

Современное состояние и перспективы развития промышленности потребительской кооперации Центросоюза

Валентина М. Кручинина¹ valya0267@yandex.ru

¹ Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства, Хорошевское шоссе, 35, корп. 2, г. Москва, 123007 Россия

Реферат. Потребительская кооперация является партнером государства в решении социальных проблем, производит разнообразные потребительские товары и оказывает услуги населению. Конкурентоспособность различных отраслей промышленности оценивается по степени востребованности потребителями выпускаемой продукции. Цель исследования – изучение промышленности потребительской кооперации Центросоюза, показателей, характеризующих ее современное состояние, и через сравнение динамики, структуры производства – определение пути дальнейшего эффективного и конкурентоспособного развития на долгосрочную перспективу. В процессе исследования использовались методы: сравнения, абстрактно-логический, монографический, экономико-статистические. Кооперативная промышленность не только осуществляет переработку сельскохозяйственного сырья, закупленного у населения и с/х организаций разных форм собственности, но и является источником товарных ресурсов для предприятий общепита и розничной торговли. В промышленности потребительской кооперации сохраняется структура производства, характерная еще для советского периода и практически не учитывающая современные тенденции на рынке: мало выпускается новых видов продуктов, замедлено обновление производственных фондов. Проведенные исследования показали, что повышение эффективности отрасли возможно при более полном использовании производственных мощностей с внедрением передовых технологий. При таких условиях промышленность потребительской кооперации в полной мере выполнит задачу по обеспечению населения качественными полуфабрикатами и переработанной сельскохозяйственной продукцией. Полученные результаты могут в дальнейшем использоваться при разработке долгосрочных программ развития потребительской кооперации. Выводы и предложения будут способствовать дальнейшему развитию и совершенствованию конкурентоспособности промышленности потребительской кооперации.

Ключевые слова: организации потребительской кооперации, промышленность, объем производства, виды продукции, конкурентоспособность, перспективы развития кооперации

Current state and prospects of development of the industry of consumer cooperatives Centrosoyuz

Valentina M. Kruchinina¹ valya0267@yandex.ru

¹ All-Russian Research Institute of Agricultural Economics, Khoroshevskoe highway, 35, Bldg. 2, Moscow, 123007 Russia

Summary. Consumer cooperatives is a partner of the state in solving social problems, it produces a variety of consumer products and services to the population. The competitiveness of various industries is estimated by the degree of demand for consumer products. Purpose of the study was to examine the industry – one of the main sectors of activity of consumer cooperatives Centrosoyuz, indicators that characterize its current state, and through the comparison of the dynamics, structure of production – to identify ways of further development of an efficient and competitive in the long term. The study methods were used: a comparison, in the abstract, logical, monographic, Economics and Statistics. Cooperative industry not only carries out the processing of agricultural raw materials purchased from the population and agricultural enterprises of different ownership forms, but also a source of commodity resources for caterers and retailers. In the industry of consumer cooperatives retained the structure of production, characteristic of the Soviet period still and hardly takes into account the current trends in the market: not only produced new products, slowing the renewal of production assets. Studies have shown that improving the efficiency of the industry is possible with a full utilization of production capacity with the introduction of advanced technologies. Under such conditions, industry consumer cooperatives to fully perform the task of providing the population with high-quality semi-finished products and processed agricultural products. Results can then be used to develop long-term programs of development of consumer cooperation. Conclusions and recommendations will contribute to the further development and improvement of competitiveness of the industry of consumer cooperatives.

Keywords: organization of consumer cooperatives, production, production capacity, types of products, competitiveness and prospects of development of cooperation

Введение

Кооперативный сектор в различных странах вносит существенный вклад в решение многочисленных проблем и задач, с которыми сталкивается мировая экономика: последствия финансовых и экономических кризисов, безработица, неравенство доходов, доступность образования и развитие инноваций. Отечественная потребительская кооперация, являясь субъектом макро-, микроэкономики, содействует созданию новых рабочих мест, развитию сельских территорий.

Для цитирования

Кручинина В. М. Современное состояние и перспективы развития промышленности потребительской кооперации Центросоюза // Вестник ВГУИТ. 2017. Т. 79. № 1. С. 401–409. doi:10.20914/2310-1202-2017-1-401-409

Конкурентоспособность различных отраслей промышленности оценивается по степени востребованности потребителями выпускаемой продукции. Эта задача достигается с развитием экономической инициативы и применением различных форм товарного обращения. Социальная цель деятельности потребительской кооперации, – удовлетворение потребностей пайщиков и различных слоев населения – вступает в противоречие с действительностью: большинство рыночных структур коммерциализируется.

