

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УСЛУГ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Ключевые слова: услуги, потребительская кооперация, эффективность услуг.

Аннотация. Рассмотрены основные направления повышения эффективности услуг, предоставляемые организациями потребительской кооперации.

Проблемы оздоровления финансового положения организаций потребительской кооперации являются комплексными и тесно связанными с решением задач организационно-управленческого, структурного, инвестиционного, финансового характера.

Основами претворения этих задач на практике служат принятые Центросоюзом целевые программы по реализации Концепции развития потребительской кооперации РФ до 2015 года с определением основных направлений на краткосрочный период [2].

Потребительская кооперация является некоммерческой, социально-ориентированной системой, обладающей конкурентными преимуществами, наиболее полное использование, которых является весомыми факторами повышения эффективности услуг, предоставляемых населению.

Необходимо отметить, что наличие объективных преимуществ и значительных резервов не обеспечивает кооперативным организациям области автоматических результатов. Одним из основных препятствий на пути к экономическому росту и повышению эффективности предоставляемых услуг становится медленный процесс преобразований на уровне организаций.

Эффективное функционирование организаций является залогом ее динамичного эффективного развития. Нужна действенная и эффективная стратегия развития потребительской кооперации, ориентированная на дальнейшую диверсификацию их деятельности, принятия дополнительных мер, направленных на оздоровление финансового положения.

Предложенная нами программа содержит стратегию развития, комплекс мер, направленных на повышение эффективности услуг и финансовое оздоровление организаций потребительской кооперации.

Основные направления повышения эффективности услуг организации потребительской кооперации представлены на рис. 1.

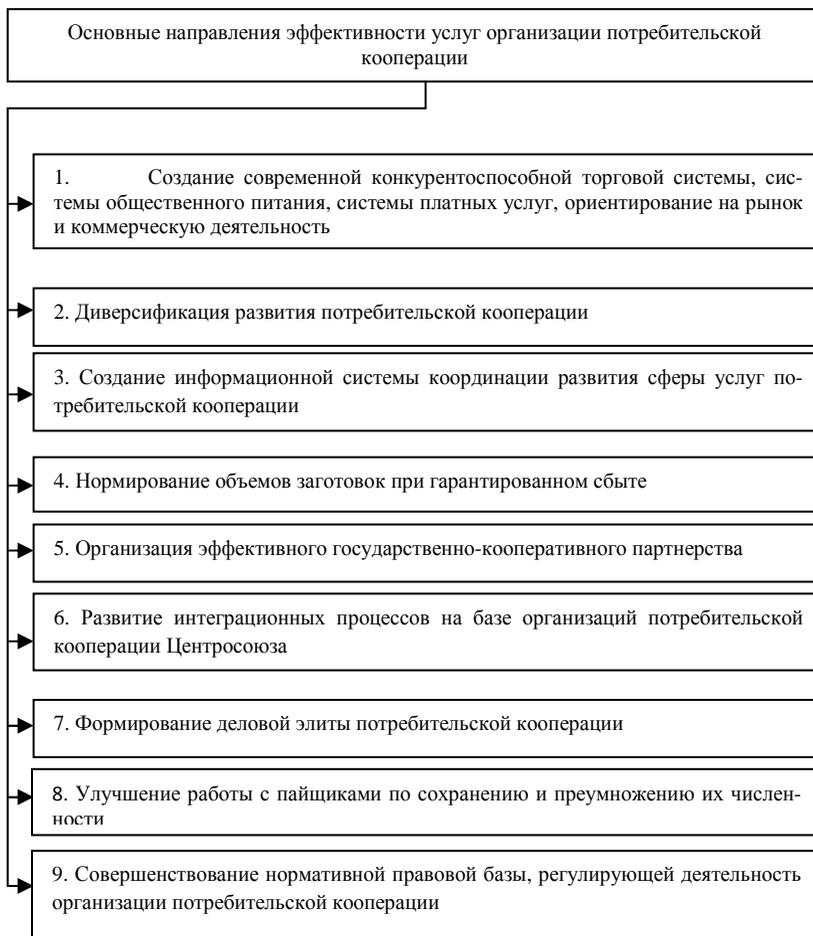


Рис. 1. Основные направления повышения эффективности услуг организаций потребительской кооперации

Срок реализации программы: 2012 – 2015 гг.

Перечень и описание программных мероприятий.

Первое направление – создание современной конкурентоспособной торговой системы, системы общественного питания, ориентированных на рынок и коммерческую деятельность [1].

1. Основные направлениями развития розничной торговли.

