

УДК 338.012

**Экономические аспекты развития потребительской кооперации России в условиях экономического кризиса**

*Спирина О.А., магистрант кафедры экономики  
Саранский кооперативный институт АНОО ВО ЦС РФ  
«Российский университет кооперации»  
e-mail: kafekpski@gmail.com  
Россия, Саранск*

**Аннотация.**

В статье осуществляется анализ и исследуются перспективы развития отраслей деятельности потребительской кооперации России в условиях экономического кризиса

**Ключевые слова:** потребительская кооперация, отрасль, торговля, производство, заготовки

Кооперация возникла как противопоставление совместных действий мелких товаропроизводителей крупному капиталу. Потребность в сотрудничестве, взаимопомощи всегда была присуща людям. Потребительская кооперация исторически сложилась для осуществления обмена между городом и деревней, промышленностью и сельским хозяйством [2].

Потребительская кооперация гораздо более широкое понятие, чем только строки статистики. Сущность потребкооперации, особенно сегодняшней, состоит в неразрывном единстве ее хозяйственной и социальной деятельности. Большая ответственность по реализации социальной миссии потребительской кооперации возлагается на финансово-экономические службы потребительских обществ. Они должны разработать экономически обоснованные схемы размещения новых видов деятельности. Велика их роль в вопросах ценообразования и оплаты труда работников магазинов.

Совокупный объем деятельности организаций потребительской кооперации России, объединенных в Центросоюз РФ, приближается к 234 млрд. руб. (при обороте оптовой и розничной торговли около 160 млрд. руб.)

В области хозяйственных задач необходимо в ближайшие годы восстановить объемы до уровня 1990 г. и соответственно восстановить позиции и престиж потребительской кооперации в экономике страны. В изменившихся условиях, при жесткой рыночной конкуренции это сделать непросто. Многие ниши уже заняты конкурентами, а поэтому необходимо овладевать современными формами конкурентной борьбы и работы на опережение.

Розничная торговля и общественное питание остаются в последние годы главными видами деятельности потребительской кооперации, несмотря

на расширение спектра хозяйственных работ. Рыночные реформы внесли серьезные коррективы в кооперативную жизнь России.

Приведем объемы торговой деятельности в разрезе продовольственных и непродовольственных товаров по системе Центросоюза РФ за 2016 – 2017 гг. (таблица 1).

Таблица 1 – Объем оборота розничной торговли по системе Центросоюза РФ за 2016 – 2017 гг., млн. руб.

Регион	2016 г.		2017 г.	
	Продовольственные товары	Непродовольственные товары	Продовольственные товары	Непродовольственные товары
Центральный ФО	20483	5925	18958	5510
Северо-Западный	18113	5002	16514	4464
Южный	4691	1416	4541	1271
Северо-Кавказский	1433	455	1442	381
Приволжский	41016	11062	39810	10636
Уральский	7448	1892	6805	1654
Сибирский	13450	4861	12429	4789
Дальневосточный	4146	1237	3696	1118
Центросоюз	111118	31917	104911	30153

Динамика изменения объема оборота розничной торговли по системе Центросоюза РФ не является положительной. Так, если в 2016 г. объем реализации прод. товаров в целом по Центросоюзу был равен 111118 млн. руб., то к 2017 г. этот же показатель стал равен уже только 104911 млн. руб., такая же ситуация и с непродовольственными товарами, которые тоже снизили свой объем оборота с 31917 млн. руб. до 30153 млн. руб.

При рассмотрении динамики по отдельным регионам, видим, что практически все имеют тенденцию снижения объема оборота розничной торговли, как продовольственных товаров, так и непродовольственных.

Потребительская кооперация является замкнутой структурой. Закупка продукции осуществляется в основном для обеспечения необходимыми товарами предприятий розничной торговли и общественного питания, для снабжения сырьем своих перерабатывающих предприятий [2]. Произведенная продукция промышленных предприятий в свою очередь становится основным источником товарных ресурсов кооперативной торговли. Приведем объемы производства промышленной продукции (работ, услуг) по системе Центросоюза РФ за 2016 - 2017 г. (таблица 2).

Таблица 2 – Объем промышленной продукции (работ, услуг) по системе Центросоюза РФ за 2015 - 2017 гг., млн. руб.