For citation

Kruchinina V. M. Current state and prospects of development of the industry of consumer cooperatives Centrosoyuz. *Vestnik VGUIT* [Proceedings of VSUET]. 2017. Vol. 79. no. 1. pp. 401–409. (in Russian). doi:10.20914/2310-1202-2017-1-401-409

Поэтому рыночные условия заставляют организации потребительской кооперации не только выполнять социальные задачи потребителя, но и заниматься предпринимательской деятельностью, стремиться к получению прибыли для достижения цели потребительских обществ – улучшения обслуживания своих членов.

В сентябре 2016 г. была принята Комплексная программа развития потребительской кооперации до 2020 г. Потребительская кооперация является важной частью инфраструктуры товародвижения и важнейшим каналом реализации для малых форм хозяйствования: личных подсобных хозяйств, крестьянских фермерских хозяйств и сельскохозяйственных кооперативов.

Цель исследования заключается в изучении промышленности – одной из основных отраслей деятельности потребительской кооперации Центросоюза, показателей, характеризующих ее современное состояние, и через сравнение динамики, структуры производства – определение пути дальнейшего эффективного и конкурентоспособного развития на долгосрочную перспективу.

В процессе исследования использовались методы: сравнения, абстрактно-логический, монографический, экономико-статистические.

Результаты исследования

Потребительская кооперация является партнером государства в решении социальных проблем. Ее организации способствуют сохранению социальной инфраструктуры в сельской местности. Организация обслуживания сельского населения, увеличение покупательной способности населения, создание новых рабочих мест играют важную социальную роль.

Потребительская кооперация, с одной стороны, общественно-массовая организация, а с другой, многоотраслевая хозяйственная система универсального типа, которая обеспечивает удовлетворение разнообразных потребностей населения. Она располагает разветвленной сетью организаций торговли, общественного питания, заготовок сельскохозяйственной продукции и сырья, выпускает разнообразные потребительские товары и оказывает услуги населению.

Потребительская кооперация обеспечивает удовлетворение разнообразных потребностей населения в товарах и услугах, преимущественно сельского. Основу ее деятельности составляет торговля, на долю которой в 2014 г. приходилось 71,9% в совокупном объеме деятельности и где занято 47,1% всех работников.

Совершенствование заготовительной отрасли необходимо не только для торговой деятельности, но и для промышленности. Сфера производства кооперации характеризуется технической и технологической отсталостью и неконкурентоспособностью производимой продукции. В промышленности потребительской кооперации сохраняется структура производства, характерная еще для советского периода и практически не учитывающая современные тенденции на рынке: мало выпускается новых видов продуктов, замедлено обновление производственных фондов, недостаточно ведется работа по внедрению прогрессивных технологий. Средства, направляемые кооперативными организациями на техническое перевооружение промышленных предприятий и цехов, носят, как правило, локальный характер, поддерживая материально-техническую базу в рабочем состоянии, но не решают вопросов коренной модернизации производства.

Производство основных видов промышленной продукции снижается. Объем промышленной продукции в сопоставимых ценах в 2014 г. составлял 96,0% от объема 2013 г. Наблюдается падение производства по сравнению с предыдущим годом от 7,8% по производству безалкогольных напитков до 20,5% по изготовлению колбасных изделий.

Промышленность – одна из основных отраслей деятельности потребительской кооперации Центросоюза (ЦС) – в 2015 г. занимала 3-е место в совокупном объеме деятельности (9,4%) после розничной торговли (63,9%) и закупок сельхозпродукции и сырья (10,1%). Доля промышленного производства товаров в совокупном объеме деятельности непостоянна, так в 2005 г. она составляла 11,4%, в 2010 – 8,7%, а в 2015 – 9,4%.

Кооперативная промышленность – система, которая не только осуществляет переработку сельскохозяйственного сырья, закупленного у населения и с/х организаций разных форм собственности, но и является источником товарных ресурсов для предприятий общепита и розничной торговли. Поэтому она выступает системообразующим элементом потребительской кооперации. Однако ей сложно развиваться в жестких условиях рыночной экономики, выдерживать растущую конкуренцию. Чтобы успешно функционировать на современном рынке промышленные предприятия и цехи потребительской кооперации должны быть готовы к конкурентной борьбе за потребителя.

В последние годы объем промышленного производства в денежном выражении имеет тенденцию к росту: он вырос в 2015 г. по сравнению с 2005 г. на 38,0% (рисунок 1). При этом увеличение объемов промышленной продукции в значительной степени обусловлено ростом цен на продукцию, выпускаемую организациями потребительской кооперации. Так, при анализе этого показателя в сопоставимых ценах к предыдущим годам, видно, что происходит снижение выработки собственной продукции в потребительских обществах. Например, объем промышленной продукции в 2005 г. в сопоставимых ценах к 2000 г. снизился на 22,6%, в 2012 г. в сопоставимых ценах к 2007 г. уменьшился на 19,3%, а в 2015 г. к 2014 г. в сопоставимых ценах составил 97,6%. И такая тенденция сохранялась весь период с 2005 г. по 2015 г.

