

Кооперативные ценности и возможности их использования для повышения привлекательности потребительского общества на рынке

Кооперативные ценности — это общественные ценности, разделяемые членами кооперативов, которые применяются в совместной социально-экономической деятельности с целью удовлетворения материальных, социальных и культурных потребностей членов.

Актуальность:

В условиях высокой конкуренции и роста интереса к устойчивым и социально ориентированным бизнес-моделям кооперативные ценности становятся *важным фактором* повышения доверия, имиджа и конкурентоспособности организаций.

Цель:

Анализ кооперативных ценностей и обоснование возможностей их практического использования для *повышения привлекательности и конкурентоспособности* кооперативов.

Задачи:

1. Раскрыть *сущность* кооперативных ценностей и *источник их закрепления*;
2. Выявить *основные направления использования* кооперативных ценностей в рыночной деятельности;
3. Проанализировать опыт *применения* кооперативных ценностей в *конкурентной борьбе*;
4. Сформулировать *практические рекомендации* по использованию кооперативных ценностей.

В Декларации МКА перечислены фундаментальные ценности:

Ценность	Характеристика
Взаимопомощь	Члены помогают друг другу и совместно решают вопросы развития
Личная ответственность	Каждый член несёт обязательства перед кооперативом и другими членами
Демократия	Управление осуществляется членами на принципах равного голоса
Равенство и равноправие	Равные права и возможности для всех членов
Справедливость	Справедливые и честные взаимные отношения внутри кооператива
Солидарность	Поддержка и сотрудничество между членами и другими кооперативами

Использование ценностей в управлении как конкурентного преимущества

Пример: Mondragon Corporation (Испания) – Сеть рабочих кооперативов

Используемые ценности:

демократия, равенство, солидарность, личная ответственность.

Как используется на рынке:

- ✓ демократическое управление повышает мотивацию работников-членов;
- ✓ ограничение разрыва в доходах усиливает социальную стабильность;
- ✓ коллективное принятие решений снижает риски стратегических ошибок.

Рыночный эффект:

- ☐ высокая устойчивость в кризисные периоды;
- ☐ способность конкурировать с транснациональными корпорациями;
- ☐ долгосрочное сохранение рабочих мест.



Элемент экономической устойчивости кооператива

Позиционирование и брендинг

Как использовать кооперативные ценности на рынке?

Репутация, лояльность, удержание клиентов

Маркетинговые коммуникации и сторителлинг

В управлении (как конкурентное преимущество)

Кооперативные ценности ≠ Кооперативные принципы
Ценности — это теоретические, нравственные ориентиры, а *принципы* — способы практической реализации этих ценностей в деятельности.

ПРАКТИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ:

1. Формализовать ценности в уставе
2. Коммуницировать ценности в маркетинговых сообщениях
3. Обучать членов и персонал
4. Использовать ценности в PR-кампаниях
5. Измерять влияние ценностей



Использование кооперативных ценностей в позиционировании и брендинге

Пример: Amul (Индия) – Молочный кооператив фермеров

Используемые ценности:

взаимопомощь, солидарность, равенство членов.

Как используется на рынке:

- ✓ бренд Amul публично позиционируется как «продукт фермеров для общества»;
- ✓ в маркетинговых коммуникациях подчёркивается, что покупка продукции поддерживает миллионы мелких производителей;
- ✓ реклама регулярно апеллирует к коллективному труду и социальной значимости кооператива.

Рыночный эффект:

- ☐ высокий уровень доверия потребителей;
- ☐ устойчивость бренда при ценовой конкуренции;
- ☐ лидерство на национальном рынке молочной продукции.

