

**Министерство образования и науки Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»
Балашовский институт (филиал)**

Кафедра математики

**СТРУКТУРА КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И ЕЁ ВЛИЯНИЕ НА
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВОВ САРАТОВСКОЙ ОБЛАСТИ)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студента 5 курса 51к группы
направления подготовки 38.03.01 «Экономика»
факультета математики, экономики, информатики
Конькова Павла Игоревича

Научный руководитель

кандидат экономических наук _____ Т.А. Емелина
(подпись, дата)

Зав. кафедрой математики

кандидат педагогических наук,

доцент _____ О.А. Фурлетова
(подпись, дата)

Балашов 2018

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. В современных условиях глобализации экономики, которая несет в себе наряду с позитивными тенденциями и негативные, именно процессы кооперации призваны ослабить влияние последних.

Потребительская кооперация выступает уникальной организационно-правовой формой хозяйствования, сочетающей в себе как предпринимательскую активность и высокий потенциал конкурентоспособности, так и социальный характер своей деятельности.

Однако, вышеперечисленное во многом зависит от успешного функционирования в условиях рыночной экономики, а следовательно и от уровня конкурентоспособности, что и определяет актуальность темы исследования.

Научные основы кооперативов как формы хозяйствования разрабатывались и исследовались многими учеными как в нашей стране, так и за рубежом. Исследованию теоретических положений, раскрывающих сущность потребительской кооперации посвящены труды А. Евдокимова, И. Н. Зибера, Н. Кондратьева, У. Кинга, В. Садовского, М. Туган-Барановского, Ш. Фурье, А. Чайнова и других. В работах А. Анфиногентовой, А. Алтухова, И. Ушачева и др отражены проблемы кооперации и разработки механизмов повышения экономической эффективности. В трудах В. Вахитова, Г. Гутмана отражены вопросы конкурентоспособности организаций потребительской кооперации.

Несмотря на широкий круг исследователей ряд сторон данной проблемы остаются недостаточно разработанными, что определило выбор темы, основных направлений и задач исследования.

Целью работы является рассмотрение структура конкурентной среды и её влияния на экономическое развитие потребительских кооперативов Саратовской области.

В соответствии поставленной целью были выдвинуты следующие **задачи:**

- рассмотреть теоретические аспекты конкурентной среды предприятия;
- исследовать социально-экономическую сущность потребительской кооперации;
- выявить современные тенденции развития потребительской кооперации в Саратовской области;
- осуществление комплексной оценки конкурентных преимуществ организаций потребительской кооперации Саратовской области;
- обоснование стратегических направлений повышения конкурентного статуса потребительских кооперативов Саратовского региона.

Предметом исследования выступают экономические отношения по поводу формирования и реализации конкурентных преимуществ системы потребительских кооперативов.

Объектом исследования являются потребительские кооперативы Саратовской области.

Научная новизна заключается в попытке теоретического обоснования особенностей формирования конкурентных преимуществ потребительских кооперативов Саратовской области.

Структура и объем работы. Работа состоит из введения, трёх глав, заключения, списка использованных источников, приложений. Работа изложена на 60 страницах.

Основное содержание работы. Во введении раскрывается актуальность исследования. Выделены объект и предмет исследования. Сформулированы цели и задачи исследования, указаны методы исследования.

ОСНОВНЫЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

В первой главе – «Теоретические аспекты конкурентной среды предприятия» рассматриваются понятия «конкуренция», «конкурентная

среда», «факторы конкурентоспособности». Глава состоит из двух параграфов. Первый параграф посвящен теоретико-методологическим аспектам конкуренции. Анализ литературы по проблематике исследования позволил автору говорить о том, что конкуренция как экономическая категория не имеет однозначного толкования. По мере становления экономической мысли в содержании этого понятия отражались различные аспекты. Выделяют несколько теоретических подходов: классический, неоклассический, структурный, функциональный, ценностно-сетевой подходы. Таким образом, конкуренция выступает как многоуровневое явление, проявляющееся на макроэкономическом, мезоэкономическом и микроэкономическом уровнях. Она может рассматриваться в различных аспектах, в том числе: как способ координации хозяйственной деятельности; как механизм взаимодействия агентов рынка; как способ достижения экономических целей; как способ завоевания конкурентных преимуществ.