Ассортимент продукции, производимой предприятиями потребительской кооперации, широк, но доля ее производства в стране невелика. Предприятия потребительской кооперации выпускают хлеб и хлебобулочные изделия, колбасные и кондитерские изделия, консервы мясные, плодово-ягодные и овощные, безалкогольные напитки, сыры, молочные продукты и различные полуфабрикаты.

Данные таблицы 1 показывают значительное снижение выпуска всех основных групп товаров предприятиями потребительской кооперации в период 2005–2015 гг. К примеру, за это время производство хлеба и хлебобулочных изделий уменьшилось на 57,7%, колбасных изделий – в 5 раз, кондитерских изделий – на 36,0%, консервов – на 50,0%, безалкогольных напитков – почти на 29,0%.

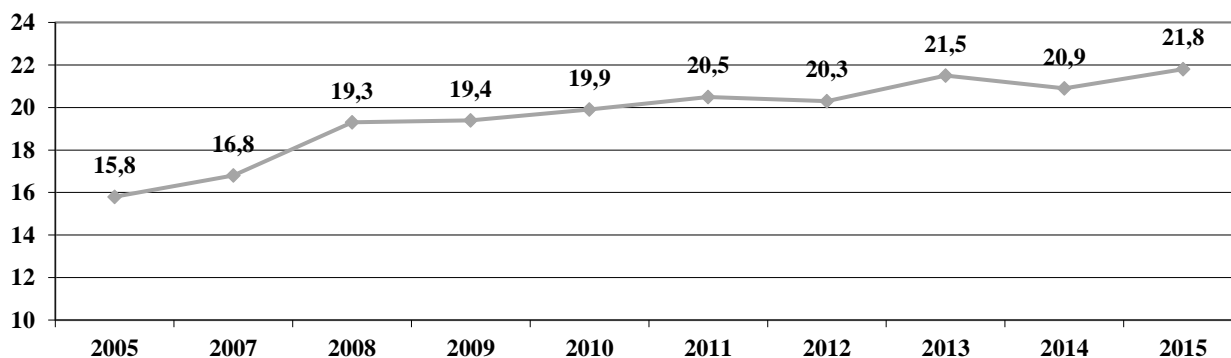


Рисунок 1. Объем промышленной продукции потребительской кооперации ЦС, млрд р.

Figure 1. The volume of industrial production CA Consumer Cooperatives, bln.

Источник: составлен автором на основе годовых отчетов ЦС (Source: Compiled by the author on the basis of annual reports CA.)

Таблица 1.

Динамика ассортимента выпускаемой продукции предприятиями Центросоюза

Table 1.

Dynamics product range enterprise of Centrosoyuz

Наименование продукции Name of product	Годы Years					2015.к 2014,%, 2015 to 2014, %
	2005	2010	2013	2014	2015	
Хлеб и хлебобулочные изделия, тыс. т Bread and bakery products, thousand tons	824,5	536,9	433,5	384,0	349,1	90,9
Колбасные изделия, т Sausages, t	26422,0	14123,0	9412,0	8484,0	5235,0	61,7
Кондитерские изделия, т Confectionery, t	46738,0	39608,0	36222,0	32791,0	29903,0	91,2
Консервы, туб Canned, tubes	49175,0	29231,0	28119,0	22423,0	24598,0	109,7
Безалкогольные напитки, тыс. дкл Non-alcoholic beverages, thousand Decalitres	7106,0	7856,4	5908,0	5452,2	5066,3	92,9
Полуфабрикаты, млн р. Semi-finished products, million rubles	889,4	2158,9	2810,7	2744,1	2646,9	96,5

Источник: составлена автором на основе годовых отчетов ЦС (Source: compiled by the author on the basis of annual reports CA.)

Направление на снижение выпуска промышленной продукции прослеживается и в работе региональных потребсоюзов. Например, в Томском облпотребсоюзе хотя и удалось сохранить ассортимент вырабатываемых продуктов, но за период 2010–2014 гг. снизились объемы выпуска всех основных групп товаров (таблица 2). За это время производство хлеба упало на 17,7%, булочных – на 16,0%, бараночных – на 48,2%, колбасных и кондитерских изделий – на 24,3% и 30,1%. Выпуск полуфабрикатов остался без изменения, при этом их объем в денежном выражении увеличился, что свидетельствует о возросших ценах на эти продукты.

Значительное падение производства коснулось и выпуска консервов как в Томском облпотребсоюзе (почти в 5 раз), так и в целом

по Центросоюзу. Такая продукция в настоящее время пользуется повышенным спросом. Это связано с несколькими факторами. Во-первых, из-за падения доходов россиян меняется рацион: в связи с дороговизной свежих мяса, рыбы, овощей и плодов население вынуждено заменять их консервами. Во-вторых, увеличение роли городов и ускорение темпа жизни оставляет все меньше времени для приготовления полноценных блюд, к тому же городские жители сокращают потребление домашних заготовок и увеличивают потребление консервов, произведенных промышленным способом. Также изменения, происходящие в структуре потребления среднего класса, на фоне роста доходов увеличивают спрос на консервы.

