



Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования Центросоюза Российской Федерации

СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Международная научно-практическая конференция **СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: ТРЕНДЫ КООПЕРАЦИИ**

Сборник материалов

IV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции
с международным участием, приуроченной ко Дню российской науки
и Международному году кооперативов

7 февраля 2025 года



Новосибирск 2025

Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
Центросоюза Российской Федерации
СИБИРСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

**СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ
СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ:
ТРЕНДЫ КООПЕРАЦИИ**

*Сборник материалов IV Всероссийской (национальной)
научно-практической конференции с международным
участием, приуроченной ко Дню российской науки
и Международному году кооперативов*

Новосибирск
7 февраля 2025 года

Новосибирск 2025

УДК 334.7
ББК 65.9(2)421.8
DOI 10.48642/5988.2025.75.19.001
C692

C692 Социально-экономическое развитие сельских территорий: тренды кооперации : сборник материалов IV Всероссийской (национальной) научно-практической конференции с международным участием, приуроченной ко Дню российской науки и Международному году кооперативов, Новосибирск, 7 февраля 2025 г. / [под ред. Э. А. Новосёловой]; АНОО ВО Центросоюза РФ «СибУПК». — Новосибирск, 2025. — 222 с.

ISBN 978-5-334-00336-1

Тематика представленных статей охватывает широкий спектр вопросов: развитие потребительской и сельскохозяйственной кооперации; эффективность управления кооперативными организациями; цифровизация и инновации в кооперативном секторе; социальная и экономическая роль кооперации сельских территорий; правовые аспекты регулирования кооперативной деятельности. Актуальность исследований, собранных в сборнике, обусловлена необходимостью поиска новых механизмов устойчивого развития сельских территорий, особенно в условиях трансформации экономики, санкционного давления и глобальных вызовов.

Адресован интересующимся современными тенденциями и перспективами кооперативного движения в России и за рубежом.

УДК 334.7
ББК 65.9(2)421.8
DOI 10.48642/5988.2025.75.19.001

Сборник рекомендован к изданию Советом по науке Сибирского университета потребительской кооперации, протокол от 20 февраля 2025 г. № 5.

ISBN 978-5-334-00336-1

© Сибирский университет
потребительской кооперации
(СибУПК), 2025

СОДЕРЖАНИЕ

<i>Аксёнов А. Н.</i> Белорусская потребкооперация в условиях трансформации социально-экономической и политической модели развития: сохранение традиций, поиск новаций	6
<i>Анникова А. А., Никитченко Г. Д.</i> Применение каналов продвижения и сбыта пряничной продукции кооперативной организации	12
<i>Бекетова А. В., Коростелева Н. А.</i> Особенности кадровой политики в вопросах управления персоналом в организациях потребительской кооперации	18
<i>Вербицких М. Н.</i> Стратегирование и современные модели и механизмы эффективного управления сферой услуг в условиях трансформации экономики	24
<i>Волченко Т. А.</i> Эффект синергии в развитии предприятий сельского туризма	31
<i>Глызь А. С., Левишина М. А., Печалова Л. В.</i> Значение, проблемы и перспективы развития сельскохозяйственной потребительской кооперации	35
<i>Гурская С. П.</i> Роль потребительской кооперации Республики Беларусь в повышении качества обслуживания сельского населения	40
<i>Деревянкин А. В., Яворская С. А.</i> Современные подходы и эффективные механизмы управления в условиях экономической трансформации	47
<i>Дроздова М. И.</i> К вопросу о социальной базе потребительских и сельскохозяйственных потребительских кооперативов	55
<i>Капелюк З. А., Сапсай С. А.</i> Конкурентоспособность организаций потребительской кооперации в условиях экономической трансформации: механизмы эффективного управления	61
<i>Капелюк З. А., Сапсай С. А.</i> Потребительская кооперация как механизм социально-экономического развития российского села	66
<i>Капелюк З. А., Щербакова Н. А.</i> Роль собственных торговых марок в развитии розничных торговых сетей потребительской кооперации	72
<i>Келеман Л. А., Кошкидько А. И., Павленко А. В.</i> Роль потребительской кооперации в реализации социально ориентированного развития сельских территорий	79
<i>Кононенко Р. В., Фирсова А. А., Дьяченко Д. Д.</i> Тренды развития потребительской кооперации регионов России	84
<i>Левкин Г. Г.</i> Аудит логистических процессов оптового торгового предприятия	91

