

УДК 334.735:631.115.9

БАЗИСНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ЗАГОТОВИТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В. П. МАНЬКОВ, А. А. НАУМЧИК

*Гомельский кооперативный институт,
Республика Беларусь*

Важной экономической проблемой является соотношение категорий «конкурентоспособность товара (услуги)» и «конкурентоспособность предприятия».

Вплоть до второй половины 80-х годов проблемы конкурентоспособности практически всегда формулировались в виде задач по обеспечению конкурентоспособности продукции [3, с. 9]. Это было обусловлено неразвитостью рыночных отношений, зарегламентированностью хозяйственных функций, невозможностью сопоставлять издержки производства и обращения, а также выручку от продажи сельскохозяйственной продукции на разных рынках внутри страны и за рубежом.

Под конкурентоспособностью товаров или оказываемых услуг понимается комплекс потребительских и стоимостных характеристик товара (услуги), определяющих его успех на рынке, т.е. преимущество именно этого товара (услуги) над другими в условиях широкого предложения конкурирующих товаров-аналогов (или услуг-аналогов). И поскольку за товарами (услугами) стоят их производители, то можно с полным основанием утверждать о конкурентоспособности соответствующих предприятий.

Конкурентоспособность товара можно определить только сравнивая товары конкурентов между собой. Иными словами, конкурентоспособность – понятие относительное, четко привязанное к конкретному рынку и времени продажи. И поскольку у каждого покупателя имеется свой индивидуальный критерий оценки удовлетворения собственных потребностей, конкурентоспособность приобретает еще и индивидуальный оттенок.

По мере создания рыночных отношений внутри страны и вовлечения в мирохозяйственные связи, интерес в вопросах конкурентоспособности перемещается от товара к предприятию, отрасли. В условиях рыночных отношений предприятие-производитель, поставляющее свои товары на внутренний или внешний рынок, не может длительное время занимать устойчивые позиции, опираясь в своей стратегии только на показатели конкурентоспособности товара (услуги), т.е. не учитывая издержек по созданию и реализации товара.

Конкурентоспособность производителя представляет собой относительную характеристику, отражающую отличия процесса развития данного производителя от производителя-конкурента как по степени удовлетворения своими товарами или услугами конкретной общественной потребности, так и по эффективности производственной деятельности. Основным смысл понятия «конкурентоспособность производителя» заключается в том, что оно характеризует возможности и динамику приспособления производителя к изменяющимся условиям конкуренции на рынке.

Оценку конкурентных позиций предприятия, отрасли следует проводить в комплексе, включая анализ их сильных и слабых сторон. На начальном этапе необходимо тщательно изучить и проанализировать конкурентную среду и основные условия,

на которых базируется деятельность потребительской кооперации и ее заготовительной отрасли.

Традиционно для заготовительных предприятий потребительской кооперации оценочным критерием результатов их работы была степень освоения закупок произведенных в районе деятельности сельскохозяйственных продуктов и сырья и вовлечения их в товарооборот на рынке товаров и услуг (для конечного потребления) или на рынке факторов производства (в качестве сырья для перерабатывающей промышленности). Эффективная работа на рынке предполагает комплекс методов стимулирования сбыта, деловой активности предприятия. Поэтому в условиях трансформации экономики вектор экономической политики в заготовительной отрасли должен быть равнозначно направлен не только на закупочную, но и на сбытовую деятельность.

Формирование рыночной системы требует осуществления ряда преобразований в экономике, которые охватывают значительный промежуток времени. Причем, преобразования должны учитывать национальные особенности страны, экономику которой нужно трансформировать. Однако, исходные преобразования, независимо от национальных особенностей, предполагают:

- развитие многообразных форм собственности;
- создание условий для накопления капитала;
- свободное ценообразование;
- обеспечение устойчивости финансовой и денежной систем;
- ориентацию производителя на потребителя;
- устранение монополизма во всех сферах экономики, наличие свободной конкуренции;
- эффективную систему социальной защиты;
- открытость экономики;
- развитую инфраструктуру.

Адаптация потребительской кооперации к работе в рыночных условиях затрагивает, в первую очередь, реформирование отношений собственности. Проблема функционирования субъектов хозяйствования на основе кооперативной собственности занимает центральное место среди экономических проблем.

Определение собственности как экономической категории многоаспектно, так как сложна ее структура по объектам, субъектам, формам реализации. Известно, что собственность – это исторически определенная общественная форма присвоения материальных благ, прежде всего, средств производства. Основным содержанием собственности является присвоение, то есть, господство собственника над средствами производства и продуктами труда. Характер и способ соединения работниками со средствами производства может быть непосредственным и опосредованным куплей-продажей рабочей силы. Собственность и те формы, в которых она выступает, образуют основу системы социально-экономических отношений в обществе.

В странах с развитой рыночной экономикой все формы собственности делятся на государственную и частную. В соответствии с Конституцией Республики Беларусь определены также две формы собственности.

В Законе «О собственности в Республике Беларусь» выделяют частную, коллективную и государственную формы собственности [2, с. 26]. Частная индивидуальная – классический вид, и ее доля незначительна. Коллективная – делится: на собственность арендного коллективного предприятия, собственность кооператива, хозяйственного общества и товарищества, акционерного общества, объединения, общественных объединений и религиозных организаций и др.

