

## СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

*Ключевые слова:* заготовительная деятельность, направления развития, организации потребительской кооперации, повышение эффективности деятельности, производство, торговля.

*Аннотация.* В статье предложены стратегические направления деятельности организаций потребительской кооперации, а также мероприятия, направленные на улучшение обслуживания пайщиков и сельского населения, а также финансовое оздоровление рассматриваемых организаций.

Потребительская кооперация – система потребительских обществ, их союзов и созданных ими в целях удовлетворения материальных (имущественных) и иных потребностей членов потребительских обществ и населения. Правовые, организационные, экономические и социальные основы деятельности потребительской кооперации определяются нормами Гражданского кодекса Российской Федерации и Закона РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» [1].

Кооперативные организации, создаваемые по территориальному признаку, можно разделить на кооперативные организации I, II, III и IV уровней.

На рисунке 1 представлена примерная схема организационного построения кооперативной системы с учетом административно-территориального деления России [3, с 9–12].

Потребительская кооперация осуществляет многоотраслевую хозяйственную деятельность по оказанию услуг населению. Основными отраслями деятельности являются предоставление услуг торговли, услуг общественного питания, заготовки сельскохозяйственной продукции и сырья, промышленное производство продовольственных и непродовольственных товаров с последующей их реализацией через организации розничной торговли, оказание населению производственных и бытовых платных услуг.



Рисунок 1 – Примерная схема организационного построения кооперативной системы

В зоне деятельности системы потребительской кооперации Нижегородской области находится более 3,5 тысяч сельских населенных пунктов с численностью обслуживаемого населения свыше 500 тысяч человек. Потребкооперация осуществляет свою деятельность в 44 районах области. Материальная база Нижегородского облпотребсоюза включает в себя 1869 розничных торговых предприятий, в том числе 1743 магазина, 239 предприятий общественного питания, 164 цеха по выпуску товаров народного потребления, консервный завод. Совокупный объем деятельности в 2012 г. составил 13711 млн руб.

С организацией торгового обслуживания сельского населения непосредственно связана заготовительная деятельность потребительской кооперации, которая служит не только дополнительным источни-

ком товарных и сырьевых ресурсов, но и выполняет такую важную социальную функцию, как увеличение денежных доходов сельского населения, предназначенных для покупки товаров.

Уровень производства и реализации этой продукции недостаточен для обеспечения необходимых экономических и финансовых результатов. В кооперативной промышленности во многом сохраняется структура производства, характерная для дореформенного периода и недостаточно учитывающая современные тенденции на рынке. Замедлено обновление производственных фондов, недостаточно проводится работа по внедрению прогрессивных технологий, мало выпускается новых видов продукции.

Направляемые правлениями кооперативных организаций средства на техническое перевооружение промышленных предприятий и цехов носят в основном локальный характер, обеспечивающий сохранение материально-технической базы в рабочем состоянии, и не решают вопросов коренной модернизации производства.

Специализация конкурентов на менее издержкоемкой деятельности в крупных сельских поселениях ежегодно уменьшает доходы потребительской кооперации. Доходы кооперативной торговли в малых городах и райцентрах не перекрывают убытки, получаемые на селе, даже при определенной финансовой поддержке областного правительства. Это, в свою очередь, отрицательно отражается на финансовых результатах деятельности системы, в первую очередь в сельской местности. За 2011 год в потребительской кооперации Нижегородской области получено 377,1 млн рублей прибыли, в то время как в 2006 году было получено – 197,2 млн рублей (на 47,7 % выше).

Вместе с тем сложившаяся в сфере деятельности потребительской кооперации социально-экономическая ситуация, характер происходящих в агропромышленном комплексе преобразований требуют дополнительных мер по совершенствованию деятельности потребительской кооперации в соответствии с Программой социально-экономического развития и возрождения села.

В связи с этим были определены стратегические направления деятельности потребительской кооперации Нижегородской области.