<i>Лихтанская О. И., Сваровская Е. Б.</i> Диверсификация деятельности организации потребительской кооперации в целях повышения ее эффективности	96
<i>Малахова Н. Н.</i> Апробация механизмов социального заказа в Новосибирской области: проблемы и перспективы	102
<i>Маслов С. В., Бирюкова Л. И.</i> Безопасная организация сельского туризма в Красноярском крае	106
<i>Мороз О. Н., Бакарасов Е. О.</i> Матрица БКГ и рекомендуемая стратегия для организации потребительской кооперации	111
<i>Мороз О. Н., Медведский Д. А.</i> Современные тенденции, тренды развития и драйверы роста экономики АПК России	116
<i>Мороз О. Н.</i> Показатели эффективности деятельности сельскохозяйственных кооперативов	123
<i>Морозова Н. И.</i> Система мониторинга как инструмент оценки потребности региона и потребительской кооперации в кадрах	128
<i>Надточина Е. Ю.</i> Государственно-частное партнерство в сфере потребительских услуг: взаимодействие и перспективы развития	134
<i>Никонов М. А.</i> Инструменты маркетинга, используемые в потребительской кооперации	139
<i>Новосёлова Э. А.</i> Потребительские кооперативы как драйверы социальной экономики: анализ влияния и перспективы развития	147
<i>Печалова Л. В., Печалов А. К.</i> Кооперативные формы хозяйствования как фактор устойчивого развития сельских территорий: международный и отечественный опыт	153
<i>Пугацкий М. В., Савинова И. В.</i> Роль правового регулирования в создании условий для повышения эффективности образовательной деятельности в системе потребительской кооперации	158
<i>Ряховская Н. И.</i> Кадровое обеспечение сферы сельского (аграрного) туризма в Камчатском крае	164
<i>Сапожников А. Н., Рахманина Е. М.</i> Изучение особенностей процесса цифровизации предприятий зернопродуктового подкомплекса	169
<i>Стребкова Л. Н., Саначин В. П.</i> Формирование стратегии развития организации потребительской кооперации	173
<i>Суровцева В. А., Баркова С. А.</i> Эффективность деятельности потребительской кооперации в современных условиях: состояние и проблемы	179
<i>Тресницкий А. Б., Качан Н. А., Моренко А. А.</i> О проблемах функционирования свободной экономической зоны на сельских приграничных территориях Белгородской области	189

<i>Хузин Р. М., Черняков М. К.</i> Проблемы и перспективы целевой подготовки кадров в условиях цифрового развития экономики образования	196
<i>Черняков В. М.</i> Методы прогнозирования и целевое управление ресурсами в агропромышленном комплексе	201
<i>Шапиро С. А.</i> К вопросу о социально-правовом регулировании реформы муниципальных образований в Новосибирской области	207
<i>Ядрищева Т. С.</i> Перспективы развития сельского туризма в Липецкой области	211
<i>Яроцкая Н. В.</i> Правовое регулирование устойчивого развития сельских территорий и кооперации (на примере Красноярского края)	215

Аксёнов А. Н.

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации

**БЕЛОРУССКАЯ ПОТРЕБКООПЕРАЦИЯ В УСЛОВИЯХ
ТРАНСФОРМАЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ
И ПОЛИТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ РАЗВИТИЯ:
СОХРАНЕНИЕ ТРАДИЦИЙ, ПОИСК НОВАЦИЙ**

В статье рассматриваются ключевые направления и перспективы развития системы потребительской кооперации Республики Беларусь в условиях перехода страны к социально ориентированной рыночной модели развития, роль государства в сохранении и использовании опыта кооперативного строительства в процессе формирования новой социально-экономической и политической системы.

Ключевые слова: потребительская кооперация, экономическая модель, традиционные кооперативные ценности, Белкоопсоюз, новации.

