

УДК 334.735.06:339.137.2

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ МНОГООТРАСЛЕВЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

© 2010 г.

Н.В. Борисова, Г.В. Степанов

Чебоксарский кооперативный институт (филиал)
Российского университета кооперации

K-fin@coop.chuvashia.ru

Поступила в редакцию 25.06.2010

Выявлена степень влияния рыночных факторов на результаты деятельности потребительских обществ. Предложены пути повышения запаса финансовой устойчивости потребительских обществ, расположенных в сельской местности.

Ключевые слова: конкурентоспособность, потребительское общество, заготовительная и производственная деятельность.

Постановка проблемы и её актуальность

Потребительская кооперация России, которая насчитывает более 175 лет истории и обладает огромными традициями и большим человеческим потенциалом, одной из крупнейших систем, осуществляющих заготовительную, производственную и торговую деятельность. Несмотря на то, что в силу сложности переходного периода конца 80–90-х годов XX века потребительская кооперация утратила многие экономические позиции, усилиями работников кооперативных предприятий удалось сохранить единство и целостность, значительную материально-техническую базу. Всё это достаточные предпосылки активного и эффективного развития организаций потребительской кооперации на единой экономической и организационной основе. В связи с этим, по мнению авторов, основной задачей многоотраслевых организаций потребительской кооперации и других организационно-правовых форм является создание эффективной и устойчивой экономики. Поэтому соизмерение полученных результатов с существующими рисками, имеющимися ресурсами и затратами с целью выявления эффективности хозяйственной деятельности является задачей, требующей в том числе и научного обоснования. В связи с этим многоотраслевым потребительским обществам необходимо более активно учитывать данное преимущество перед другими игроками рынка, поскольку спад в одном сегменте можно покрыть подъемом в другом.

Основные теоретические и практические вопросы по теме публикации

Заготовка продукции сельского хозяйства, в том числе произведенной личными подсобными (ЛПХ) и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами (КФХ), а также дикорастущих растений, вторичного сырья является одним из ключевых направлений деятельности организаций потребительской кооперации. Эта отрасль социально значима с точки зрения возрождения села, создания рабочих мест и развития сельской инфраструктуры. Необходимость наращивания объемов заготовительной деятельности отмечается и в Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынков сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2008–2012 годы. В частности, в этом документе говорится, что государственная поддержка будет заключаться в предоставлении субсидий за счет средств федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на возмещение части затрат на уплату процентов по кредитам, полученным личными подсобными и крестьянскими (фермерскими) хозяйствами, в том числе на заготовку и переработку дикорастущих плодов и ягод, лекарственных растений и т.д.

Заготовки остаются наиболее социально значимой отраслью потребительской кооперации. Основные предпосылки усиления роли потребительских обществ как основного заготовителя на селе состоят в наличии материально-технической базы заготовок; предприятий, осуществляющих переработку сельскохозяйственной продукции; разветвленной сети предприятий

общественного питания и торговли для продажи населению закупленной продукции и продуктов ее переработки. Во многих районных потребительских обществах Приволжского федерального округа на основе действующей материально-технической базы созданы заготовительно-производственные предприятия. Усилилась тенденция к увеличению объемов закупок сельскохозяйственной продукции для федеральных и региональных нужд, что позволяет полнее использовать имеющийся потенциал отрасли.

За последние годы заготовительная отрасль потребительской кооперации получила новый импульс развития, что подтверждают показатели увеличения объемов закупок основных видов сельскохозяйственных продуктов и сырья не только в отдельных потребительских обществах и потребсоюзах, но в большинстве регионов федерального округа.

Увеличение объемов закупок у населения имеет и другую положительную сторону для потребкооперации. Сдатчики сельхозпродукции являются потенциальными покупателями на селе. Деньги за проданную продукцию служат для них дополнительным доходом, который даст возможность вовлечь их в товарооборот. Учитывая рост денежных доходов населения в стране, и в предстоящие годы нужно ожидать более высокого спроса на сельскохозяйственную продукцию. Потребительская кооперация, традиционно участвующая в формировании продовольственных ресурсов, должна организовать максимальное освоение местных сельхозресурсов, их приемку, переработку и реализацию. Отлаженная схема товародвижения будет способствовать и сохранению качества продукции.

У многоотраслевых потребительских обществ достаточно активно развивается и производственная деятельность, целью которой на ближайшую перспективу является создание устойчивых, ориентированных на сбыт, экономически эффективных производственных предприятий. В настоящее время в системе потребительской кооперации действует свыше 11 тыс. цехов по производству продовольственных и непродовольственных товаров. У значительной части этих предприятий необходимо улучшить использование производственных мощностей. Резервы значительны, так как по различным видам продукции они загружены в среднем на 40–70%. Имеющиеся в системе производственные мощности позволяют выработать в год свыше 6,8 млн тонн хлебобулочных, 180 тыс. тонн колбасных и около 65 тыс. тонн кондитерских изделий, более 20 млн декалитров безалкогольных напитков.