По каждому стратегическому направлению развития деятельности организаций потребительской кооперации нами разработан комплекс мер, направленных на улучшение обслуживания пайщиков и сельского населения, а также финансовое оздоровление рассматриваемых организаций.

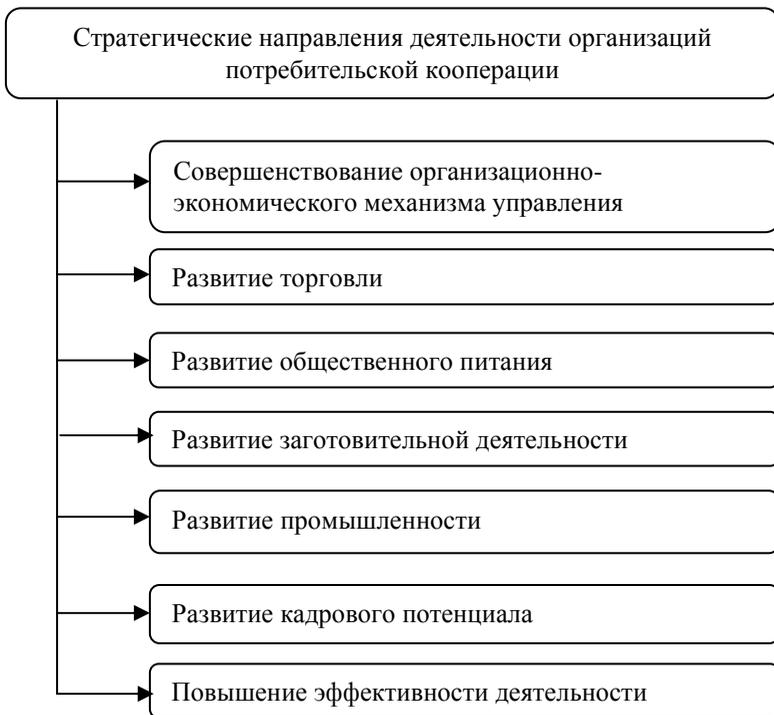


Рисунок 2 – Стратегические направления развития деятельности организаций потребительской кооперации

Основные направления и комплекс мер по финансовому оздоровлению организаций потребительской кооперации:

1. Дальнейшее совершенствование организационно-экономического механизма управления предполагает перестройку системы управления отраслями потребительской кооперации в целях формирования оптимальных схем движения сырьевых и товарных потоков, укрепления исполнительской дисциплины, повышения в конечном итоге конкурентоспособности кооперативных организаций.

В целях повышения эффективности торговой отрасли потребительской кооперации, компенсации убытков, понесенных в малых населенных пунктах, предлагаем более активно развивать и совершенствовать кооперативную торговлю в областном центре и городах областного и районного подчинения [2].

Райпо, находящиеся в районах с небольшой численностью населения и имеющие незначительные объемы деятельности (не обеспечи-

вающие рентабельную работу), предусматривается объединить в Нижегородские областные потребительские общества (НОПО).

Совершенствование системы хозяйствования и управления предполагает преобразование сельских магазинов в центры по работе с пайщиками и по обслуживанию населения, повышение статуса комиссий кооперативного контроля за работой объектов потребительской кооперации и материальной заинтересованности их членов.

Совершенствование структуры управления, системы хозяйствования повысит степень координации и оперативного взаимодействия между отраслями потребительской кооперации, а также позволит, в частности, сократить:

- расходы на содержание аппарата управления, в том числе районных потребительских обществ;

- транспортные расходы, в основном за счет сокращения неэффективного использования грузового транспорта и введение единой областной диспетчерской службы по централизованному заводу товаров;

увеличить:

- рентабельность во всех отраслях деятельности за счет сокращения издержек;

- размеры собственных средств для обновления материально-технической базы, в том числе за счет продажи либо сдачи в аренду неиспользуемого имущества;

- размеры поставок товаров оптовыми организациями потребительской кооперации.

