

Чистякова Ольга Александровна

канд. экон. наук, доцент, заведующая кафедрой

АНОО ВО ЦРФ «Сибирский университет потребительской кооперации»

г. Новосибирск, Новосибирская область

DOI 10.31483/r-111807

СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ НА РЫНКЕ УСЛУГ

***Аннотация:** устойчивость потребительской кооперации играет важную роль в аналитических оценках экономических показателей деятельности Центросоюза РФ на рынке услуг. Организации потребительской кооперации могут решить эту проблему с помощью выработанной стратегии обеспечения устойчивости, выбирая между стратегией устойчивости, независимой от корпоративной стратегии раскрытия информации или интеграцией устойчивого развития в свою корпоративную стратегию. Выделены и обобщены виды стратегических решений в области устойчивости развития по уровню структуризации организаций потребительской кооперации.*

***Ключевые слова:** устойчивость, рынок услуг, потребительская кооперация, стратегия устойчивости, системный анализ.*

За несколько последних лет актуальность рассмотрения аспектов устойчивости потребительской кооперации на рынке услуг происходит в социально-экономическом, экономическом и научном контекстах. В результате устойчивость стала критерием конкурентоспособности организаций на рынке услуг из-за растущих требований заинтересованных сторон [1].

Стратегические инициативы организаций потребительской кооперации в области устойчивости важны, поскольку они ведут к улучшению финансовых показателей. Критерии устойчивости являются приоритетом для инвесторов, о чем свидетельствует тот факт, что 75% уже используют стратегию интеграции устойчивого развития для своей инвестиционной привлекательности [2].

Устойчивая хозяйственная система «характеризуется способностью успешно реализовывать свои цели, выполняя обязательства в условиях изменяющейся среды и обеспечивая преимущества системе, которая позволяет на более выгодных условиях получать капитал для развития и формировать отношения с контрагентами» [3].

Согласно теории стейхолдеров, организации должны предоставлять своим заинтересованным сторонам необходимую информацию об устойчивости, которая может быть представлена путем раскрытия стратегии организации потребительской кооперации [4]. Раскрытие совокупной финансовой и нефинансовой информации оказывает положительное влияние на инвестиционную привлекательность, улучшает прогнозы аналитиков и снижает долговые издержки. В конечном итоге, интеграция устойчивости в стратегическое корпоративное управление выражает способность организаций потребительской кооперации справляться с устойчивостью. Организации потребительской кооперации могут либо принять стратегию устойчивости независимо от своей корпоративной стратегии, либо интегрировать устойчивость развития в свою корпоративную стратегию. Участники финансового рынка заинтересованы в интегрированной информации об устойчивости развития потребительской кооперации. Кроме того, реализация стратегии устойчивости развития положительно влияет на показатели устойчивого развития.

При наличии жесткой конкуренции и неустойчивого положения внешней среды организации обязаны не только поддерживать состояние внутренней среды, но, самое главное, разрабатывать стратегию развития на долгосрочную перспективу для обеспечения погашения негативных влияний как внутренней, так и внешней среды. Отсутствие стратегичности провоцирует поражение в конкурентной борьбе. Это происходит, как минимум, от наличия двух причин: считается, что состояние внешней среды не будет подвергаться изменениям; анализируется, как правило состояние внутренней среды. Стратегическое планирование по вопросам устойчивости развития позволяет потребительской кооперации заблаговременно учитывать аспекты устойчивого развития и разраба-

тывать эффективные ответные меры. Следовательно, стратегическое планирование повышает социальную ответственность и конкурентные преимущества за счет повышения осведомленности о потребностях заинтересованных сторон.

Для этой цели *устойчивость развития* следует рассматривать как целостный подход внутри субъекта хозяйствования, включающий стратегические решения, учитывающие интересы заинтересованных сторон, одним из которых является предпринимательский аспект.

Предпринимательство представляет собой способность человека выявлять и создавать новые цели и средства для их достижения. Особенностью предпринимателя является его рискованный и амбициозный характер, он способен ставить цели и изыскивать все необходимые для их достижения ресурсы. При этом отсутствие возможностей и ресурсов не служит преградой для осуществления предпринимательской деятельности. Поэтому основной дилеммой является не способ распределения имеющихся ресурсов, а возможность поддержания и обеспечения реализации предпринимательской инициативы. Для поиска и реализации оптимальных управленческих решений необходимо рассмотрение процесса управления с позиции системного анализа.

В организациях потребительской кооперации принимается соответствующими управляющими структурами множество различных решений, которые так или иначе обусловлены проблемными ситуациями. Среди этих решений наиболее распространенными выступают стратегические решения, в связи с тем, что они предусматривают долгосрочную перспективу развития. Достижение поставленных целей существенно зависит от принадлежности решений к слабоструктурированным и высокоструктурированным (рис. 1). Слабоструктурированные решения принимают в случаях, отличающихся новизной, полнотой, недостоверностью информации, срочностью и многообразием влияния внешних факторов. Высокоструктурированные программируются под ситуации, регулярно повторяющиеся. Оптимальное распределение управленческих решений согласно уровню системы управления, выступает в качестве одного из основных критериев при создании ее структуры и предопределяет выполнение следующих аспектов.