Для подъема и эффективного развития кооперативной промышленности имеются реальные предпосылки: наличие производственных мощностей, возможность их более полной загрузки, научное обеспечение отраслей деятельности, приближенность перерабатывающих предприятий к производителям сельскохозяйственной продукции и сырья, а также развитие единой торговой системы на базе торговых предприятий и инфраструктуры потребительской кооперации, способной конкурировать с существующими сетями в сельской местности.

В табл. 1 представлены показатели производства продукции на предприятиях потребительской кооперации регионов Приволжского федерального округа.

Таблица 1

**Показатели производственной деятельности региональных
потребсоюзов Приволжского федерального округа**

Наименование потребсоюзов	В среднем за год, 2005–2008 гг.								
	Кондитерские изделия			Безалкогольные напитки			Колбасные изделия		
	Тонн	В % к 2004 г.	Занимаемое место в округе	Тыс. ДКЛ	В % к 2004 г.	Занимаемое место в округе	Тонн	В % к 2004 г.	Занимаемое место в округе
Чувашский	2450	106	2	ИЗО	115	1	1470	106	2
Мордовский	2300	92	14	125	80	8	87	98	12
Нижегородский	1109	111	8	244	121	6	255	88	10
Марийский	1196	114	7	127	99	7	409	107	7
Татарский	1940	105	3	408	112	4	880	105	4
Кировский	1375	104	5	267	134	5	364	104	8
Удмуртский	2645	106	1	734	111	3	1220	105	3
Пермский	940	115	9	37	98	12	57	104	13
Башкирский	1215	105	6	918	109	2	285	111	9
Пензенский	1650	107	4	14	76	13	1790	98	1
Самарский	538	116	12	88	120	9	225	91	11
Оренбургский	717	107	10	43	61	10	810	104	5
Саратовский	564	104	11	40	66	11	525	107	6
Ульяновский	244	87	13	9	50	14	44	84	14

Данные таблицы свидетельствуют, что наиболее активно производственной деятельностью занимаются Чувашский, Удмуртский, Татарский, Башкирский и Пензенский потребсоюзы, которые занимают в округе с 1-го по 5-е место соответственно. Характеризуя объемы производства колбасных изделий и безалкогольных напитков, следует отметить, что существенно лучшие показатели по колбасным изделиям – у Пензенского, Чувашского, Удмуртского, Татарского и Оренбургского потребсоюзов; по безалкогольным напиткам – в первой пятерке лидеров Чувашский, Башкирский, Удмуртский, Татарский, Кировский потребсоюзы (1130, 918, 734, 408, 267 тыс. дкл соответственно). Значительно лучше обстоят дела у кооператоров данных пяти субъектов РФ и с производством кондитерских изделий на территории своих регионов. К примеру, в первой тройке лидеров Удмуртский, Чувашский и Татарский потребсоюзы.

Одним из основных и традиционных направлений деятельности потребительской кооперации является торговля. Сейчас в большинстве регионов делается многое для совершенствования торговой деятельности. Постоянно открываются новые магазины самообслуживания (некоторые с круглосуточным графиком работы), вводятся супермаркеты. Внедряются новые торговые технологии. Но, тем не менее, этого уже недостаточно, поскольку сегодня доля потребительской кооперации в структуре товарооборота страны сокращается. При этом торговые ниши кооператоров на рынке активно занимают транснациональные торговые компа-

нии. Они уже чувствуют себя достаточно уверенно не только в крупных городах, но и в значительной части районов и даже селах. В связи с этим потребительская кооперация обязана активно изыскивать новые резервы, в том числе с помощью кооперативной науки.

Сетевая структура в розничной торговле выполняет следующие маркетинговые функции:

- экономия от масштаба, значительно сокращая уровень издержек для предприятий, входящих в сеть;
- появление возможностей выстраивания более совершенных технологических и технических систем;
- снижение уровня закупочных цен, успешная конкуренция торговых сетей на рынке с другими продавцами.

Поскольку в условиях бурного развития торговых сетей на территории России может произойти вытеснение кооперативной торговли с наиболее коммерчески эффективных площадок, необходимо проанализировать оборот розничной торговли в потребсоюзах регионов Приволжского федерального округа. Результаты анализа позволят выработать рациональные предложения по повышению эффективности отрасли торговли потребительской кооперации. В связи с этим оборот розничной торговли за последние три года представлен в табл. 2.