2. Исходя из процесса реформирования аграрно-промышленного комплекса страны, демографической и социально-экономической ситуации в сельской местности, возрождения села главными направлениями развития торговли потребительской кооперации являются [2]:

- обеспечение торговыми площадями обслуживаемого населения на уровне не ниже установленного социального стандарта (260 квадратных метров на 1000 человек). В этих целях планируется расширять торговую сеть за счет магазинов из легкоборных конструкций, переспециализировать имеющиеся неэксплуатируемые объекты и возобновлять работу ранее закрытых магазинов;

- осуществление специализации торговой сети по населенным пунктам в зависимости от численности проживающего населения, национальных традиций и природно-климатических условий:

- магазины по торговле смешанным ассортиментом товаров;
- специализированные магазины, торгующие продовольственными и непродовольственными товарами;

- в населенных пунктах, где отсутствуют стационарные магазины и строительство капиталоемких сооружений нецелесообразно – установление полустационарных автомагазинов, магазины близлежащих населенных пунктов, разъездные заготовители;

- совершенствование ассортиментной политики, технологии торговых процессов, дооснащение магазинов холодильным оборудованием с учетом необходимости создания условий для торговли широким ассортиментом скоропортящихся товаров;

- установление оптимальных режимов работы;

- строительство гипермаркетов и расширение собственной торговли на городских рынках;

- модернизация магазинов с переводом на новые технологии обслуживания – самообслуживание, обслуживание потребителей через банковские пластиковые карты, обслуживание членов и пайщиков по пластиковым картам на льготных условиях во всех магазинах Нижегородского облпотребсоюза;

- стимулирование спроса в первую очередь через механизмы товарного кредитования, в том числе в обмен на заготавливаемую сельскохозяйственную продукцию и сырье.

- развитие торгово-заготовительной сети потребительской кооперации в дачных кооперативах, в том числе через обмен на плодово-овощную продукцию;

- расширение форм розничной торговли (посредством ярмарок, базаров, выносной, развозной торговли, доставки товаров на дом и т. д.) и методов увеличения объемов продаж (торговля с предоставлением скидок, сезонные распродажи, продажа в кредит, льготирование членов, пайщиков и т. д.);

- расширение торговли по заказам населения в сельской местности с бесплатной доставкой товаров на дом одиноко проживающим, престарелым гражданам путем наличных и безналичных расчетов самих граждан или их родственников, проведение подворных обходов жителей села с целью выявить необходимые для завоза товары;

- расширение спектра платных, в том числе бытовых услуг, оказываемых населению в сельской местности.

3. Приоритетными направлениями развития общественного питания потребительской кооперации и совершенствования ее деятельности в ближайшей перспективе станут [2]:

- развитие сети организаций общественного питания на автомобильных магистралях с предоставлением посетителям полного комплекса услуг;

– использование сети ресторанов в качестве поставщиков продукции собственного производства для других объектов общественного питания;

– перевод столовых, кафе, закусочных и других объектов общественного питания на работу с полуфабрикатами высокой степени готовности и готовыми охлажденными блюдами производства заготовочных организаций, что позволит достичь однородности в качестве приготавливаемых блюд;

– расширение сети предприятий быстрого обслуживания, работающих на полуфабрикатах, в том числе узкоспециализированных объектов общественного питания с реализацией в них одного или нескольких наименований блюд (бутербродные, чайные, пирожковые, омлетные, котлетные, блинные, пельменные и др.);

– организация доставки продукции общественного питания (полуфабрикатов, кондитерских и кулинарных изделий) на предприятия торговли, расположенные в сельской местности, реализация ее через автомагазины;

– расширение в весенне-летний период сети мелкой розницы, организация работы круглосуточных мини-кафе, павильонов, ларьков, палаток, летних площадок, выносной торговли, более широкое использование при реализации пива установок и ручных насосов, при реализации мороженого – низкотемпературного холодильного оборудования;

– создание в каждом районе центра досуга населения на базе современного ресторана или кафе (организация бильярдных залов, дискотек, выступлений профессиональных и любительских оркестров, певцов, актеров и др.).