Таблица 2.

Название таблицы на русском языке Произведено на производственных предприятиях и предприятиях общественного питания Томского облпотребсоюза, т

Table 2.

Manufactured at the industrial enterprises and public catering enterprises of Tomsk oblptobsoyuza, t

Наименование продукции Name of product	Годы Years					2014 к 2013,% 2014 to 2013,%
	2010	2011	2012	2013	2014	
Хлеб и хлебобулочные изделия, в т. ч. Bread and bakery products, including	5617,4	5645,3	5463,4	5242,1	4607,3	87,9
хлеб bread	4940,0	4980,7	4821,9	4626,8	4067,9	87,9
булочные bakery (buns)	585,9	578,1	578,6	553,4	492,3	89,0
бараночные donut	91,5	86,5	62,9	61,9	47,1	76,1
Колбасные изделия Snag (Sausages)	76,8	67,9	58,5	52,3	58,1	111,1
Кондитерские изделия Confectionery	612,3	580,5	540,0	496,6	427,9	86,2
Консервы, туб Canned, tubes	55,9	19,4	33,5	19,8	11,7	59,1
Безалкогольные напитки, тыс. дал Soft drinks, thousand dal.	28,1	27,1	29,8	28,3	28,3	100,0
Полуфабрикаты, тыс. р.	22588	24551,0	25265,0	23969,0	23978,0	100,0
Полуфабрикаты Semi-finished products, thou. Rubles	135,8	142,2	147,8	131,7	134,0	101,7
Тесто Dough	150,3	139,8	130,5	119,6	93,8	78,4
Соление, копчение рыбы Salted, smoked fish	70,7	93,2	98,1	84,8	63,4	74,8

Источник: составлена автором по данным официального сайта Томского облпотребсоюза (Source: compiled by the author on the official website of Tomsk oblptobsoyuza)

Консервным предприятиям потребительской кооперации трудно выдерживать конкуренцию с крупными производителями. Но изменения на российском рынке консервированной продукции могут дать шанс предприятиям потребительской кооперации, производящим консервы, занять свою нишу. Аналитики видят в мегаполисах насыщение спроса на консервированную продукцию, а дистрибьюторы все больший интерес проявляют к средним и мелким городам и населенным пунктам. В связи с этим можно предположить, что в регионах произойдет постепенное замещение домашних заготовок консервами фабричного производства. И если

крупным производителям консервов надо искать ниши сбыта на региональном рынке, то организации потребительской кооперации уже имеют свою торговую сеть и предприятия общественного питания.

В последние годы спросом пользуются замороженные плоды и овощи, а рынок консервированной плодоовощной продукции имеет большие возможности, так как спрос на эту продукцию постоянно растет из-за ускорения ритма жизни, урбанизации, увеличения занятости женщин, роста благосостояния населения, широкого ассортимента консервов [4].

Производство кооперативной промышленной продукции по федеральным округам распределяется неравномерно. Лидером по производству основных групп продуктов является Приволжский ФО (таблица 3). Здесь выпускается около 50% полуфабрикатов, хлеба и хлебобулочных изделий, колбасных и кондитерских изделий, а также безалкогольных напитков. По выработке консервов он находится на 2-м месте после Северо-Западного ФО.

Среди региональных потребительских союзов в ТОП-лидеры по производству консервов входят Ивановский (18,9%) и Ленинградский (47,7) потребсоюзы, безалкогольных напитков – Калининградский (21,9%) и Чувашский (16,0%), кондитерских изделий – Татарский (9,8%), Удмуртский (6,8%) и Чувашский (9,1%), колбасных изделий – Волгоградский (26,4%) и Чувашский (15,5%), хлеба и хлебобулочных изделий – Краснодарский (7,5%) и Татарский (9,4%).

Таблица 3.
Удельный вес федеральных округов в производстве пищевой продукции, %

Table 3.

The share of federal districts in manufacture of food products, %

Производство: Production:	ЦФО CFD	СЗФО NWFD	ЮФО SFD	СКФО NCFD	ПФО VFD	УФО UFD	СФО SFD	ДФО FEFD
полуфабрикатов semi-finished products	17,5	10,8	3,7	0,3	49,5	6,5	9,8	1,4
хлеба и хлебобулочных изделий bread and bakery products	13,9	10,7	10,4	1,4	44,6	5,5	9,9	3,3
колбасных изделий snag	7,5	7,8	26,6	0,02	48,4	0,5	6,4	-
кондитерских изделий confectionery	10,9	9,5	8,5	0,7	47,8	6,1	12,6	2,9
консервов canned	18,9	48,4	0,06	1,8	21,5	5,4	1,0	3,1
безалкогольных напитков soft drinks	10,2	31,5	0,3	0,07	49,7	0,5	4,5	0,8

