

Б Е Л К О О П С О Ю З

Учреждение
«Научно-исследовательский институт Белкоопсоюза»

**НАУКА
И ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ:
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Материалы международной
научно-практической конференции
(23 ноября 2006 года, г. Минск)**

Минск ♦ 2007

УДК 338.43.01/02.

Лисовский М. И.,
канд. экон. наук

Белорусский торгово-экономический
университет потребительской
кооперации, г. Гомель

Липницкий А. Б.

Учреждение «НИИ Белкоопсоюза»,
г. Минск

**РАЗВИТИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ ФОРМ И МЕР ПОДДЕРЖКИ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ
В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ**

Современное состояние агропромышленного комплекса Беларуси в условиях рынка и формирования многоукладной экономики показывает, что возникла объективная необходимость в качественно новом подходе к развитию организационных форм потребитель-

ской кооперации как в самой системе, так и в составе АПК. В пользу этого положения говорят два факта:

- ◆ во-первых, именно интегральная природа АПК обуславливает свойственный современному сельскому хозяйству агропромышленный тип производства, в котором все основные стадии связаны между собой так, что каждая стадия является продолжением предыдущей и исходной для последующей;
- ◆ во-вторых, социально-экономическое положение потребительской кооперации в значительной мере определяется факторами внешней среды: развитием отраслей специализации АПК, развитием внутреннего рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия, финансово-экономическими возможностями пайщиков и остального населения, предприятий агросферы, совокупным платежеспособным спросом на продукцию и услуги потребительской кооперации в сельской местности, экономическим потенциалом региона.

Так как потребительская кооперация — это открытая система, практическое осуществление этой задачи возможно путем создания разнообразных организационных форм и моделей кооперативных формирований и разработки соответствующих мер поддержки на разных уровнях власти. При этом определяющее значение в этом процессе имеет утверждение статуса первичного звена потребительской кооперации как добровольно созданной гражданами общественно-хозяйственной организации для совместной деятельности. Другими словами, речь идет о возрождении потребительского кооператива как основного элемента системы потребительской кооперации в структуре агропромышленного комплекса.

Суть развития организационных форм и моделей потребительского кооператива состоит в том, что в сельскохозяйственном производстве разные механические, биологические и экономические процессы и операции имеют свои оптимальные режимы и размеры. Например, оптимальный размер потребительского кооператива совсем не должен соответствовать сбытовому или перерабатывающему кооперативу, оптимум которого зависит от разных факторов, в том числе, и от степени транспортабельности разных видов сырья. Оптимум следует искать не в масштабах производства, а там, где имеет место минимальный уровень себестоимости единицы продукции, то есть, где на единицу затрат получают максимум продукции. В этом и заключается социально-экономический смысл развития организационных форм потребительской кооперации. Он находит свое отражение в организационно-правовой форме предприятия, так как организационно-правовая форма выступает своеобразным посредником при передаче санкционированных государством «пра-

вил экономической игры» к его самоуправленческим началам, определенных уровнем развития производства. В то же время организационно-правовая форма — это не только способ организации деятельности предприятия, но и мера ответственности его участников. Поэтому в каждом конкретном случае построения организационных форм нужно найти оптимальный уровень кооперативных взаимоотношений между участниками кооператива и показать, как нарушение или изменение условий сотрудничества в рамках кооперации может сказаться на эффективности хозяйствования любого из участников.

Также успех организационной формы кооператива во многом зависит от того, насколько эффективно взаимодействуют три его управленческих элемента: члены кооператива — *пайщики*; избираемые членами кооператива *демократические органы управления* и их объединения (союзы); *наемные работники* в лице менеджеров и других сотрудников, работающие на постоянной или временной основе. Именно в таких условиях начинают максимально проявляться реальные интересы как каждого члена кооператива, так и кооперативного объединения в целом. По нашему мнению, организационные формы потребительской кооперации выступают своеобразным механизмом согласования социально-экономических интересов пайщиков, менеджмента потребительского кооператива и его союзного формирования и экономических интересов государства. При этом социально-экономические *интересы пайщиков* представлены потребностью в механизмах защиты объектов кооперативной собственности и в справедливых формах распределения результатов экономической деятельности кооператива, *интересы менеджмента* — в возможности и наличии механизмов эффективного управления, а *интересы государства* — правовыми регламентациями включения системы потребительской кооперации в экономическое пространство с его налоговыми, бюджетными и другими финансовыми обязательствами. Поэтому организационная форма конкретного потребительского общества сочетает в себе два бытия — экономическое и правовое, частное и публичное, гражданское и государственное, где первые выражают сущность данного вида собственности, а вторые определяют правовые возможности и ограничения управления организованной собственностью. В этой связи принципиальный вопрос восстановления статуса первичного звена — потребительского кооператива — также важен для совершенствования организационного построения всей системы потребительской кооперации и ее управленческой структуры.