4. Основой развития отрасли должно стать участие организаций потребительской кооперации в развитии личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйств с использованием механизма их товарного кредитования, что даст возможность [2]:

– оказать помощь в выборе специализации конкретных поселений для производства одного-двух видов сельскохозяйственной продукции;

– усилить собственный производственный потенциал за счет повышения качества производимых сельскохозяйственной продукции и сырья.

В связи с этим предлагается:

– развитие материально-технической базы заготовок за счет расширения и восстановления закрытой сети стационарных и передвижных комплексных приеомзаготовительных пунктов;

- обеспечить организацию закупок каждым сельским магазином продукции, выращенной населением;
  - перейти повсеместно на систему заказов на производство сельскохозяйственной продукции в личных подсобных, крестьянских (фермерских) хозяйствах и сельскохозяйственных кооперативах на основе типовых договоров;
  - стимулировать владельцев сельских подворий в увеличении производства сельскохозяйственной продукции и сырья и продажи их потребительской кооперации путем организации конкурсов на лучшего сдатчика, поощрения активных сдатчиков за счет выдачи денежных премий, ценных подарков, предоставления скидок на приобретение товаров, бесплатных услуг по обработке приусадебных участков;
  - предоставлять товарные кредиты владельцам личных подсобных хозяйств под сдаваемую сельскохозяйственную продукцию и сырье;
  - более широко использовать средства массовой информации (радио, пресса, телевидение) для информирования населения о проводимой потребительской кооперацией работе по закупке сельскохозяйственной продукции и сырья, о предъявляемых требованиях к их качеству и т. д.;
  - создать новые перспективные производства по переработке сельскохозяйственной продукции и сырья.
5. Основой реформирования кооперативной промышленности должна стать работа по концентрации и ассортиментной специализации производственных предприятий, выпуску конкурентоспособной продукции за счет [2]:
- концентрации производства на предприятиях с высокопроизводительным оборудованием и прогрессивными технологиями, перепрофилированием или закрытием убыточных, малозагруженных производств с устаревшим и изношенным оборудованием;
  - создание новых высокотехнологичных, безотходных и энергосберегающих производств по выпуску продукции, не вырабатываемой в области или вырабатываемой в недостаточном количестве;
  - освоение производства новых видов пищевых продуктов профилактического и лечебного воздействия на организм человека;
  - проведение активной и целенаправленной маркетинговой политики, обеспечивающей постоянное изучение потребностей рынка, использование средств и возможностей разных видов рекламы.
6. Ресурсы отраслевой кооперативной науки следует сосредоточить на проведении научных исследований по следующим проблемам:

- разработка оптимальных логистических систем товародвижения, проведение маркетинговых исследований в целях совершенствования ассортиментной политики и сохранения устойчивого обеспечения населения необходимым набором товаров и услуг;

- оценка перспектив увеличения закупок сельскохозяйственной продукции и сырья в личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйствах граждан, выявление и обобщение наиболее эффективных современных форм и методов заготовительной деятельности;

- исследование путей повышения эффективности работы и конкурентоспособности организаций кооперативной промышленности, в том числе посредством рационализации нормирования, планирования и учета затрат на производство и реализацию продукции, работ и услуг.

