного товарооборота рассматриваемой организации, наибольший удельный вес в котором занимают товары отечественного производства (94,1%). Кроме того, наблюдается снижение количества розничных торговых объектов, в том числе за счет роста закрытия нерентабельных магазинов в сельской местности.

В сравнении с другим филиалом областного потребительского общества более отдаленный от областного центра, исследуемый филиал в 2020 г. работал наименее эффективно. Процент охвата средней заработной платой среднедушевого товарооборота выше у второго филиала. Это связано с тем, что торговые объекты располагаются как в сельской местности, так и в городской.

Розничный товарооборот филиала занимает очень низкий удельный вес в розничном товарообороте района из-за наличия наиболее конкурентоспособных розничных торговых объектов и расположения своих торговых объектов в сельской местности. В городе наиболее распространенными являются сети магазинов «Алми», «Гиппо», «Санта», «Соседи», «Дионис», «Светофор» и др. Однако наиболее популярной остается сеть магазинов «Евроопт» общества с ограниченной ответственностью (ООО) «Евроторг».

Для разработки мероприятий по обеспечению конкурентных преимуществ филиала был использован матричный метод оценки деятельности рассматриваемой организации и SWOT-анализ. Увеличению объемов реализации продукции, товаров филиала областного потребительского общества мешает отсутствие финансовых средств для пополнения оборотных активов; неустойчивость спроса; рост организаций-конкурентов; нехватка кадров, информационной поддержки для принятия управленческого решения.

Были предложены следующие мероприятия по повышению конкурентоспособности организации: оптимизация структуры розничного товарооборота; разработка системы акций и скидок; размещение рекламы об организации и продаваемых товарах в интернет-источниках и на телевидении; организация работы интернет-магазинов, улучшение материально-технической базы; организация мелкорозничной торговли и торговли на ярмарках; автоматизация торговых объектов, торгово-распределительных складов и другие мероприятия.

Конкурентным преимуществом организации будет увеличение реализации товаров под торговой маркой Белкоопсоюза и продукции собственного производства под брендом экологичной продукции: хлеба и хлебобулочных изделий, кондитерских изделий, мясных полуфабрикатов и колбасных изделий.

Кроме того, значительную роль во взаимодействии с покупателем играет квалифицированный персонал и качество обслуживания, позволяющие создавать условия комфорта, безопасности и желания вновь вернуться в данный магазин.

Таким образом, реализация предлагаемых мероприятий позволит усилить конкурентные позиции Гомельского филиала областного потребительского общества, что приведет к увеличению выручки от реализации продукции и, следовательно, к росту прибыли организации.