На основе проведенного исследования разработана модельная версия организационных форм потребительской кооперации в со-

временных условиях. Они представляют собой многоуровневую систему потребительской кооперации, в которой, в соответствии со сложившимися природно-экономическими особенностями и специализацией кооперативного производства региона, целесообразно создавать организационные формы кооперативных объединений на хозяйственном, районном, региональном уровнях (рисунок 1).

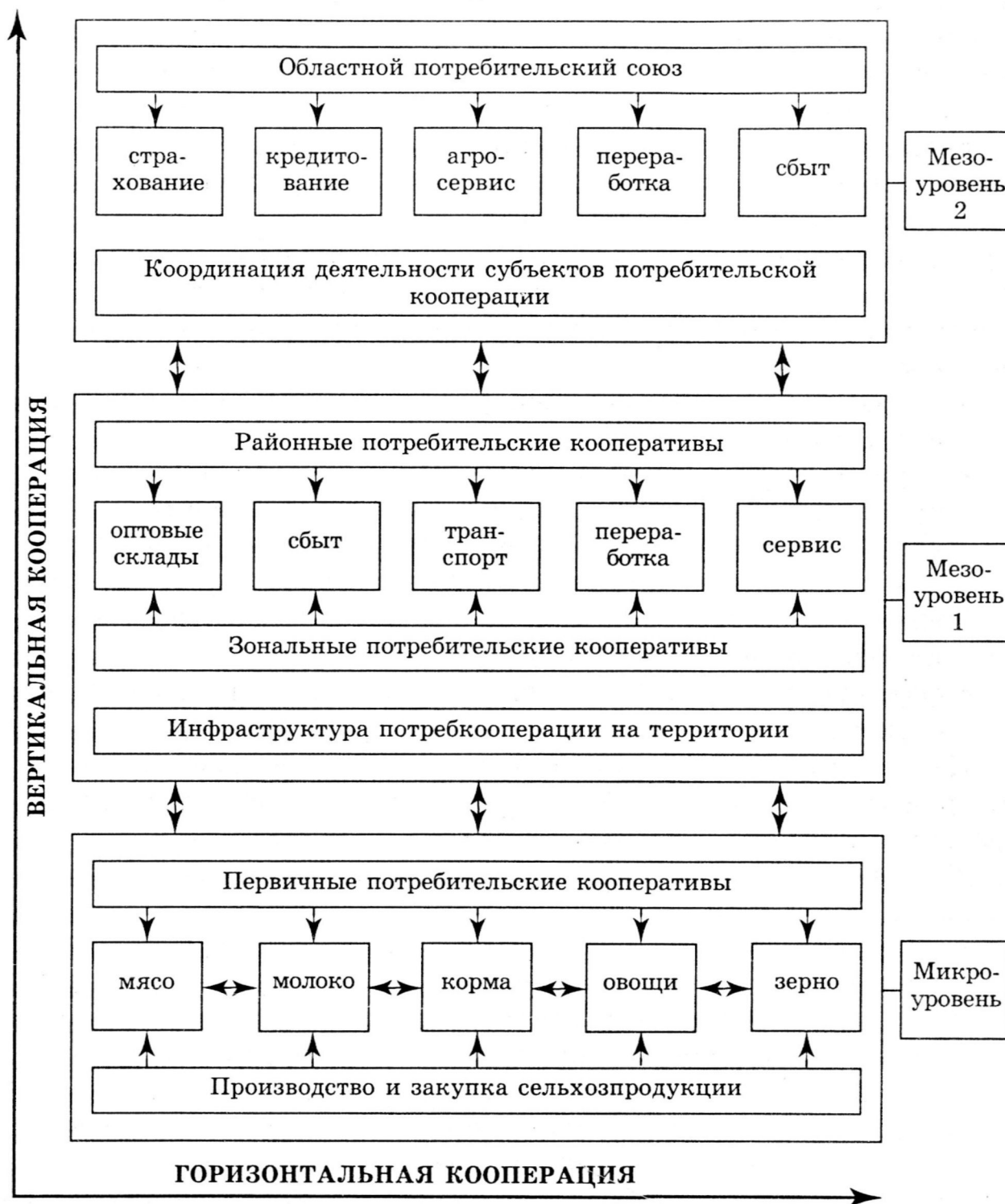


Рис. 1. — Модель развития организационных форм потребительской кооперации в составе агропромышленного комплекса

На *микроуровне* (хозяйственный уровень) — это первичные кооперативы товаропроизводителей и потребителей на территории сельских населенных пунктов, а также района и города. При этом они могут состоять одновременно в нескольких потребительских кооперативах, например, создание потребительских кооперативных объединений по работе с низовым звеном товаропроизводителей (фермерскими и крестьянскими хозяйствами). В силу этого необходимо дальнейшее совершенствование законодательства о потребительской кооперации, в частности, по вопросу расширения прав потребительских кооперативов и их союзов (ассоциаций) для выбора их организационных форм применительно к условиям своей деятельности с учетом организационно-технической интеграции видов деятельности, связанных между собой единством технологической цепочки «заготовки — переработка — сбыт», включение в эти структуры предприятий разных форм собственности. Первенство в этом вопросе видится в агрокооперативной интеграции с сельхозпроизводителями. *Ее можно представить в виде трех вариантов:*

- ◆ преобразование имеющихся агропромышленных, агросервисных предприятий в кооперативные;
- ◆ создание новых агрокооперативных и кооперативных предприятий за счет паевых взносов (в денежной или имущественной форме) добровольных участников потребкооперации — сельскохозяйственных предприятий, крестьянских (фермерских) хозяйств и их союзов (ассоциаций), владельцев индивидуальных подворий;
- ◆ формирование многоцелевых потребительских кооперативов, осуществляющих диверсификационную деятельность.

Наиболее предпочтительной выглядит первая модель, предусматривающая изменение формы собственности и организационно-правового статуса. Для этого есть объективные экономические предпосылки: производственная база и уставной капитал агросервисных предприятий.