Aksyonov A. N.

Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperation

**BELARUSIAN CONSUMER COOPERATION IN THE CONTEXT OF
TRANSFORMATION OF THE SOCIO-ECONOMIC AND POLITICAL
MODEL OF DEVELOPMENT: PRESERVATION OF TRADITIONS,
SEARCH FOR INNOVATIONS**

The article discusses the key directions and prospects for the development of the consumer cooperation system of the Republic of Belarus in the context of the country's transition to a socially oriented market model of development, the role of the state in preserving and using experience cooperative construction in the process of forming a new socio-economic and political system.

Keywords: consumer cooperation, economic model, traditional cooperative values, Belcoopsoyuz, innovations.

Сохранение потребительской кооперации Беларуси как многоотраслевой хозяйственной системы в условиях переходного периода в экономике страны является предметом гордости белорусских кооператоров. Но, согласно статистическим данным, позиции системы Белкоопсоюза в экономике страны все-таки ослабевают. Это вполне объяснимый процесс.

Численность сельского населения постоянно сокращается, а белорусская потребкооперация нацелена прежде всего на обслуживание тружеников села. В стране на официальном уровне, что отражено и в названии республиканской еженедельной газеты «Вести потребкооперации», используется слоган «Жить заботами сельчан!». Но некогда многочисленная белорусская деревня к настоящему времени почти обезлюдела. На смену стационарной торговой сети потребкооперации в большинство сельских населенных пунктов пришла развозная кооперативная торговля. Автолавки, реализуя социальную функцию кооперации, в основном работают без прибыли или вообще в убыток

кооперативному хозяйству. В райцентрах и агрогородках с потребкооперацией стали жестко конкурировать торговые сети, особенно ООО «Евроопт», и даже индивидуальные предприниматели.

Не лучше складывается ситуация на селе и для системы общественного питания Белкоопсоюза. Если в советский период на территории колхоза работало несколько столовых потребкооперации, то теперь в пришедших на смену КСУПах такая потребность практически отпала. Кооперативным ресторанам и кафе в райцентрах конкуренцию составляют открывшиеся частные предприятия общепита, а также формирующаяся сеть агроусадеб. Ухудшились условия и для заготовительной деятельности потребительской кооперации. Малая численность сельских жителей не способствует развитию заготовительной сферы. Хорошо ориентировавшееся в сельской местности старшее поколение, имевшее опыт сотрудничества с заготовителями-кооператорами и большое по численности, к сожалению, уходит. Иначе стало выглядеть сельское подворье, всегда служившее важным источником мясных и иных продуктов для заготовителей. Не выполняют больше заготовительную функцию работники стационарных магазинов в сельской местности.

Можно приводить много других примеров и фактов, свидетельствующих об изменении условий деятельности потребительской кооперации республики всех уровней. Закономерно, что это отражается и на ее финансово-хозяйственных показателях, сокращении числа пайщиков и работников. Весьма важно, что в этих непростых условиях система потребительской кооперации пользуется поддержкой со стороны белорусского государства, в том числе и его руководителя А. Г. Лукашенко. Глава государства стал участником двух последних форумов белорусских кооператоров — общих собраний представителей членов Белкоопсоюза в октябре 2021-го и в феврале 2024 года, выступил перед их участниками [2]. В настоящее время стратегической задачей кооператоров является сохранение достигнутых позиций и одновременно поиск новых возможностей экономического роста.

Потребительская кооперация Беларуси, по данным на начало 2024 года, объединяла 258 тыс. пайщиков и 36,1 тыс. работников, обслуживала 3,2 млн человек (35 % населения страны). В системе Белкоопсоюза работало 4,9 тыс. магазинов, 70 % торговых объектов находилось в сельской местности. Все населенные пункты с малой численностью жителей обслуживают 549 автомагазинов. Численность таких сельских поселений в настоящее время составляет 14,8 тыс. Из более чем 850 объектов общепита потребкооперации с 45 тыс. посадочных мест 40 % находились на селе [1].