Источник: составлена автором на основе годовых отчетов ЦС (Source: compiled by the author on the basis of annual reports CA)

Промышленность потребительской кооперации занимается производством непродовольственных и продовольственных товаров. На 01.01.2016 она насчитывала 4439 цехов по выработке продовольственных товаров. Основным видом цехов являются хлебозаводы и пекарни (1579 ед. или 35,6%), которые в 2015 г. произвели около 350 тыс. т хлеба и хлебобулочных изделий. Потребительская кооперация имеет большие мощности по производству кондитерских товаров (973 ед. или 21,9%) и полуфабрикатов (908 ед. или 20,5%), в т. ч.пельменей (382 ед. или 8,6%). Количество цехов по переработке молока, овощей и фруктов, производству макарон, сыра, масел растительного и животного (25,47 ед., 77 ед., 1 ед., 3 ед., 3 ед. соответственно), по улову и переработки рыбы (23 ед.), а также солению и копчению рыбы (169 ед.) не столь значительно.

Кооперативная промышленность выпускает такие виды непродовольственных товаров, как швейные и меховые изделия, обувь, валенки, строительные материалы и т. д. Важную роль могли бы играть потребительские общества в развитии народных промыслов, которые в сельской местности обеспечивают занятость

населения, особенно в зимний период. Для многих промыслов не нужны помещения, т. к. работы могут проводиться по месту жительства. Потребительская кооперация, с одной стороны, может обеспечить завоз сырья и материалов, а с другой – сбыт товара.

Как правило, цехи перерабатывают местное сырье, а их продукция реализуется в основном через магазины потребительских обществ. Промышленность тесно связана с заготовками сельхозпродукции и сырья. Заготовительная отрасль поставляет кооперативным промпредприятиям сырье для выработки колбасных изделий, мясных, овощных и плодово-ягодных консервов, сыра, полуфабрикатов и т. д.

Хотя за последние 6 лет объем закупок сельскохозяйственной продукции и сырья в денежном выражении вырос на 15,2%, в действительности же заготовки важнейших продуктов сократились (таблица 4). Мяса в 2015 г. заготовлено на 19,3% меньше чем в 2010 г., картофеля – на 54,3%, овощей – на 31,7%, плодов – на 19,7%. Уменьшились и закупки животноводческого и вторичного сырья: шерсти, кожсырья и макулатуры.

Динамика закупок организациями потребительской кооперации, т

Table 4.

Dynamics of procurement organizations, consumer cooperatives, t

Наименование продукции Name of product	Годы Years				2015 к 2014,% 2015 to 2014,%
	2010	2013	2014	2015	
Объем закупок сельхозпродукции и сырья, млрд р. The volume of agricultural products and raw materials procurement, bln.	20,4	24,4	24,0	23,5	97,9
мясо meat	80236	77773	69501	64717	93,1
молоко milk	210333	251836	251173	221898	88,3
картофель potatoes	114982	73263	64076	52604	82,1
овощи vegetables	84672	81021	70239	57828	82,3
плоды fruit	48679	48179	44508	39080	87,8
плоды и ягоды дикорастущие сухие и свежие (в переводе на свежие) wild fruits and berries, dry and fresh (in terms of fresh)	212,9	409,2	303,3	490,8	1,6 р.
грибы сухие dried mushrooms	8,2	5,0	7,6	8,0	105,3
грибы, свежие, соленые и маринованные (в переводе на свежие) mushrooms, fresh, salted and pickled (in terms of fresh)	217,8	189,5	176,6	136,2	77,1
орехи дикорастущие nuts	104,0	64,1	63,8	63,9	100,2
лекарственное сырье medicinal raw materials	1618,2	1481,8	1272,8	1123,0	88,2
шерсть (в переводе на чистое волокно) Wool (in terms of pure fiber)	1395,9	1202,0	1113,4	1008,9	90,6
кожсырье крупное, тыс. шт. raw hides large, thousand. pcs.	279,3	223,3	214,0	175,1	81,8
кожсырье мелкое, тыс. шт. rawhide small, thousand. pcs.	268,7	172,8	166,4	99,5	59,8
кожсырье свиное, тыс. шт. raw hides pork, thous. pcs.	9,0	10,0	9,7	8,3	85,6
макулатура wastepaper	16587,6	15869,1	15049,5	12251,4	81,4

Источник: составлена автором по данным отчетов ЦС (Source: compiled by the author on the basis of annual reports CA)

В промышленной отрасли потребительской кооперации на 01.12.2016 работало 33706 человек, а удельный вес работников составлял 13,8% от всех работающих в системе потребительских обществ ЦС. За последние годы среднемесячная заработная плата 1 работника в промышленности увеличилась по сравнению с 2010 г. почти в 1,6 раза и составила в 2015 г. 14195 р., в т. ч. в хлебопечении – 14598 р., что выше чем в других отраслях.