К примеру, схема построения потребительского кооператива по сбыту молока может быть представлена так, как на рисунке 2.

Значение сбытовых потребительских кооперативов в агропромышленном производстве состоит в том, что, во-первых, они позволяют оказывать противодействие перерабатывающим предприятиям в монопольном установлении закупочных цен. Во-вторых, дают возможность экономить на транспортных расходах, так как, специализируясь на определенном виде деятельности, они смогут составить рациональные схемы и маршруты сбора продукции и максимально полно использовать транспортные средства.



Рис. 2. Организационная форма построения потребительского кооператива по сбыту молока

В-третьих, они способствуют развитию перерабатывающих предприятий, поскольку позволяют более эффективно контролировать качество сырья, организовывать его поступление на переработку крупными партиями, рационально загружать мощности. Перерабатывающим предприятиям, в свою очередь, выгоднее иметь дело с кооперативами, чем самим заниматься организацией системы сбора и транспортировки сельскохозяйственного сырья и создавать первичные пункты его переработки.

По аналогии с потребительским сбытовым кооперативом могут создаваться и перерабатывающие кооперативы (рисунок 3).

Возможно также формирование и других видов кооперативов, например, зерновых потребительских кооперативов (рисунок 4).

Рассмотренные варианты кооперирования могут быть успешно реализованы на практике, но для этого требуется, прежде всего, распространить на эти виды кооперативов режим налогообложения применительно к сельхозтоваропроизводителям и обеспечить им поддержку (методическую, организационную, финансовую) со стороны органов исполнительной власти и органов местной власти. Также важно подчеркнуть, что развитие потребительской кооперации должно идти параллельно с формированием сельскохозяйственной, производственной, кредитной и других видов кооперации, в особенности в тех сельских территориях, где крупное коллективное производство сельхозпродукции перестало существовать.



Рис. 3. Организационная форма построения потребительского кооператива по переработке молока



Рис. 4. Организационная форма построения потребительского кооператива по производству, переработке и реализации зерна

Однако, основным моментом в процессе организации потребительского или иного кооператива остается инициативная деятельность самих граждан.