Для сравнения: в 2021 году в потребительской кооперации республики было более 302 тыс. пайщиков и 42 тыс. работников, в их числе 121 юридическое лицо. Совокупный объем деятельности за 2020 год превысил 3 млрд рублей. Не менее 3 млн граждан Беларуси пользовались услугами потребительской кооперации, то есть более трети от общей численности населения. Однако за последние десять лет, по данным на 2021 год, доля потребительской кооперации в общем объеме товарооборота страны снизилась с 12 % до примерно

4 %. При этом торговая отрасль являлась основной и занимала 70 % от общего объема деятельности системы Белкоопсоюза [2].

В отдельных районах республики, особенно на Могилевщине и Витебщине, потребительская кооперация по-прежнему сохраняет свои позиции монополиста по объему торговли в общерайонном показателе. Так, в Дрибинском районе это 62 % районного товарооборота, в Краснопольском — 52 %, Кличевском — 44 %, Ушачском — 50 %, Бешенковичском и Кировском — чуть более 40 %. Тем не менее, в условиях нарастающей конкуренции в сфере торговли, перераспределения покупательских потоков, сложностей в осуществлении торгового обслуживания сельского населения, большая часть которого является пайщиками потребительских кооперативов, системе Белкоопсоюза неизбежно придется искать новые направления и сферы хозяйственной деятельности.

Одним из таких направлений была избрана структурная реорганизация всей системы Белкоопсоюза. В большинстве областей были ликвидированы областные и районные потребительские союзы, трансформировавшиеся в облпо и их подразделения. Эти преобразования к настоящему времени не завершены. Некоторые облпотребсоюзы, например, в Брестской области, не спешат с преобразованиями, стремятся сохранить райпотребсоюзы или райпо в каждом из районов области.

На наш взгляд, кооператорам целесообразно обратить более пристальное внимание на сферу еще формирующейся туриндустрии, за которой при значительной поддержке и внимании государства большое будущее. Система Белкоопсоюза могла бы занять в сфере туризма свою нишу и превратить турбизнес в одно из эффективных направлений своей деятельности. Для такого оптимизма есть достаточные основания.

Во-первых, удачное географическое и геополитическое расположение страны, пересечение транспортных коммуникаций между Востоком и Западом, водораздел бассейнов Балтийского и Черного морей, уникальная природа Беларуси, религиозно-культурное многообразие, самобытное историко-культурное наследие. На белорусской земле размещены уникальные природные комплексы, в том числе знаменитые Беловежская, Налибокская пущи, Ольманские болота, Браславские, Нарочанские, Голубые озера, многие другие объекты с редкими видами растений, животных и птиц. Особое место принадлежит уникальным каналам и гидросооружениям, созданным по смелым проектам знаменитых мастеров руками белорусского народа. В числе таких объектов туризма известные в Европе Августовский, Огинский и Днепро-Двинский каналы. Беларусь также известна как «страна замков» с уникальной архитектурой и историей. В настоящее время ведется работа над восстановлением примерно трех десятков дворцово-замковых комплексов, наиболее известны из которых Несвижский, Мирский, Лидский, Гродненский, Коссовский, Ружанский.

Во-вторых, руководство страны уделяет особое внимание развитию туристической индустрии [3]. С въездным туризмом связывается реализация одной из важнейших целей государства — достижение высокого уровня благосостояния народа. 7 августа 2023 г. было принято постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь № 36 «О введении Единой классификации видов

туризма в Республике Беларусь» [4]. В Беларуси развивается 13 видов туризма: агроэкотуризм, активный, гастрономический, деловой, историко-культурный, лечебно-оздоровительный, медицинский, образовательный, охотничий, промышленный, религиозный, событийный, экологический [6]. Важная роль отводится и расширению внутреннего туризма.

В 2025 году в республике каждый из туристических месяцев на государственном уровне получил свой статус. Так, январь стал месяцем религиозного туризма, февраль — лечебно-оздоровительным и так далее. Особое место принадлежит в индустрии туризма агроэкотуристической и краеведческой отраслям. Кооператоры должны акцентировать внимание на участии кооперативных организаций и предприятий всех уровней в развитии агроэкотуризма как динамично развивающейся, востребованной и поддерживаемой государством отрасли туристической индустрии.