В условиях рыночной экономики промышленность потребительской кооперации зарекомендовала себя как более доходная отрасль. Если в 2015 г. уровень рентабельности в торговле составлял 0,16%, в общественном питании – 1,51%, то в промышленности – 3,06% (рисунок 2). Это притом, что зачастую загруженность мощностей достигает лишь 20–40%.

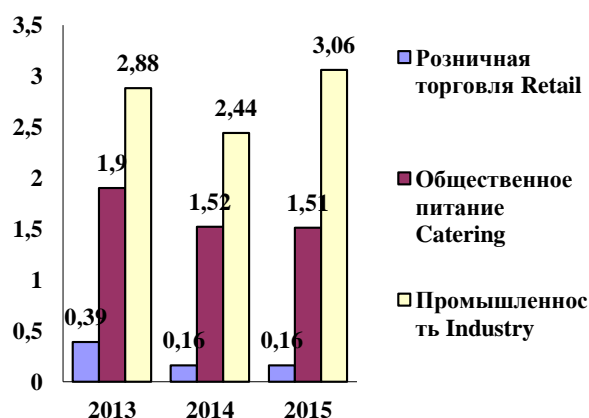


Рисунок 2. Уровень рентабельности по отраслям деятельности потребительской кооперации, %

Figure 2. The level of profitability for the industry of consumer activity cooperation, %

Источник: составлен автором по данным отчетов ЦС (Source: compiled by the author on the basis of annual reports CA)

Однако такой низкий уровень рентабельности не позволяет обеспечивать перспективное и динамичное развитие промышленности потребительской кооперации. Из-за нехватки собственных оборотных средств в потребительских обществах невозможно сформировать источники средств для развития материально-технической базы промышленности потребкооперации. В настоящее время промышленные предприятия потребительской кооперации физически и морально изношены, а выпускаемая ими продукция неконкурентоспособна на современном рынке. К тому же современные производства других форм собственности, а также экспорт позволяют удовлетворить потребности внутреннего рынка.

Повышение эффективности отрасли возможно при более полном использовании производственных мощностей с внедрением передовых технологий. Хотя, как отмечено выше, на переоснащение своих промышленных предприятий и цехов у организаций потребительской кооперации собственных средств недостаточно. На помощь государства в реконструкции и модернизации кооперативной промышленности рассчитывать не приходится.

В настоящее время государство на федеральном уровне не оказывает поддержку организациям потребительской кооперации ЦС. Государством взят курс на создание сельскохозяйственных потребительских кооперативов. На их развитие направлена подпрограмма «Поддержка малых форм хозяйствования» в Государственной программе развития сельского хозяйства и регулирования рынка сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия на 2013–2020 годы. С помощью государственной поддержки к 2020 г. ожидается развитие материально-технической базы 260 сельскохозяйственных потребительских кооперативов как средства обеспечения качества и конкурентоспособности российской сельхозпродукции.

Вместе с принятием данной программы, отменены действовавшие в регионах программы поддержки потребительской кооперации. Например, в Калужской области прекращено действие долгосрочной целевой программы «Развитие потребительской кооперации в Калужской области на 2013–2020 гг.». При том что опыт реализации предыдущей областной программы «Развитие потребительской кооперации в Калужской области на 2008–2012 годы», действие которой основывалось на принципе государственно-частного партнерства, принес определенные результаты.

В течение 2008–2012 гг. объем финансирования мероприятий программы из областного бюджета составил 53,4 млн р., а собственных средств на развитие материально-технической базы потребительских обществ инвестировано 360 млн р. (на каждый бюджетный рубль потребительскими организациями вложено 6,5 р. собственных средств при плане 4,6 р.). В безвозмездное пользование в соответствии с программой потребсоюзы получили 9 комплектов оборудования по переработке мяса и выпуску полуфабрикатов, 3 комплекта по закупке и первичной переработки молока, комплект оборудования для скотобойного цеха, 45 автомагазинов (6 из них с холодильным оборудованием), а 2 комплекта специального оборудования для организации выездного обслуживания массовых мероприятий (кейтеринг).

Кроме того, в рамках программы выделялись целевые субсидии потребительским обществам:

— Мосальскому поселковому потребительскому обществу в сумме 1,3 млн р. на развитие материально-технической базы;

— Пригородному потребительскому обществу в сумме 16,3 млн р. на завершение строительства современного сельскохозяйственного рынка в г. Козельске [1].

Калужским облпотребсоюзом в 2013 г. реализованы 2 инвестиционных проекта: «Технологическая модернизация и развитие инфраструктуры переработки сельскохозяйственной продукции и сырья, развитие торговой закупочной деятельности» и «Создание торговой сети под региональным брендом “Пайщик”» (автоматизировано на единой IT-платформе с применением программного продукта компании 1С-Рарус), включающей 11 магазинов, 6 распределительных складов, 5 офисов, учебный класс в Калужском кооперативном техникуме. Организациям потребительской кооперации в этом же году на возмещение части затрат на приобретение современного оборудования для хлебопечения и торговой деятельности выделены субсидии в сумме 1,7 млн р.