Спорным остается вопрос о размере кооперативного объединения. Логика подсказывает: чем больше кооператив, тем разнообразнее выбор предоставляемых услуг (таблица 1).

**Преимущества и недостатки потребительского кооператива
в зависимости от его размера**

	Потребительский кооператив	
	крупный	малый
Предоставление услуг	Более широкий спектр получения от кооператива услуг и на этой основе получение дополнительного чистого дохода от собственной деятельности	Оказание услуг и выполнение определенных видов работ по себестоимости. В этом случае их доход обеспечивается не за счет торговых операций, а за счет снижения затрат на производство продукции благодаря совместным усилиям членов кооператива
Использование техники	Достаточно высокий коэффициент использования техники благодаря различным датам проведения работ у заказчиков	Благодаря применению техники на месте транспортные затраты невысокие
Текущий ремонт	Возможен в мастерской кооператив	Осуществляется средствами членов кооператива
Организация и руководство хозяйством	Осуществление планирования, руководство принадлежит профессиональному управляющему (директору) с использованием жестких методов при организации работ	Гибкая, на основе самоуправления участников кооператива
Качество работы	Контроль затруднен, поскольку производственные операции могут осуществлять незаинтересованные лица, что может повлечь за собой низкое качество выполненных работ	Контролируется непосредственно самими участниками кооператива
Юридический статус	Необходимо придание юридического статуса	Может быть организован на основе договора о совместной деятельности

Мезоуровень 1 (районный уровень) — здесь предоставляется возможным формирование инфраструктуры территориальной потребительской кооперации в виде районных, зональных потребительских кооперативов и районного потребительского союза.

Районные потребительские кооперативы формируются из первичных кооперативов микроуровня или представляют самостоятельное кооперативное образование. Это могут быть кооперативные объединения в сферах закупки, переработки, реализации, агросервисного обслуживания и другие.

Зональные потребительские кооперативы представляют собой кооперативные объединения, созданные в сырьевых зонах, то есть там, где находятся перерабатывающие предприятия сельскохозяйственной продукции, которые и управляются кооперативом. Цель

формирования сырьевой зоны — стабильное и равномерное по времени производство необходимого вида сельскохозяйственного сырья для обеспечения эффективной работы зерно-, мясо-, молоко-, сахаро-, картофеле-, овоще-, льно- и других перерабатывающих предприятий, комплексов по производству крупного рогатого скота, свиней, птицы. При формировании сырьевых зон необходимо учитывать ряд факторов, основными из которых являются: рациональный уровень их использования применительно к данному региону; спрос на продукцию на внутреннем и внешнем рынке; природно-экономические условия производства сельскохозяйственного сырья; сложившаяся специализация близлежащих субъектов хозяйствования и возможности их ускоренной переспециализации; возможность сужения границ сырьевой зоны для снижения транспортных расходов на перевозку сырья; возможные социально-экономические последствия изменения структуры сельскохозяйственного производства, влияющие на занятость и доходы населения, его самообеспечение продовольствием, экологию и другие. В зависимости от складывающейся экономической ситуации и конкретных условий хозяйствования могут учитываться и другие организационные, технические, технологические, социальные, экологические факторы эффективного функционирования разноуровневых кооперативно-интегральных структур. Важным при формировании оптимальных сырьевых зон является соблюдение примерного порядка осуществляемых мероприятий. Он включает: оценку производственных возможностей сельскохозяйственных предприятий; сравнительный анализ производственных мощностей предприятий и результатов производства, а также окупаемости ресурсов; экономический анализ затрат на производство продукции и транспортировку к месту переработки; формирование сырьевой зоны по ряду критериев эффективности производства и сбыта (продуктивность, удельные затраты, доходность и т. д.); определение предприятия-интегратора, способного объединить предприятия сырьевой зоны и переработать поставляемые ими объемы сельскохозяйственной продукции; определение эффективного механизма взаимоотношений между субъектами хозяйствования сырьевой зоны; определение целесообразных методов управления; определение приемлемых научно обоснованных перспектив производственно-экономического развития сырьевой зоны.