Данные таблицы свидетельствуют, что по обороту в расчете на одного человека к первой пятерке относятся следующие потребсоюзы: Кировский, Нижегородский, Удмуртский, Чувашский, Пермский (7938, 7937, 6654, 5609 и 5418 руб. соответственно). Приведенные дан-

Таблица 2

**Показатели оборота розничной торговли региональных потребсоюзов
Приволжского федерального округа**

Наименование потребсоюзов	В среднем за год, 2005–2008 гг.			
	Млн руб.	Оборот в расчете на 1 человека, обслуживаемого населения, руб.	Занимаемые места	
			по всему обороту розничной торговли	по обороту в расчете на 1 человека
Чувашский	2890	5609	4	4
Мордовский	475	4615	14	8
Нижегородский	5580	7937	1	2
Марийский	1218	4625	9	7
Татарский	3344	4856	3	6
Кировский	4365	7938	2	1
Удмуртский	2687	6654	5	3
Пермский	2577	5418	6	5
Башкирский	2470	2738	7	9
Пензенский	549	1194	13	14
Самарский	1345	1775	8	13
Оренбургский	978	1950	11	12
Саратовский	1187	2544	10	10
Ульяновский	724	2390	12	11

ные характеризуют потребсоюзы в том, что они, несмотря на расположенность их торговых точек в сельской местности, имеют достаточно высокий уровень оборота розничной торговли.

Выводы, рекомендации

Анализ заготовительной деятельности потребительской кооперации в Приволжском федеральном округе показывает, что лишь половина региональных потребсоюзов активно занимается закупками сельскохозяйственной продукции и сырья. В то же время этот вид деятельности – достаточно выгодный бизнес, если умело организовать его. Во многих потребительских обществах слабый уровень организации закупок, особенно на основе маркетинговых и региональных управленческих подходов. Поэтому авторы считают целесообразным усилить научное обеспечение данного направления развития заготовительной деятельности в потребительской кооперации.

Таким образом, исследуя теоретические основы и практический опыт организации заготовительной деятельности в потребительской кооперации, авторы приходят к выводу, что основная цель развития этой отрасли – наращивание объемов закупок при гарантированном сбыте. Достижение данной цели позволит потребительской кооперации стабильно развиваться и эффективно участвовать в реализации государственных программ развития сельского хозяйства и обеспечении Российской Федерации продовольствием. При этом необходимым условием достижения поставленной цели на ближайшие годы является вовлечение ЛПХ и КФХ в единый процесс организованного производства сельскохозяйственной продукции и ее сдачи заготовительным организациям потребительской кооперации. В связи с этим особую актуальность приобретают рациональное использование имеющейся материально-технической базы и ее развитие, активизация работы с ЛПХ и КФХ в вопросах закупки сельскохозяйственной продукции и сырья, развитие системы сбыта заготовительной продукции и многие другие проблемы.

Если исходить из того, что целью развития производственной деятельности в потребительской кооперации является создание экономически эффективных, ориентированных на сбыт управляемой системы устойчивых производственных предприятий на всех уровнях организаций потребительской кооперации, то приоритетными являются следующие направления развития производства в этой отрасли:

- распределение производственных предприятий по уровням в зависимости от масштабов потенциального рынка сбыта продукции предприятия (районного, регионального, межрегионального уровней);

- интеграция кооперативного производства с заготовительной и торговой деятельностью.

На ближайшую перспективу основными проблемами производственной сферы потребительской кооперации являются следующие:

- экономическая неэффективность определенной части мелких производств по причине дублирования на местных рынках и создания внутренней конкуренции с другими предприятиями потребительской кооперации;

- относительно низкий уровень технико-технологического обеспечения;

- отсутствие единой комплексной стратегии развития производственных предприятий, учитывающей взаимное влияние на общее развитие системы кооперативного производства (предприятия районного, регионального, межрегионального уровней);

- отсутствие (или слабая разработанность) единой маркетинговой политики для организации обеспечения сырьем и сбыта готовой продукции;

- слабая интеграция заготовительной, производственной и торговой деятельности, не способствующая максимальному удовлетворению покупательского спроса, улучшению качества продукции, повышению их конкурентоспособности и обеспечению наиболее рационального использования сельскохозяйственного сырья за счет глубокой его переработки.

Таким образом, решение перечисленных проблем в ближайшей перспективе позволит существенно повысить экономическую эффективность потребительских обществ, расположенных в сельской местности.

Многочисленные примеры рациональной организации торговой деятельности свидетельствуют о значительном влиянии этой отрасли на экономику многоотраслевых районных потребительских обществ. Вместе с тем имеются особенности, которые определяют специфику кооперативной торговли:

- значительное количество убыточных магазинов, особенно расположенных в населенных пунктах с численностью населения менее 100 человек (указанные магазины не являются коммерчески эффективными, зачастую имеют исключительно социальный характер);

- в большинстве регионов практически отсутствуют торговые сети, магазины объединены лишь на уровне административных районов.

Таким образом, результаты анализа состояния производства и торговли районных потребительских обществ в сельской местности свидетельствуют о том, что для них эти виды деятельности – одни из основных направлений их эффективного развития.

COMPETITIVENESS OF MULTI-SECTORAL CONSUMER SOCIETIES

N.V. Borisova, G.V. Stepanov

The article reveals the influence of market factors on the performance of consumer societies. Some ways are proposed to improve the financial sustainability margin of consumer societies in rural areas.

Keywords: competitiveness, consumer society, procurement and production activities.