Основные направления деятельности по повышению эффективности услуг розничной торговли должны быть отражены в разработанных мероприятиях совершенствования товарной, ценовой, сбытовой и коммуникативной политики организаций потребительской кооперации.

В области товарной политики – формирование единой системы сетевой розничной торговли с учетом развития следующих мероприятий:

- увеличить объемы услуг розничной торговли за счет оптимальной структуры товарооборота, формирования эффективного ассортимента товаров, расширения ассортимента товаров за счет реализации товаров собственного производства кооперативных организаций, увеличение в структуре розничного товарооборота доли непродовольственных товаров;

- провести переспециализацию магазинов в зависимости от численности проживающего населения, национальных традиций и природно-климатических условий в специализированные магазины, торгующие продовольственными и непродовольственными товарами (открытие магазинов «Текстиль для дома», «Визит», «Хлеб», «Сладкоежка», «Молоко», «Мебель», «Товары для дома», «Хозяин» и другие);

- активизировать работу по созданию единой торговой сети потребительской кооперации на базе унифицированной программы по автоматизации розничной торговли в районах и селах, разработать этапы перевода магазинов на автоматизированную систему с учетом подготовки информационной базы, программного обеспечения и обучения персонала, разделить бизнес-процессы Центрального офиса, районного офиса и автоматизированного магазина;

- концентрировать аппарат управления торговой сетью в едином центре, существенно сократить бизнес-функции в магазинах и передать их менеджерам;

- активизировать процесс развития для сельской торговли магазинов новых форматов торговли (торговый центр, супермаркет, магазин у дома) под едиными кооперативными брендами;

- шире распространять магазины, совмещающие торговлю и другие виды деятельности – магазин – приемозаготовительный пункт, который наряду с торговлей выполняет следующие функции: закупку всех видов сельскохозяйственной продукции, прием заказов на бытовые услуги (ремонт сложной бытовой техники, часов и др.), информирование пайщиков;

- проводить маркетинговые исследования, формировать единую систему маркетинговой политики.

В области ценовой политики основными направлениями являются:

- проводить анализ ценовой политики предприятий-конкурентов;

- проводить анализ собственной ценовой стратегии и политики;

- изучать и внедрять современные подходы к процессу ценообразования;

- разработать политику льгот и скидок для покупателей, создать единую систему дисконтов в торговых предприятиях потребительской кооперации.

В области сбытовой политики основными направлениями являются:

- установить эффективность договорных отношений, снизить затраты по доставке товаров и развить собственную логистику в системе потребительской кооперации;

- организовать контроль над расчетами с поставщиками.

В области коммуникативной политики необходимо отметить основные направления:

- разработать мероприятия по проведению рекламных компаний, организовать информационное вещание в средствах массовой информации по обеспечению защиты прав потребителей, развитию торгового обслуживания и проблемным вопросам отрасли;

- повышать культуру обслуживания и имидж предприятий розничной торговли. Магазины потребительской кооперации должны выделяться среди предприятий других форм собственности; иметь привлекательный внешний вид и интерьер.

2. Основные направления развития услуг общественного питания.

Основные мероприятия повышения эффективности отрасли общественного питания:

- повысить объемы деятельности отрасли и эффективность работы;

- приближать услуги к населению и налаживать обратную связь с населением путем организации мониторинга потребностей;
- провести реконструкцию и техническое перевооружение предприятий общественного питания на основе использования современных энергосберегающих технологий, модернизацию технологического оборудования отрасли (перевод работы предприятий на газ, оснащение современным энергосберегающим оборудованием);
- внедрять инновационные технологии приготовления пищи и обслуживания;
- организовать доставку приготовленных блюд по заказам потребителей;
- учитывать в работе региональные особенности, национальные кухни и обрядовые;
- перевести действующие торговые точки и открыть новые фирменные магазины «Отличный вкус» в районах и крупных селах области с созданием при них мини-пекарен, кондитерских, пирожковых цехов, вырабатывающих и реализующих широкий ассортимент собственной продукции.

3. Основные направления развития платных услуг:

Основная цель – развитие новых направлений видов услуг:

- шире развивать сеть нетрадиционных услуг: парикмахерских, бытовых услуг, аптек, ветеринарных аптек;
- развивать туристический и экскурсионный бизнес, природо-рожный сервис;
- развитие сети домов быта, комплексных приёмных пунктов, стационарных предприятий с учётом их востребованности и конкурентной среды в районах.

Второе направление – диверсификация развития потребительской кооперации.