В-третьих, система Белкоопсоюза обладает достаточными ресурсами для полноценного участия в конкурентной борьбе на рынке туристических услуг Республики Беларусь. Кооператоры располагают рядом отраслей, которые позволяют сотрудничать с пайщиками и жителями села как при создании ими агроэкоусадб и организации отдыха туристов, так и самим организовывать полный цикл агроэкологического отдыха. При этом могут быть задействованы строительная, транспортная, торговая и заготовительная отрасли, система общепита и кооперативная промышленность.

В настоящее время у потребкооперации по всей республике имеется разветвленная сеть общественного питания. Это около тысячи ресторанов, кафе и столовых. Каждый четвертый объект придорожного сервиса является кооперативной собственностью. Все они могут работать на туристический сектор в системе потребкооперации. На протяжении десятилетий на всех мероприятиях международного, республиканского и регионального уровней общепит системы Белкоопсоюза организовывал обслуживание, обеспечивая высокое качество, национальный колорит и уникальную изобретательность.

Ведомственные учебные заведения в состоянии решить проблемы кадрового обеспечения и организовать их переподготовку, выполнить заказ на проведение логистических, маркетинговых, товароведных и иных исследований.

В-четвертых, идея развития сети туристических услуг в сельской местности вполне отвечает лозунгу кооператоров — жить заботами сельчан. Это создание новых возможностей для сельского населения и пайщиков, в том числе получить занятость и дополнительный заработок. Кооператоры имеют многолетний опыт работы в сельской местности, знают ее специфику, нужды потребителей. Например, сотрудничество с агроэкоусадбами успешно еще на этапе их создания. Спектр кооперативных услуг хозяевам агроэкоусадб может быть самым разнообразным. Это и помощь в закупке необходимых материалов, проведении строительных работ, предоставлении в аренду помещений, ремонтно-наладочные работы, доставка товаров, полная или частичная организация питания отдыхающих агроэкоусадб в кафе и ресторанах потребкооперации, доставка готовых блюд по предварительным заказам. Работники заготовительной отрасли могли бы реализовать по заказам хозяев и гостей

агроэкоусадеб различные виды дикорастущей продукции, в том числе в замороженном и консервированном виде. Многие горожане, а также иностранцы с удовольствием будут пользоваться этой услугой при обеспечении качества и умеренных цен. Сельчане вполне могли бы стать проводниками на экотропах, сопровождать любителей «тихой охоты», выполнять многие другие нужные в сфере туризма функции.

Пятое. Белкоопсоюз как член МКА имеет контакты на международном уровне, в том числе и с национальными союзами кооператоров в республиках бывшего СССР, что можно использовать для привлечения туристов из ближнего и дальнего зарубежья и обмена ими.

В современных условиях сохранения пандемии, временного осложнения политической ситуации на границах Беларуси значительный рост оказания туристических услуг затруднен. По данным статистики, за 2020 год число организованных туристов, посетивших Беларусь, составило 34 156 человек, в 2019 году 405 472, то есть в условиях пандемии и ограничительных мер произошло падение более чем в 10 раз. В 2020 году в пределах страны для организованного отдыха выезжали 571,5 тыс. человек, для 494,5 тыс. отдых был однодневным. Сократилась численность потребителей услуг и в сфере агроэкотуризма. Однако организаторы туруслуг Республики Беларусь, например УП «Беларустурист», отмечают в 2020–2021 гг. некоторый рост интереса граждан к внутреннему туризму, в том числе и к сфере национальных агроэко-туристических услуг [5]. За 2022 год уже свыше 1,5 млн белорусских граждан приняли участие в организованных туристических поездках в пределах страны, 91,6 % турпоездки составили однодневные экскурсии. За этот же календарный год въездной туристический поток составил 4,9 млн поездок иностранных граждан. Беларусь организовано посетили 143 тыс. туристов и экскурсантов из 85 стран мира. Средняя продолжительность пребывания иностранных туристов составила 5 дней. Наиболее востребовано санаторно-оздоровительное направление туризма, посещение достопримечательностей. За январь — июль 2023 года объем экспорта туруслуг превысил \$ 116 млн [4]. Все это говорит о положительной динамике в сфере туризма и открывающихся для кооператоров хороших перспективах.

