

собами, поможет повысить эффективность деловых переговоров.

Мы надеемся также, что с помощью информации, изложенной в нашей статье, Вы сможете наиболее эффективно и с пользой для себя участвовать в любых переговорах.

#### Список литературы

1. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Переговоры>.
2. [http://ru.wikipedia.org/wiki/Невербальное\\_общение](http://ru.wikipedia.org/wiki/Невербальное_общение).
3. <http://www.goethe.de/lm/prj/mol/pro/hef/n48/MARKT48.pdf>.

### РАЗВИТИЕ ХОЗЯЙСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Немченко О.А., Кабыченко А.С.

*Белгородского университета кооперации, экономики и права,  
Белгород, e-mail: olga\_nem@rambler.ru*

Для успешного функционирования организаций потребительской кооперации необходимы эффективные инструменты и механизмы хозяйствования. Экономическая политика организации призвана учитывать многофакторность, многокомпонентность и многовариантность управления хозяйственной системой для достижения намеченных целей и выполнения поставленных задач. При отсутствии у организаций потребительской кооперации обоснованной экономической политики действия руководства и персонала становятся неосознанными и недальновидными. Совершенствование хозяйственных связей предприятий потребительской кооперации является особо актуальной задачей, решение которой выступает важным условием увеличения прибыли. Важное значение имеют разработка и применение новых форм и методов управления, построение новых более прогрессивных и производительных маркетинговых каналов, адекватных рыночным условиям.

Современный этап экономического развития характеризуется переходом от рынков продавца и товара к рынку покупателя, основным отличием которого является не подстраивание сбыта товаров под их производство, а формирование производственных программ в зависимости от объемов и структуры потребительского спроса.

Рынок покупателя требует сложной системы связей между его субъектами, модификации хозяйственных связей, их формирование не только в сфере снабжения и сбыта, но и в сфере обращения и потребления.

Установление хозяйственных связей с различными смежными предприятиями (поставщиками, покупателями) является необходимым условием при осуществлении организациями потребительской кооперации своей предпринимательской деятельности. В условиях рыночных отношений, когда деятельность предприятий строится на принципах самоуправления и самокупаемости, на первое место выдвигаются взаимоотношения с поставщиками и покупателями продукции с учетом сложившихся на рынке спроса и предложения.

В организации хозяйственных связей личные контакты между коммерческими партнерами являются одним из ключевых моментов функционирования предприятия. Причем, при долгосрочном сотрудничестве необходимо создание отношений доверия.

Решения по организации хозяйственных связей в организациях потребительской кооперации – это постоянные установки на длительную перспективу, из которой вытекает их неизбежный стратегический характер и особые виды взаимосвязей между собой. Решения по установлению хозяйственных связей не подлежат быстрой реализации, так как затрагивают

всех участников маркетингового канала распределения товаров, а неправильно принятое решение может оказать негативное влияние на функционирование всей системы, поскольку они самым непосредственным образом влияют на все другие решения в комплексе маркетинга.

Примерами наиболее значимых решений по реализации хозяйственных связей в организациях потребительской кооперации являются следующие виды решений:

– по потребителям – численность, концентрация, размер средней покупки, условия товарного кредита и др.

– по экономическим интересам участника степень контроля над формированием и расходованием прибыли, потребность в сервисе, специализация, эффективность и др.

– по товару – стоимость за единицу, техническая сложность, условия хранения, частота отгрузок, делимость на партии и др.

– по конкурентам – число, концентрация, ассортимент, целевые потребители и др.

– по каналам распределения – прямой или косвенный, количество, уровни, выполняемые функции, традиции, и др.

Организация учета и контроля над оптовыми закупками – важная часть эффективности функционирования хозяйственных связей организаций потребительской кооперации. Целью оперативного учета и контроля оптовых закупок является осуществление повседневного наблюдения за ходом выполнения поставщиками договоров поставки для обеспечения своевременного и бесперебойного поступления товаров в согласованном ассортименте, надлежащего качества и количества.

Таким образом, управление хозяйственными связями необходимо осуществлять, принимая во внимание постоянно меняющуюся конъюнктуру рынка.

### ПРОЕКТНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: СИСТЕМАТИЗИРОВАННОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ОСНОВ

Чичерин Ю.А., Суворова Н.Н.

*Белгородский университет кооперации, экономики и права,  
Белгород, e-mail: urchin2007@yandex.ru*

Становление рыночных отношений в российской экономике привело к появлению новых самостоятельных направлений в отечественном менеджменте, которые возникли в результате критического переосмысления передовой зарубежной управленческой теории и практики, выработки оригинальных управленческих подходов, методов и средств. Наиболее значительное место в структуре современного российского менеджмента занимает проектный менеджмент.

Проектный менеджмент, не так давно войдя в нашу жизнь, прочно укрепился в ней и уже отражает не экзотическую, но совершенно привычную реальность, причем реальность, устойчиво ассоциирующуюся с успехом. Для России внедрение современных методов и средств управления проектами имеет особое стратегическое значение. Только научившись эффективно использовать свои ресурсы, страна сможет стать конкурентоспособной на мировом рынке. При этом, проектный подход к управлению уже доказал свою эффективность и применяется ведущими мировыми компаниями, его успешно используют IBM, Motorola, Intel и множество других.

Появление и развитие нового направления в менеджменте – проектного менеджмента, обусловлено целым рядом объективных факторов. Прежде всего