Основные мероприятия проведения диверсификации организаций:

- обеспечить подготовительные мероприятия проведения диверсификации организации, составить прогноз развития новых вариантов работ, видов товаров и т. п.;
- обеспечить наличие нескольких вариантов диверсификации, чтобы можно было их сопоставить и выбрать наиболее эффективный;
- проводить исследование рынков потенциальных товаров и услуг и выбор стратегических зон хозяйствования (сегментация, вторжение на смежные или ранее захваченные зоны);

- открытие новых потребностей и способов их удовлетворения для создания новых типов продуктов, производств;

- использовать различные формы диверсификации – внутреннюю (открытие в составе действующего предприятия участков, цехов) и внешнюю (создание подразделения вне действующего предприятия или открытие нового предприятия).

Третье направление – создание информационной системы координации развития сферы услуг потребительской кооперации.

Информационная система должна представлять собой автоматизированную базу данных, где информация собирается по кустовому принципу: районные центры (на базе данных районного потребительского общества) – центры субъектов Российской Федерации (на базе данных региональных союзов потребительских обществ) – центр общероссийского уровня (на базе Центросоюза Российской Федерации). Внешний доступ в информационную систему осуществляется через интерактивный Интернет-портал с обязательной регистрацией участников системы.

Четвертое направление – наращивание объемов закупок сельскохозяйственной продукции при гарантированном сбыте.

Основные направления в области развития закупок:

- строительство и ввод в эксплуатацию комплексных стационарных и передвижных приемозаготовительных пунктов, комплексов глубокой заморозки;

- модернизация действующих овощехранилищ и их оснащение современным высокотехнологичным оборудованием;

- приобретение оборудования для оснащения цехов переработки овощей, в том числе высокотехнологичного оборудования для первичной обработки плодов, грибов и ягод: линий для сортировки продукции, вакуумной упаковки, шоковой заморозки и т. д.

- предоставление владельцам личных подсобных хозяйств товарных кредитов под сдаваемую сельскохозяйственную продукцию и сырье.

Пятое направление – организация эффективного государственно-кооперативного партнерства.

Основные направления:

- развивать формы взаимовыгодного сотрудничества с местной администрацией;

- интеграция в решение общегосударственных проблем, в том числе повышения благосостояния сельского населения, развитие на основе эффективного взаимодействия с государственными институтами;

- заключать соглашения с органами государственной власти и местного самоуправления с целью поддержки заготовительных предприятий потребительской кооперации, включая предоставление земельных участков, зданий и сооружений для организации заготовительных пунктов.

Шестое направление – развитие интеграционных процессов на базе организаций потребительской кооперации Центросоюза.

Основные мероприятия:

- создание региональных кооперативных банков. Основная цель – предоставление средств организациям потребительской кооперации на поддержку и проведение ими мер по оздоровлению финансового состояния и повышению эффективности услуг. Внутрисистемную финансовую помощь необходимо построить с соблюдением основных принципов кредитования – обоснованность, срочность, возвратность;

- развитие интеграции в потребительской кооперации на трех уровнях.

Седьмое направление – формирование деловой элиты потребительской кооперации.

Отсутствие стандартных решений, постоянно меняющиеся условия хозяйствования и рыночной конъюнктуры требуют определенной подготовки кадров и персонала оптимизировать бизнес-процессы в организации.

Основные направления подготовки кадров:

- повысить квалификацию руководителей и специалистов среднего звена путем проведения с участием ученых проблемных семинаров, диспутов, деловых игр, тренингов;

- создать на всех уровнях эффективные бизнес-команды;

- повысить уровень компетенции работников и создать эффективную систему материальной и нематериальной мотивации труда.

Восьмое направление – улучшение работы с пайщиками по сохранению и приумножению их численности.

Основные мероприятия по работе с пайщиками:

- повысить экономическое участие пайщиков путем вовлечения членов кооператива в инвестирование его деятельности;

- определить механизм, нацеленный на постепенное увеличение паевого фонда и доведение его до 20 – 30 процентов в общей сумме капитала потребительского общества;

- поднять материальную мотивацию пайщиков за участие в работе кооператива.

Девятое направление – совершенствование нормативной правовой базы, регулирующей деятельность организаций потребительской кооперации.

В целях повышения эффективности потребительской кооперации требуется внесение изменений в действующее законодательство (табл.1).