Регион	2015 г.	2016 г.	2017 г.	Отклонение (+, -)		Темп изменения, %	
				2016г. к 2015г.	2017г. к 2016г.	2016г. к 2015г.	2017г. к 2016г.
Центральный ФО	2295	21699	2300,5	9985,4	-36,8	99,4	98,4
Северо-Западный	3041	3089,1	3326,2	169,0	237,1	105,8	107,8
Южный	1834	1742,4	1344,1	-196,4	-398,3	89,9	77,1
Северо-	205	136,5	220,4	-74,8	83,9	64,6	161,4
Приволжский, в	9656	9850,0	9909,8	21	59,8	100,2	100,6
т.ч.	169	162,7	90,9	-6,7	-71,8	96,0	55,9
Уральский	1195,1	1131,6	1067,7	-63,5	-63,9	94,7	94,3
Сибирский	2531	2314,2	2153,7	223,9	-160,5	110,7	93,0
Дальневосточный	800	748,9	750,7	-41,5	1,8	94,7	100,2
Центросоюз	21838	21699	21252	-55,2	-447	99,7	97,9

По системе Центросоюза РФ объем производства за анализируемый период уменьшился с 2015 г. по 2016 г. на 55,2 млн. руб.; с 2016 г. по 2017 г. ещё на 447 млн руб. Наибольшее снижение мы наблюдаем в 2017 г. по сравнению с 2016 г. : с 21252 млн. руб. до 21699 млн. руб.

Организации потребительской кооперации в условиях экономического кризиса обладают существенным потенциалом для расширения деятельности по закупкам сельскохозяйственной продукции, сырья, ее дальнейшей переработки, улучшения обеспечения сельских жителей промышленными и продовольственными товарами, а также системой производственных связей с малыми формами хозяйствования и способны стать основой кооперативной интеграции.

В области заготовительной деятельности потребительская кооперация должна закупить у населения все, что оно выработало и предлагает к реализации. Для того, чтобы из года в год наращивать объемы деятельности, обеспечить рост объемных показателей, необходимо уделять пристальное внимание развитию заготовительной деятельности, которая в современных условиях служит одним из главных источников пополнения собственного капитала организаций. Сегодня и торговая деятельность, и общественное питание – это зеркало, отражающее состояние заготовительно-производственной деятельности, ибо продукция, выработанная из закупленного сырья, - основа товарного ассортимента кооперативных магазинов и предприятий общественного питания.

Оценивая экономическую и социальную эффективность потенциала потребительской кооперации России, можно предложить следующие мероприятия, направленные на повышение эффективности использования ее кадрового потенциала:

- обеспечить персоналу надлежащий жизненный уровень;
- реализовать и развить индивидуальные способности работников;
- дать определенную степень свободы и самостоятельности;

- обеспечить благоприятный социально – психологический климат.

Следует избегать:

- ущерба, наносимого здоровью персонала неблагоприятными условиями труда (профессиональные заболевания, несчастные случаи на работе);

- ущерба, наносимого личности (стрессовые ситуации, физические перегрузки и недогрузки) [1].

Важнейшим инструментом функционирования потребительской кооперации России в условиях экономического кризиса должна быть гибкая ассортиментная и ценовая политика. Ее формирование – важный элемент работы коммерческого аппарата. Отсутствие товара в кооперативном магазине вынудит покупателя осуществлять покупки у конкурента. Потерять покупателя гораздо легче, чем его приобрести, поэтому каждый магазин обязан располагать ассортиментными перечнями для зимнего и летнего периодов, разработанными на основе анализа сложившегося спроса в данном населенном пункте, жизненного уровня покупателей, их социального статуса, наличия собственного подсобного хозяйства.

Снабжение магазинов должно осуществляться через районные распределительные склады, где товар фиксируется с учетом цен поставщика. Это позволит без особых трудовых затрат проводить гибкую ценовую политику, которая зависит от местонахождения магазинов и наличия торговых объектов конкурентов.

Список использованной литературы:

1. Е.А. Плеханова, Р.Р. Хайров. Реализация кадрового потенциала как основного источника повышения эффективности деятельности Мордовпотребсоюза Экономика и предпринимательство - №10. – 2018. – С. 1159-1162.
2. Е.А. Плеханова, Е.Г. Кузнецова. Потребительская кооперация: современное состояние и перспективы развития: монография Саран. кооп. ин-т (фил.) РУК. – Саранск : Принт-Издат, 2017. – 108 с.