За период действия программы производство мясных полуфабрикатов в организациях потребительской кооперации Калужской области возросло в 2,7 раза, а реализовано полуфабрикатов на 108 млн р. С помощью переданных министерством сельского хозяйства области автомагазинов можно дополнительно обслуживать 960 малочисленных и наиболее отдаленных населенных пунктов общей численностью 33 тыс. человек.

По мнению А.В. Шарковой наибольшим потенциалом инновационного развития обладают малые и средние предприятия. Это определяется тем, что малые, средние предприятия, наиболее подверженные влиянию конкуренции и наиболее гибкие к колебаниям спроса на производимую продукцию и оказываемые услуги, являются наиболее вероятными генераторами инноваций, востребованных обществом [8].

Для эффективной работы промышленных предприятий и цехов потребительской кооперации необходимы системные инвестиции в обновление материально-технической базы. Перспективное развитие производства возможно с внедрением современных технологий с учетом совершенствования мероприятий по контролю за качеством выпускаемой продукции. Использование на эти цели кредитных ресурсов из-за высоких процентных ставок ложится бременем на потребительские общества.

Выходом может служить консолидация интересов, возможностей и средств потребительских обществ, К(Ф)Х и индивидуальных предпринимателей, а также хозяйств населения. Потребительские общества располагают цехами и предприятиями по переработке сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия, складскими помещениями, холодильниками, торговой сетью, транспортом и другими элементами рыночной инфраструктуры. Они закупают сельхозпродукцию, перерабатывают и реализуют ее. Таким образом, торговля, заготовки, производство и общепит составляют замкнутый цикл в деятельности потребительской кооперации.

В свою очередь, мелкие сельскохозяйственные товаропроизводители нуждаются в рынках сбыта. Как правило, их доступ на городской рынок контролируется ритейлерами, которые ориентируются на импорт. Эта ситуация негативно сказывается на российском производителе. Производство отдельных сельскохозяйственных продуктов в последние годы перемещается в малые хозяйственные формы на селе. Так, на К(Ф)Х и индивидуальных предпринимателей приходится 26,3% валовых сборов зерновых и зернобобовых культур, 26,8% – семян и плодов масличных культур, 10,6% – свеклы сахарной, 15,1% – овощей, на хозяйства населения – 77,6% картофеля, 67,0% овощей, 76,3% плодов и ягод и т. д.

На сегодняшний день в сельской местности трудно с трудоустройством жителей. Положение может улучшить развитие личных подсобных

хозяйств и К(Ф)Х и выращивание ими овощей, фруктов, картофеля, скота и птицы. Заключение с потенциальными сдатчиками договоров на предстоящий год на выращивание и поставку определенного объема продукции по договорной цене гарантирует доход сельхозпроизводителю, а отраслям потребительской кооперации продукцию и сырье для реализации и переработки. Организации потребительской кооперации также могут взять на себя обеспечение хозяйств семенным материалом.

Заключение

В современных реалиях организациям потребительской кооперации надо делать ставку на привлечение частного капитала для развития материально-технической базы своей промышленности. Заинтересованность К(Ф)Х, индивидуальных предпринимателей и хозяйств населения в модернизации кооперативных перерабатывающих предприятий, складов и холодильников наравне с самими потребительскими кооперативами является повышающим обстоятельством для инвестиционной привлекательности. С экономической точки зрения объединение денежных ресурсов малых хозяйственных форм в сельском хозяйстве и организаций потребительской кооперации выгодно обеим сторонам.

Кооперирование малых форм хозяйствования и организаций потребительской кооперации даст возможность создавать соответствующие производственно-сбытовые системы, не ориентированные на крупный ритейл. Стабильные связи К(Ф)Х, индивидуальных предпринимателей и хозяйств населения, с одной стороны, и организаций потребительской кооперации, с другой, в условиях жесткой конкурентной борьбы на продовольственном рынке позволят чутко реагировать на потребительский спрос и конъюнктуру рынка. Для успешного эффективного развития промышленных организаций потребительской кооперации Центросоюза необходимы: инвестиции, модернизация, внедрение инноваций в разработку, производство и продвижение на рынок своей продукции, привлечение молодых специалистов-организаторов и технологов, разработка краткосрочных планов и проектов на перспективу, изучение и применение передового зарубежного опыта и другое. Все это способствует полноценному развитию различных кооперативов и обеспечит население качественными полуфабрикатами и переработанной сельскохозяйственной продукцией.

ЛИТЕРАТУРА

1 Кручинина В. М. Потребительская кооперация в системе Российской кооперации на современном этапе (с учетом зарубежного опыта): Монография Москва. Дашков и К., 2015. 196 с.

2 Кручинина В. М. Проблемы государственно-кооперативного партнерства // Вестник Белгородского университета кооперации экономики и права. 2016. № 2 (58). С. 249–258.