Мнения авторов в вопросе «кому и в каком количестве принадлежит кооперативная собственность» расходятся. Эти расхождения вызваны особенностью юридического аспекта собственности как такового. Данный аспект, как известно, предполагает правомочия собственника на владение, пользование, распоряжение объектами собственности. Владение – дозволенное законом обладание имуществом. Пользование – использование объекта собственности в соответствии с его назначением. Распоряжение – право продажи, передачи по наследству и т.д. Если бы три этих элемента совпадали, то не было бы сложностей с определением субъектов собственности потребительской кооперации. На практике такого совпадения не наблюдается. Чаще всего владельцами кооперативного имущества выступают пайщики и потребительские общества, а используют его в процессе хозяйственной деятельности трудовые коллективы. Следует также учесть, что основная масса работников потребительской кооперации является пайщиками.

Изначально основу кооперативной собственности составляли взносы пайщиков, но за многие годы она приумножалась за счет собственной экономической деятельности. Доля собственности за счет взносов пайщиков в настоящее время незначительна, а учитывая инфляционные процессы, даже символична. Собрания пайщиков проводятся часто формально, не решая таких важнейших вопросов, как расширение собственности, определение основных направлений развития, распределение прибыли. Поэтому пайщики превращаются из реальных собственников в формальных.

В самом определении «кооператива» заложен основной его принцип – демократический характер управления. Пайщики, имея юридические права владения, распоряжения, пользования, зачастую не реализуют их. В основном потому, что большую часть обслуживаемого населения составляют жители села, имеющие низкий уровень политической и экономической активности.

В Республике Беларусь в настоящее время отсутствует закон о кооперации. Потребительская кооперация осуществляет свою деятельность в соответствии с действующим законодательством, но в законодательных актах не предусмотрены все тонкости деятельности потребительской кооперации. Общие вопросы реализации отношений собственности определены в статьях 13, 36, 44 Конституции Республики Беларусь.

В статье 13 сказано, что «...государство способствует развитию кооперации...» [1, с. 51]. В статье 36 – «Каждый имеет право на свободу объединений...» [1, с. 56], а статья 44 гласит о том, что «... государство гарантирует каждому право собственности и содействует ее приобретению... Неприкосновенность собственности, право ее наследования охраняется законом...» [1, с. 58].

Отсутствие законодательного закрепления кооперативной формы собственности не защищает ее от стремлений национализировать предприятия и организации потребительской кооперации.

Трансформация экономики, предполагающая устранение монополии государственного сектора экономики, для потребительской кооперации означает выведение ее из-под прямого административного управления, предоставление самостоятельности в рамках прав, определенных законами и уставами кооперативных организаций.

Нельзя допустить, с другой стороны, и того, чтобы в результате проведения приватизации собственность потребительской кооперации перешла в руки одного лица, т.к. нарушится основной принцип кооперации и это будет означать ликвидацию кооперативной формы собственности как таковой.

Как правило, члены кооператива материально участвуют в образовании средств кооператива путем уплаты взноса и внесения вкладов. Эти средства необходимы для первоначального обустройства кооперативной материальной базой и для дальнейшего

развития кооперативной деятельности. Взносы бывают вступительные (безвозвратные в случае выхода членов из кооператива) и паевые (возвратные); денежные и натуральные. Обычно паевой взнос для всех членов кооператива устанавливается одинаковый.

В настоящее время вся собственность потребительской кооперации учитывается в виде основного, паевого и специального фондов.

Есть в любой кооперативной собственности во всем мире одна важнейшая существенная особенность – наличие неделимой собственности. Эта часть собственности, как правило, при реорганизации никогда не может быть распределена между пайщиками. При ликвидации кооператива она передается вышестоящему органу (союзу). Наличие неделимой собственности гарантирует кооперативу его стабильность и долговечность.

В экономической деятельности кооператива участвуют не только члены пайщики, но и наемные работники, численность которых значительна. В современных условиях собственность потребительской кооперации, сформированная за счет взносов пайщиков, составляет 5 %, а остальная ее часть образована, в основном за счет прибыли.

Ряд объектов кооперативной собственности созданы за счет средств государства, предприятий, организаций других форм собственности.

Белкоопсоюзом была разработана и принята концепция реформирования собственности потребительской кооперации Республики Беларусь. Она предполагает реальное закрепление делимой собственности потребительской кооперации как за пайщиками, так и за постоянными работниками. При этом реальными собственниками должны стать:

1. Физические лица – пайщики и работники потребительской кооперации.
2. Юридические лица – организация, представляющая собой добровольное объединение граждан, которая от своего имени может приобретать имущественные и личные неимущественные права и обязанности, т.е. потребительские общества и потребительские союзы.

Необходимо осуществлять меры по приближению собственности потребительской кооперации к членам-пайщикам и трудовым коллективам через систему экономических рычагов: повышение материальной заинтересованности пайщиков; введение нового механизма пополнения и расширения собственности; распределение части прибыли между работниками исходя из размера вклада, определяемого личным трудовым участием; внедрение новых форм управления собственностью; развитие арендных отношений.

Литература

1. Конституция Республики Беларусь 1994 года (с изменениями и дополнениями). – Мн.: Беларусь, 1997. – 94 с.
2. Закон Республики Беларусь «О собственности в Республике Беларусь»: Принят Верховным Советом Республики Беларусь 11.12.90 г., № 457 – XII (с изменениями и дополнениями // Чалавек і эканоміка.- 1995. - № 12. – С. 26–30.
3. Азоев Г.Л. Конкуренция: анализ, стратегия и практика.- М.: Центр экономики и маркетинга, 1996. – 208 с.

Получено 18.11.2000 г.