Приоритетными направлениями работы с кадрами является:

- осуществление сбалансированной кадровой политики, стабилизация кадрового потенциала системы, обеспечение его своевременного обновления и пополнения, предотвращение оттока кадров, расширение практики применения контрактной формы найма на работу;

- повышение престижа работы в потребительской кооперации на основе решения вопросов социальной поддержки и защиты работников, материального стимулирования высокопроизводительного труда, создания стимулов карьерного роста, совершенствования управленческой культуры и укрепления трудовой, исполнительской и производственной дисциплины;

- упорядочение механизма ротации кадров между облпотребсоюзом и районными потребкооперативами, формирования и использования кадрового резерва с учетом образовательных, возрастных критериев и перспектив развития потребительской кооперации;

- сохранение и развитие системы кооперативного образования, создание единой системы нормативно-правового, информационного и учебно-методического обеспечения, повышение качества учебного процесса и конкурентоспособности выпускников, совершенствование механизма закрепления молодых специалистов, оказание учреждениям образования потребительской кооперации и их выпускникам различного рода государственной поддержки. Вести работу с учебными заведениями областями, такими как Арзамасский техникум потребительской кооперации, Нижегородская государственная сельскохозяйственная академия, Нижегородский коммерческий институт, Арзамасский филиал Российского университета кооперации, которые занимаются подготовкой кадров в области потребительской кооперации и сельского хозяйства.

7. Приоритетными направлениями повышения эффективности хозяйствования и сокращения числа убыточных организаций будут являться [2]:

- оптимизация организационной структуры с учетом необходимости минимизации издержек производства и обращения;
- реализация мер по снижению затратности отраслей, обеспечению строжайшего режима экономии;
- развитие оптового звена и организация работы с поставщиками (производителями) по продаже их товаров на условиях договоров комиссии с предоставлением комиссионного вознаграждения и скидок;
- активизация внешнеэкономической деятельности и обеспечение закупки товаров, которых недостаточно в области, через межрайонные оптовые организации, минуя посреднические структуры;
- обеспечение закупки наиболее востребованных товаров по конкурентным ценам и формирование розничных цен с применением торговых надбавок в максимальном размере;
- увеличение объемов реализации высокодоходных товаров, по которым установлены более высокие размеры торговых надбавок (скидок).

В результате реализации данных стратегических направлений развития деятельности организаций потребительской кооперации предполагается получить как социальный, так и экономический эффект.

Социальный эффект будет заключаться в:

- росте уровня удовлетворения потребительских нужд сельского населения на основе качественного изменения структуры товарооборота и расширения спектра предлагаемых услуг;
- увеличении доходов сельского населения, получаемых от продажи потребительской кооперации сельскохозяйственной продукции и сырья, дикорастущей продукции и лекарственно-технического сырья.

Экономический эффект будет заключаться в:

- увеличении прибыльности отраслей потребительской кооперации области и ликвидации убытков за счет увеличения объемов деятельности и снижения затрат;
- наращивании собственных оборотных средств.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон «О потребительской кооперации (потребительских обществах и их союзах) в Российской Федерации» (в ред. федеральных законов от 11.07.1997 № 97-ФЗ от 28.04.2000 № 54-ФЗ).

2. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года. М.: Центросоюз РФ, 2001. 112 с.

### **STRATEGIC DIRECTIONS FOR ORGANIZATIONS Of CONSUMER COOPERATION**

*Keywords:* harvesting, the direction of development of consumer cooperatives, increase efficiency, production, and trade.

*Annotation.* The article suggests the strategic directions of the activity of organizations of consumer cooperation, as well as measures to improve the service of the shareholders and the rural population, as well as financial health of the organizations.

---

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

**SHAVANDINA IRINA VALERYEVNA** – candidate of economic sciences, associate professor, chief of the chair «Economics and statistics» Nizhny Novgorod State Engineering and Economic Institute, Russia, Knyaginino, (sh-irina2008@mail.ru).

**ШАМИН ЮРИЙ СЕРГЕЕВИЧ** – аспирант Нижегородского государственного инженерно-экономического института, (stat@ngiei.ru).

**SHAMIN YURI SERGEEVICH** – graduate student of public Novgorod Engineering-Economic Institute, (stat@ngiei.ru).

---