Второй параграф посвящен теоретическому исследованию конкурентной среды и факторов конкурентоспособности предприятия. Конкурентоспособность определяется как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов в течение определенного времени. Конкурентоспособность предприятия складывается из трех основных факторов: 1) ресурсного; 2) ценового; 3) «фактора среды». Первый фактор включает физические затраты ресурсов на единицу готовой продукции. Составляющие фактора предприятие способно контролировать на микроуровне, поэтому повышение производительности труда и капиталоотдачи представляется весьма важным. Ценовой фактор объединяет в себе показатели уровня и динамика цен на все используемые ресурсы производства и готовую продукцию. Третий фактор - «фактор среды» - включает показатели надежности банковской системы, уровня инфляции, банковского процента, валютного курса и другие. Поэтому предприятия, особенно малые и средние, не могут контролировать подавляющее большинство факторов среды. Автором выделены два источника

конкурентоспособности предприятия: операционная эффективность и стратегическое позиционирование. Первый предполагает комплексную оценку выполнения предприятием тех или иных видов деятельности, позволяющих более рационально использовать имеющиеся у него факторы производства. Он в значительной степени зависит от факторов его базирования, отражая гибкость технологической оснащенности предприятия. Второй источник - стратегическое позиционирование – предполагает создание выгодной позиции, основанной на видах деятельности, отличных от видов деятельности конкурентов.

Вторая глава – **«Анализ конкурентных преимуществ организаций потребительской кооперации»** посвящена рассмотрению сущности и роли потребительских кооперативов в системе экономических отношений; на примере Саратовской области выявлены современные тенденции развития потребительской кооперации и резервы повышения конкурентоспособности системы потребительских кооперативов. Глава состоит из трех параграфов.

Первый параграф посвящен сущности и роли потребкооперативов в системе экономических отношений. Кооперация определяется как форма сотрудничества экономически и юридически самостоятельных предприятий в целях повышения надежности обеспечения, более полного удовлетворения спроса на требуемые материальные ресурсы и услуги, повышения эффективности их деятельности. С точки зрения принадлежности к определенному сектору экономики потребительская кооперация имеет двойственный характер, что позволяет считать ее переходной формой от коммерческой к некоммерческой структуре экономики. Анализ мировых тенденций развития потребкооперации позволяет говорить о двух основных направлениях: отказе от многоотраслевой деятельности и укрупнение кооперативных организаций с целью противодействия конкуренции.

Специфика кооперирования труда оказывает адекватное воздействие на формирование конкурентоспособности организаций потребительской

кооперации, закладывая комплекс конкурентных преимуществ, использование которых выступает наиважнейшей задачей.

Анализ конкурентоспособности организаций потребительской кооперации Саратовского региона, проведенный во втором параграфе, позволяет сделать вывод о том, что доля рынка организаций потребкооперации региона ниже аналогичных показателей по Поволжскому региону, а нарастание конкуренции реально угрожает снижением объемов реализации товаров, продукции и услуг кооперативным организациям. Последнее приводит к снижению финансового результата деятельности и, как следствие, влечет дополнительные убытки.

В третьем параграфе, на основе проведенного анализа, выделены возможные резервы повышения уровня конкурентоспособности кооперативных организаций. К таковым были отнесены: активизация информационной деятельности, а также широкая рекламная кампания с целью преодоления стереотипов, сложившихся у населения; расширение ассортимента реализуемой продукции, а также обеспечение бесперебойного снабжения продуктами питания; расширение товарного ассортимента по группам промышленных товаров, широкое внедрение в практику торговли крупногабаритными и дорогостоящими товарами по предварительным заказам покупателей; введение в ассортимент книжной продукции; открытие в сельской местности пунктов по продаже лекарственных препаратов, а также ветеринарных аптек; использование потенциала народных промыслов; расширение сферы бытовых услуг; изучение экономической целесообразности освоения транспортных услуг. Отмеченные резервы повышения конкурентоспособности региона можно использовать на основе собственных ресурсов труда, что создаст дополнительные рабочие места и, таким образом, ослабит проблему безработицы в сельской местности. Здесь прослеживается и тесное слияние социальной миссии потребительской кооперации с ее экономическими интересами, и, одновременно, развитие

конкурентных преимуществ приведет к укреплению позиций кооперации на сельском рынке.

В третьей главе – **«Оценка конкурентоспособности организаций потребительской кооперации и пути ее повышения»** анализируются факторы и источники формирования конкурентных преимуществ системы потребительской кооперации, а также перспективы повышения конкурентоспособности потребительских кооперативов.

В первом параграфе предложен метод оценки конкурентоспособности организаций потребительской кооперации, а также система управления конкурентоспособностью, главной целью функционирования которой является обеспечение интегрального показателя конкурентоспособности или поддержание на определенном уровне локальных показателей конкурентоспособности функциональных подсистем.