Таблица 1 – Предложения по внесению изменений в законодательные акты

| Наименование нормативного правового акта | Содержание изменений | Обоснование |
|--|--|---|
| ФЗ от 29 декабря 2006 г. № 264-ФЗ «О развитии сельского хозяйства» | Предоставить организациям потребительской кооперации меры государственной поддержки: льготы на оплату электроэнергии, возможность участия на льготной основе в программах финансовой аренды (лизинга), Субсидий на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам и займам в размере 95 % ставки рефинансирования ЦБ РФ по кредитам | Организации потребительской кооперации осуществляют виды деятельности, сходные с деятельностью сельскохозяйственных потребительских кооперативов, целесообразно предоставить аналогичные меры государственной поддержки |
| ФЗ от 24 июля 2009 г. № 212-ФЗ «О страховых взносах в пенсионный фонд РФ» | Установление на 2011–2014 гг. льготного пониженного тарифа страховых взносов для организаций кооперации, применяющих единый налог на вмененный доход или упрощенную систему налогообложения по аналогии с сельскохозяйственными товаропроизводителями, применяющими единый сельскохозяйственный налог | Распространение льготного периода позволит создать равные условия деятельности потребительской и сельскохозяйственной кооперации, расширить возможности для увеличения объемов закупок сельскохозяйственной продукции, что в свою очередь будет способствовать созданию новых рабочих мест, повышению жизненного уровня сельского населения |
| ФЗ от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в Российской Федерации» | Отнесение хозяйственных обществ, учредителями которых являются потребительские общества со стопроцентным участием в формировании уставного капитала, к субъектам малого и среднего предпринимательства | Изменение условий функционирования организаций потребительской кооперации с малым и средним бизнесом позволит полно использовать потенциал кооперации, увеличить вклад в социальное развитие села |

Основная цель – распространить на организации потребительской кооперации условия государственной поддержки, действующих в отношении сельскохозяйственных производителей. В этих целях потребуются внесение изменений в действующие законодательные акты. Это обусловлено тем, что кооперативные организации предоставляют услуги торгового, бытового обслуживания в сельской местности, а также функции по инфраструктурному обслуживанию сельхозпроизводителей.

В концепции развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2020 года, принятой Правительством РФ в декабре 2010 года, говорится, что для устойчивого развития сельских территорий в субъектах Российской Федерации необходимо разработать региональные и муниципальные программы развития сельских территорий. Основой разработки таких программ должны стать стратегии развития сельских поселений нашей страны, которые определяют потенциал сельского поселения и перспективы его социально-экономического развития.

Усиление государственной поддержки необходимо в области устойчивого развития сельских территорий в разделе диверсификации сельской экономики, политики, повышения занятости и доходов населения, наращивание и модернизация рабочих мест на объектах инфраструктуры агропродовольственного рынка и сбыта сельскохозяйственной продукции [3].

Предложенная нами программа и основные направления развития потребительской кооперации позволят повысить эффективность всех отраслей деятельности. В связи с этим в программе заложена настоятельная необходимость совершенствования эффективности потребительской кооперации с учетом особенностей данной системы, ее задачами и перспективами дальнейшего развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арустамов Э. А. Организационно-экономические факторы конкурентоспособности потребительской кооперации в рыночной среде / Э. А. Арустамов // Российская кооперация. 2010. № 2. С. 11–14.
2. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года. М.: Центросоюз Российской Федерации, 2010. 17 с.
3. О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ. Закон РФ от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ / И. Смагина. Комментарий к ФЗ от 24 июля 2007 г. № 209-ФЗ «О развитии малого и среднего предпринимательства в РФ». М.: Юстицинформ, 2010. 325 с.

STRATEGIC DIRECTIONS OF INCREASE EFFICIENCY OF SERVICES OF CONSUMERS' COOPERATIVE SOCIETY

Keywords: services, consumers' cooperative society, efficiency of services.

Annotation. The basic directions of increase of efficiency of the services, provided by the organizations of consumers' cooperative society are considered.

КУТАЕВА ТАТЬЯНА НИКОЛАЕВНА – доцент кафедры экономики и статистики, Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, Россия, Княгинино, (kutaeva1959@mail.ru).

ШАВАНДИНА ИРИНА ВАЛЕРЬЕВНА – кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и статистики, Нижегородский государственный инженерно-экономический институт, Россия, Княгинино, (Sh-irina2008@mail.ru).

KUTAIEVA TATYANA NIKOLAEVNA – the docent of the chair of economics and statistics, the Nizhniy Novgorod state engineering-economic institute, Russia, Knyaginino, (kutaeva1959@mail.ru).

SHAVANDINA IRINA VALERIEVNA – the candidate of economic sciences, the docent of the chair of economics and statistics, Russia, Knyaginino, (Sh-irina2008@mail.ru).