1. Функции руководителя заключаются в организации рынка.
2. Решением является атрибутом управленческой деятельности руководителя, влияющего на эффективность и экономию ресурсов.
3. Каждое подразделение выполняет предписанные ему функции, а сами руководители этих подразделений должны обладать высоким уровнем компетенции в вопросах, касающихся деятельности своих подразделений.

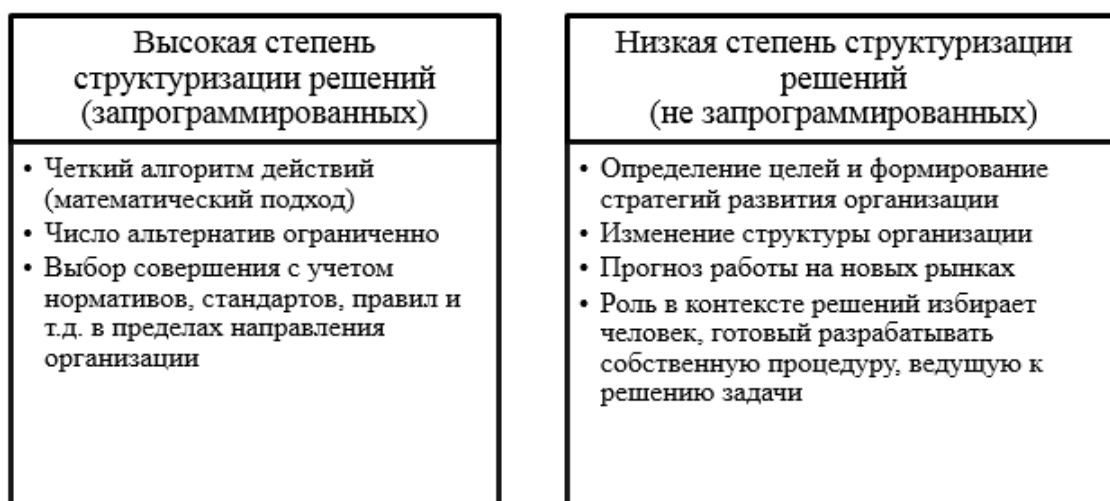


Рис. 1. Виды стратегических решений в области устойчивости развития по уровню структуризации

Источник: составлено автором.

На практике, процесс управления устойчивостью, представляет собой деятельность работников согласно целям и задачам, что предполагает наличие высококвалифицированных специалистов.

Следовательно, стратегия устойчивости организации потребительской кооперации является процессом решения проблем, нацеленным на рост экономической и социальной эффективности. Содержательная характеристика процессов управления осуществляется с точки зрения человеческого капитала как ресурсного потенциала на стадиях воспроизводства. Проблемы управленческой деятельности и методики, обеспечивающие выработку и принятие управленческих решений в области критериев устойчивости на основе исследования цели, методов решения и кадров возможно решить с помощью системного анализа – основным условием которого является наличие системы. Стратегическое пла-

нирование по вопросам устойчивости позволяет организациям потребительской кооперации заранее учитывать аспекты развития и разрабатывать ресурсные методики. Эффективная стратегия устойчивости зависит от своевременного принятия правильного управленческого решения. Однако этот фактор не является достаточным условием. Стратегическое планирование повышает социальную ответственность и конкурентные преимущества за счет повышения осведомленности о потребностях стейкхолдеров. Поскольку руководители организаций потребительской кооперации придерживаются принципов планирования на долгосрочную перспективу, стратегия устойчивости показывает, практики имеют целевой характер, что облегчает интерпретацию и оценку аналитической информации с применением методики системного анализа. Все вышесказанное относится к общим специфическим принципам системного анализа.

Список литературы

1. Schneider A., Kayser C., Zülch H. The role of sustainability integration into the corporate strategy – A perspective on analysts' perceptions and buy recommendations // *Heliyon*. – 2024. – Vol. 10 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3АхаVe> (дата обращения: 19.05.2024).
2. Rock B. Sustainability Goes Mainstream 2020 Global Sustainable Investing Survey, *Sustainability*. – 2020. – pp. 1–38 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3АхаPX> (дата обращения: 19.05.2024).
3. Чистякова О.А. Концептуальные основы устойчивости потребительской кооперации / О.А. Чистякова // *Вестник Волгоградского государственного университета. Серия: Экономика*. – 2024. – №1. – С. 16–31.
4. Петров М.А. Теория заинтересованных сторон: пути практического применения / М.А. Петров // *Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия: Менеджмент*. – 2004. – №2 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://clck.ru/3АхаUa> (дата обращения: 19.05.2024). – EDN HSPJCD