Второй параграф посвящен перспективам повышения конкурентоспособности организаций потребительской кооперации. Современный этап развития потребительской кооперации предполагает необходимость перспективного планирования. В этих условиях крайне актуальной становится методика определения и оценки потенциальной эффективности возможных направлений диверсификации деятельности предприятий потребительской кооперации. Анализ рекреационных возможностей наиболее характерных для Саратовской области природно-экономических зон позволит применительно к каждой из них обосновать направления диверсификации деятельности предприятий потребительской кооперации.

Возрастание конкуренции, стремление к получению прибыли, внедрение и использование системы стратегического планирования на уровне организации способствуют созданию и развитию стратегий конкуренции. Процесс их разработки и реализации в аграрной сфере состоит из следующих основных этапов: анализ внешней и внутренней среды; выбор конкурентной стратегической цели и постановки задач; анализ

альтернативных стратегий и выбор предпочтительной; реализация первоочередных решений. Каждый из обозначенных этапов носит самостоятельный характер и требует применения специфических процедур и методик.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило сделать следующие выводы:

1. Конкуренция как экономическая категория не имеет однозначного толкования. По мере становления экономической мысли в содержании этого понятия отражались различные аспекты. Выделяют несколько теоретических подходов: классический, неоклассический, структурный, функциональный, ценностно-сетевой подходы. Таким образом, конкуренция выступает как многоуровневое явление, проявляющееся на макроэкономическом, мезоэкономическом и микроэкономическом уровнях. Она может рассматриваться в различных аспектах, в том числе: как способ координации хозяйственной деятельности; как механизм взаимодействия агентов рынка; как способ достижения экономических целей; как способ завоевания конкурентных преимуществ. Конкурентоспособность предприятия в широком смысле можно определить как способность к достижению собственных целей в условиях противодействия конкурентов в течение определенного времени. Конкурентоспособность предприятия складывается из трех основных факторов: 1) ресурсного; 2) ценового; 3) «фактора среды».

2. Результатом социально-экономических преобразований агропромышленного комплекса, исходным моментом которых в России явилась трансформация отношений собственности - появление предприятий различных форм собственности: частных, государственных, унитарных, муниципальных, коллективных, кооперативных, акционерных обществ разного типа, крестьянских (фермерских) и подсобных хозяйств. Возникла особая система конкуренции - между крупными, малыми и средними предприятиями. Одним из возможных путей демонополизации является объединение усилий на основе кооперации. Кооперация представляет собой

форму сотрудничества экономически и юридически самостоятельных предприятий в целях повышения надежности обеспечения, более полного удовлетворения спроса на требуемые материальные ресурсы и услуги, повышения эффективности их деятельности. С точки зрения принадлежности к определенному сектору экономики потребительская кооперация имеет двойственный характер, что позволяет считать ее переходной формой от коммерческой к некоммерческой структуре экономики. Анализ мировых тенденций развития потребкооперации позволяет говорить о двух основных направлениях: отказе от многоотраслевой деятельности и укрупнение кооперативных организаций с целью противодействия конкуренции.

3. Специфика кооперирования труда оказывает адекватное воздействие на формирование конкурентоспособности организаций потребительской кооперации, закладывая комплекс конкурентных преимуществ, использование которых выступает наиважнейшей задачей.

4. Анализ конкурентоспособности организаций потребительской кооперации Саратовского региона позволяет сделать вывод о том, что доля рынка организаций потребкооперации региона ниже аналогичных показателей по Поволжскому региону, а нарастание конкуренции реально угрожает снижением объемов реализации товаров, продукции и услуг кооперативным организациям. Последнее приводит к снижению финансового результата деятельности и, как следствие, влечет дополнительные убытки.

5. Предложен метод оценки конкурентоспособности организаций потребительской кооперации, а также система управления конкурентоспособностью, главной целью функционирования которой является обеспечение интегрального показателя конкурентоспособности или поддержание на определенном уровне локальных показателей конкурентоспособности функциональных подсистем.

6. Современный этап развития потребительской кооперации предполагает необходимость перспективного планирования. В этих условиях крайне актуальной становится методика определения и оценки

потенциальной эффективности возможных направлений диверсификации деятельности предприятий потребительской кооперации. Анализ рекреационных возможностей наиболее характерных для Саратовской области природно-экономических зон позволит применительно к каждой из них обосновать направления диверсификации деятельности предприятий потребительской кооперации.

7. Возрастание конкуренции, стремление к получению прибыли, внедрение и использование системы стратегического планирования на уровне организации способствуют формированию и развитию ее конкурентных стратегий. Процесс их разработки и реализации в аграрной сфере состоит из следующих основных этапов: анализ внешней и внутренней среды; выбор стратегической конкурентной цели и постановки задач; анализ стратегических альтернатив и выбора стратегии; реализация стратегических решений. Каждый этап имеет самостоятельное значение и требует использования специфических процедур и методик.