Районный потребительский союз можно охарактеризовать как некоммерческую организацию, которая создается на добровольной основе первичными, районными, зональными кооперативами. Он выполняет организующие функции для упорядочения их хозяйственной деятельности между собой и другими предприятиями.

На *мезоуровне 2* (региональный уровень) целесообразно создать областной кооперативный союз. Его цель — координация деятельности всех субъектов потребительской кооперации в регионе. Областной кооперативный союз также представляет интересы региональных кооперативов, осуществляет связь с общественностью, взаимодействует с органами государственной власти и органами местного самоуправления, проводит мониторинг, оказывает кооперативам консалтинговую помощь, разрабатывает и реализует интеграционный механизм взаимодействия сельских товаропроизводителей, кооперативов и предприятий, участвует в создании и организации деятельности многопрофильных территориальных потребительских кооперативов, разрабатывает и реализует региональную программу развития кооперации и интеграции в АПК региона.

Таким образом, возрождение и развитие потребительской кооперации во многом зависит от развития ее организационных форм, а именно, от создания многоуровневого организационного построения, в котором первоочередное значение принадлежит первичным кооперативам, а также от вертикальной кооперации и развития интеграционных связей в составе АПК и установления принципа самоорганизации кооператива. Вместе с тем, возрождение и развитие организационных форм потребительской кооперации невозможно без существенной поддержки со стороны государства и органов местной власти.

Однако, независимо от того, на каком уровне предоставляется помощь, ее суть должна заключаться, прежде всего, в повышении платежеспособности спроса сельского населения, а это, в первую очередь, зависит от увеличения их доходов. При этом очень важно обеспечить сбалансированность спроса и предложения путем направления в сельскую местность возрастающей массы товарных ресурсов, стимулирования и использования такого мощного источника производства товаров, как кооперативные предприятия и объекты социально-культурных услуг. Таким образом, на современном этапе развития потребительской кооперации в агропромышленном комплексе присутствует необходимость совершенствования организационного построения потребительской кооперации, развития организационных форм потребительских кооперативов, а также необходимость разработки разнообразных мер государственной поддержки.



<i>Табанюхов О. М.</i> Приветственное слово участникам конференции	3
<i>Германович Г. В.</i> 35 лет деятельности Научно-исследовательского института Белкоопсоюза	7
<i>Короленок Г. А.</i> Концептуальный подход к развитию торговли Республики Беларусь	12
<i>Петрович М. В.</i> Некоторые концептуальные положения развития потребкооперации Республики Беларусь в XXI веке .	17
<i>Савинский А. И.</i> Основные методологические признаки и критерии оценки научного исследования	23
<i>Шелег Н. С., Силукович Д. О.</i> Региональные экономические объединения — важнейшее условие интернационализации и глобализации мирового хозяйства	31
<i>Германович Г. В., Енин С. В., Сафронов Н. В.</i> Информационно-аналитическая система Белкоопсоюза: методология и принципы построения	44
<i>Якушкин Е. А., Панферова Ю. Л.</i> Перспективы применения геоинформационных систем для повышения аналитической обоснованности управленческих решений в потребительской кооперации	50
<i>Германович Г. В., Якушев И. И.</i> Современные методы оценки эффективности функционирования корпорации	57
<i>Лебедев А. И.</i> Механизм функционирования потребительских обществ: ценообразование и социальная эффективность	71
<i>Мазоль С. И.</i> Зарубежный опыт организации деятельности и управления кооперативов (на примере кооперативов Великобритании)	81
<i>Будкевич А. А., Липницкий А. Б.</i> Проблемы заготовок дикорастущих ягод и грибов и пути их разрешения	88
<i>Пушкина С. Е., Янковская Е. А., Ермалович Б. М.</i> Перспективные направления развития и использования холодильных технологий в потребительской кооперации Республики Беларусь .	91
<i>Мадаев З. М., Милованова И. А., Баглова О. В.</i> Особенности использования методов краткосрочного прогнозирования реализации товаров в кооперативной торговле	102
<i>Прищепа А. И.</i> О перспективных направлениях развития малых и средних городов Республики Беларусь (на примере потребительской кооперации республики)	105
<i>Мисникова Л. В., Сныткова Н. А.</i> Повышение эффективности материального стимулирования руководителей и специалистов в потребительской кооперации в условиях государственного регулирования оплаты труда	108
<i>Гурская С. П.</i> Совершенствование организации торгового обслуживания сельского населения	113