3 Kurakin A., Visser O. Post-socialist agricultural cooperatives in Russia: a case study of top-down cooperatives in the Belgorod region // *Post-Communist Economies*. 2017. С. 1-24.

4 Рыжкова С. М. Развитие рынка плодово-овощной продукции в Российской Федерации: Монография Москва. Дашков и К., 2015. 164 с.

5 Рыжкова С. М. Производство и реализация овощной продукции закрытого грунта // Вестник Белгородского университета кооперации экономики и права. 2015. № 4 (56). С. 392–401.

6 Рыжкова С. М. Мировой рынок плодово-овощной продукции: тенденции и направления // Вестник института дружбы народов Кавказа Теория экономики и управления народным хозяйством. 2016. № 1. С. 176–186.

7 Liu C. C., Mukherjee A., Wang L. F. S. Product market cooperation, entry and consumer welfare // *International Review of Economics & Finance*. 2016. Т. 44. С. 277-280.

8 Шаркова А. В. Тенденции развития инновационного предпринимательства в Российской Федерации Москва. Издательство Перо, 2014. 346 с

9 Sätre-Åhilander A. M. The social economy: new co-operatives and public sector // *Annals of Public and Cooperative Economics*. 2001. Т. 72. №. 3. С. 413-433.

REFERENCES

1 Kruchinina V. M. Potrebitel'skaya kooperatsiya v sisteme Rossiiskoi kooperatsii na sovremennom etape (s uchetom zarubezhnogo opyta): Monografiya [Consumer cooperation in Russian cooperation at the present stage (including foreign experience)]. Moscow. Dashkov i K. 2015. 196 p. (in Russian).

СВЕДЕНИЯ ОБ АВТОРАХ

Валентина М. Кручинина к.э.н., ведущий научный сотрудник, отдел маркетинга и развития продуктовых рынков, Всероссийский научно-исследовательский институт экономики сельского хозяйства, Хорошевское шоссе, 35, корп. 2, г. Москва, 123007 Россия, valya0267@yandex.ru

КРИТЕРИЙ АВТОРСТВА

Валентина М. Кручинина написала рукопись, корректировала её до подачи в редакцию и несёт ответственность за плагиат

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

ПОСТУПИЛА 13.12.2016

ПРИНЯТА В ПЕЧАТЬ 01.02.2017

2 Kruchinina V. M. The problems of state-cooperative partnership. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii ekonomiki i prava* [Proceedings of Belgorod University of cooperation Economics and law]. 2016. no. 2 (58). pp. 249–258. (in Russian).

3 Kurakin A., Visser O. Post-socialist agricultural cooperatives in Russia: a case study of top-down cooperatives in the Belgorod region. *Post-Communist Economies*. 2017. С. 1-24.

4 Ryzhkova S. M. Razvitie rynka plo-dooovoshchnoi produktsii v Rossiiskoi Federatsii: Monografiya [Market development fruit and vegetable products in the Russian Federation]. Moscow. Dashkov i K. 2015. 164 p. (in Russian).

5 Ryzhkova S. M. Production and realization of vegetable production in greenhouses. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperatsii ekonomiki i prava* [Proceedings of Belgorod University of cooperation Economics and law]. 2015. no. 4 (56). pp. 392–401. (in Russian).

6 Ryzhkova S. M. World fruit and vegetable market: trends and directions. *Vestnik instituta druzhby narodov Kavkaza Teoriya ekonomiki i upravleniya narodnym khozyaistvom* [Proceedings of Institute of friendship of peoples of the Caucasus Theory of Economics and national economy management]. 2016. no. 1. pp. 176–186. (in Russian).

7 Liu C. C., Mukherjee A., Wang L. F. S. Product market cooperation, entry and consumer welfare. *International Review of Economics & Finance*. 2016. Т. 44. С. 277-280.

8 Sharkova A.V. Tendentsii razvitiya innovatsionnogo predprinimatel'stva v Rossiiskoi Federatsii [Tendencies of development of innovative entrepreneurship in the Russian Federation]. Moscow. Izdatel'stvo Pero 2014. 346 p. (in Russian).

9 Sätre-Åhilander A. M. The social economy: new co-operatives and public sector. *Annals of Public and Cooperative Economics*. 2001. Т. 72. №. 3. С. 413-433.

INFORMATION ABOUT AUTHORS

Valentina M. Kruchinina candidate of economical sciences, leading researcher, department of marketing and development of food markets, All-Russian Research Institute of Agricultural Economics, Khoroshevskoe highway, 35, Bldg. 2, Moscow, 123007 Russia, valya0267@yandex.ru

CONTRIBUTION

Valentina M. Kruchinina wrote the manuscript, correct it before filing in editing and is responsible for plagiarism

CONFLICT OF INTEREST

The author declare no conflict of interest.

RECEIVED 12.13.2016

ACCEPTED 2.1.2017