<i>Пигунова О. В.</i> От самообслуживания к стратегическому прорыву в развитии розничной торговли потребительской кооперации: актуальные проблемы	118
<i>Ксензов С. В.</i> Роль кооперативов в решении социально-экономических проблем общества: исторический аспект	122
<i>Козырева Н. Н., Жукова Т. В.</i> Совершенствование экономического механизма взаимодействия потребительской кооперации с обслуживаемым населением	129
<i>Лисовский М. И., Липницкий А. Б.</i> Диверсификация направлений деятельности и форм кооперативной организации в агропромышленном комплексе	138
<i>Наливайко Г. М.</i> Вопросы достижения устойчивости и конкурентоспособности предприятий на основе реинжиниринга . . .	145
<i>Якушкин Е. А.</i> Тенденции развития розничного рынка Республики Беларусь	150
<i>Пушкина С. Е., Янковская Е. А., Ермалович Б. М.</i> Развитие инфраструктуры потребительской кооперации в агрогородках .	161
<i>Мизгер Т. В., Матылицкий И. М.</i> Актуальные проблемы кооперативного хлебопечения на современном этапе	168
<i>Мацулевич А. В., Томкович М. П.</i> Развитие личных подсобных хозяйств населения — насущная задача потребительской кооперации республики	173
<i>Соловьев Ю. Е.</i> Особенности организации объектов придорожного сервиса в потребительской кооперации Республики Беларусь	182
<i>Савицкий Р. Н.</i> Мерчандайзинг в розничной торговле . . .	184
<i>Минковская Ю. В.</i> Классификация материальных затрат в организациях плодоовощной консервной промышленности для целей оперативного управления	186
<i>Клишевич Н. И.</i> К вопросу об оценке резервов развития розничного товарооборота (на примере Белкоопсоюза)	190
<i>Киршанков Н. Л.</i> Некоторые аспекты исследования проведения рекламных мероприятий в потребительской кооперации .	193
<i>Шашура Н. В.</i> К вопросу о направлениях реорганизации системы торговли непродовольственными товарами в потребительской кооперации Республики Беларусь	200
<i>Лисовский М. И., Липницкий А. Б.</i> Развитие организационных форм и мер поддержки потребительской кооперации в агропромышленном комплексе	204
<i>Боломчук Б. В.</i> Исследование сущности и мотивов диверсификации	214
<i>Голубко Н. И.</i> Формирование ассортимента товаров в розничной торговле	218
<i>Ежель О. В.</i> Методические подходы к оптимизации структуры расходов торговых организаций	221
<i>Герцева Т. Ф.</i> Универсальная модель учета денежных потоков производственного предприятия	225
<i>Тюрин И. И.</i> К вопросу о межрегиональном анализе расходов на доставку товаров в предприятия розничной торговли потребительской кооперации	234
<i>Воробьев Л., Мицкевич Б.</i> Группы производителей как новая форма объединения сельскохозяйственных работников в сравнении с традиционным сельским кооперативом	237

<i>Баглова О. В.</i> Оценка основных тенденций развития автотранспортной отрасли потребительской кооперации Республики Беларусь	244
<i>Вашкевич А. А.</i> Сельский туризм как одно из перспективных направлений в деятельности потребительской кооперации . . .	249
<i>Кисель Л. П.</i> По пути либерализации банковского кредитования в Республике Беларусь	253
<i>Белян Н. П.</i> Совершенствование финансового механизма функционирования гарантийных фондов в условиях трансформации экономики Республики Беларусь	262
<i>Юрис С. А.</i> Организационное укрепление потребительской кооперации БССР (1945—1961 гг.)	265



Научное издание

**НАУКА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ:
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

**Материалы международной
научно-практической конференции
(23 ноября 2006 года, г. Минск)**

Ответственный за выпуск *Г. В. Германович*

Подписано в печать 20.04.2007. Формат 60×90/16.
Бумага офсетная. Гарнитура Школьная. Печать офсетная.
Усл.печ.л. 17,25. Уч.-изд. л. 16,15. Тираж 299 экз. Зак. № 19.

Отпечатано в типографии ООО «ЮНИПОЛ»
ЛП № 02330/0056884 от 30.04.2004 г.,
220039, г. Минск, ул. Чкалова, 38/2.