Белорусское государство заинтересовано в развитии туристической индустрии, готово оказывать поддержку ее организаторам, в том числе в сфере агроэкотуризма и краеведческого туризма. Потребительская кооперация имеет хорошие шансы на расширение своего участия в этой сфере услуг с перспективой создания в будущем отдельной отрасли в системе Белкоопсоюза. Следует обратить внимание и на то, что за последние годы многие регионы Российской Федерации заключили договоры с Республикой Беларусь о всестороннем сотрудничестве. В переговорах делегаций активно участвовало и руководство Белкоопсоюза, в том числе Председатели Правления В. Н. Иванов и И. Л. Короткевич. Как вариант, есть перспектива сотрудничества в различных сферах кооперативной работы, в том числе и туристических обменов, у кооператоров российских и белорусских регионов.

Список литературы

1. Участие А. Г. Лукашенко в общем собрании Белкоопсоюза 16 февраля 2024 года. — URL: <https://president.gov.by/ru/events/uchastie-v-obshchem-sobranii-belkoopsoyuza> (дата обращения: 31.01.2025).
2. Багрянцева, Е. Кадры решают // Вести потребительской кооперации. — 2021. — 17 сентября. — С. 2.
3. Закон Республики Беларусь «О туризме», принятый 25 ноября 1999 г. № 326-3 с изм. и доп.; Указ Президента Республики Беларусь от 02 июня 2006 г. № 372 «О мерах по развитию агротуризма в Республике Беларусь»; Указ Президента Республики Беларусь от 02 июня 2006 г. № 371 «О некоторых мерах государственной поддержки развития туризма в Республике Беларусь»; Указ Президента Республики Беларусь от 09 октября 2017 г. № 365 «О развитии агроэкотуризма». — URL: [kodeks-by/com](https://kodeks.by/com) (дата обращения: 14.03.2021).
4. Туризм в Беларуси. — URL: <https://belta.by/infographica/view/turizm-v-belarusi-35378/> (дата обращения: 31.01.2025).
5. Туризм и туристические ресурсы в Республике Беларусь: стат. сб. / Нац. стат. ком. Респ. Беларусь. — Минск, 2016
6. Шапиро, И. И. Агроэкотуризм в Республике Беларусь: анализ и направления развития. — URL: http://www.bseu.by:8080/bitstream/edoc/80677/1/Shapiro_69_76 (дата обращения: 14.03.2024).
7. Виды туризма в Беларуси. — URL: <https://president.gov.by/ru/belarus/tourism/vidy> (дата обращения: 31.01.2025).

Сведения об авторе

Аксёнов Александр Николаевич, канд. ист. наук, доцент, доцент кафедры права и экономических теорий, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации; 246029, Республика Беларусь, г. Гомель, пр. Октября, 50; e-mail: anaks57@tut.by.

Aksyonov Aleksandr N., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Law and Economic Theories, Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperation; 246029, Republic of Belarus, Gomel, October Ave., 50; e-mail: anaks57@tut.by.

Анникова А. А., Никитченко Г. Д.

Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права

ПРИМЕНЕНИЕ КАНАЛОВ ПРОДВИЖЕНИЯ И СБЫТА ПРЯНИЧНОЙ ПРОДУКЦИИ КООПЕРАТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Применение современных технологий в сбытовой деятельности обеспечивает ускоренное доведение произведенной продукции до конечных покупателей, способствует совершенствованию функционирования каналов продвижения. Используемые маркетинговые инструменты позволяют повысить эффективность производства, получить достоверную информацию о состоянии потребительского рынка, покупательских предпочтениях для разработки управленческих решений по формированию ассортимента, стимулированию продаж и реализации программы управления проектами с целью повышения результативности кооперативной организации.

Ключевые слова: кондитерская продукция, продвижение, сбыт продукции, пряничные изделия, кооперативная организация.

Annikova A. A., Nikitchenko G. D.

Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law

THE USE OF CHANNELS FOR THE PROMOTION AND SALE OF GINGERBREAD PRODUCTS OF A COOPERATIVE ORGANIZATION

The use of modern technologies in sales activities ensures the accelerated delivery of manufactured products to end customers, and contributes to the improvement of the functioning of promotion channels. The marketing tools used make it possible to increase production efficiency, obtain reliable information about the state of the consumer market, and customer preferences in order to develop management solutions for assortment formation, sales promotion, and the implementation of a project management program to improve the effectiveness of a cooperative organization.

Keywords: confectionery products, promotion, product sales, gingerbread products, cooperative organization.

В современных условиях происходящих трансформационных процессов в мировой и региональной экономике актуальным вопросом является развитие системы продвижения и реализации производимой продукции. Совершенствование процессов формирования ассортимента и каналов сбыта рассматривают как главный инструмент, стимулирующий продажи с целью получения прибыли, в повышении которой заинтересованы любые производственные и торговые предприятия. Комплексный подход к решению обозначенных задач, связанных с преобразованиями деятельности организаций потребительской кооперации, включает поиск новых деловых партнеров, маркетинговую аналитику и управление проектами.

Целью статьи является обозначение влияния маркетинговых инструментов, используемых для продвижения кооперативной продукции, на организацию сбыта и продаж в современных условиях.

В ходе исследования использованы метод глубинного интервью с сотрудниками организации, обобщение информации из открытых источников о деятельности компании, анализ данных о сбыте продукции.

Рациональное применение ресурсов и современных способов продвижения продукции гарантирует товаропроизводителю и предприятиям торговли дополнительную выручку, увеличение прибыли от продаж, что способствует эффективности предприятий.

Повышение результативности способствует перспективной конкурентоспособности организаций, обозначенной в соответствии со стратегией развития и программой управления проектами крайпотребсоюза. Ежегодно на рынке потребительских товаров появляются новые предприятия-производители, предлагающие аналогичные товары с улучшенными потребительскими свойствами. Усиление конкуренции оказывает положительное влияние как на продавцов, так и на покупателей, у которых появляется возможность купить товары-новинки. Для сохранения конкурентных преимуществ продавцы применяют различные методы и инструменты маркетинга, отраслевые специалисты разрабатывают рыночные стратегии продвижения товаров, организации сбыта и стимулирования продаж. Руководители предприятий поддерживают проекты по модернизации материально-технической базы, внедрению современных технологий в производственной, внешнеторговой, заготовительной деятельности, оптовой и розничной торговле [3].

Приоритетным принципом торговой политики предприятия ООО «Кондитерские технологии крайпотребсоюза» (ТМ «КонТех») является непрерывный контроль соблюдения требований международных и национальных стандартов по производству продуктов. Номенклатура включает пряничные изделия, кексы, печенье различной формы. Эксперты отмечают, что продукция «КонТеха» относится к продуктам высокого качества с повышенным уровнем безопасности, так как кондитерские мучные изделия изготавливаются из местного сырья без использования искусственных наполнителей [4].

В условиях высокой конкуренции среди производителей кондитерских изделий на местном и региональных рынках для реализации своей продукции «Кондитерские технологии» применяют каналы продвижения: прямые продажи, стимулирование сбыта и продаж, рекламу, интернет-маркетинг и спонсорство.

Правильно выстроенная система сбыта товаров является завершающей стадией в хозяйственной деятельности предприятия по разработке, производству и доведению товаров до потребителей. Производственное предприятие ООО «Кондитерские технологии крайпотребсоюза» использует для реализации своей продукции прямые и косвенные каналы сбыта.

Кондитерские мучные изделия кооперативного производства присутствуют в ассортименте фирменных магазинов товаропроизводителей, торговых сетей, а также реализуются посредством предприятий общественного питания, включая школьные столовые.

Продукция «КонТеха» продается не только предприятиями, функционирующими на территории Красноярского края, но и за его пределами, в других

регионах России: среди них торговые компании Новосибирской, Томской, Иркутской областей, Приморского края [5].

Динамика реализации кондитерских мучных изделий за 2019–2024 гг. представлена на рис. 1.

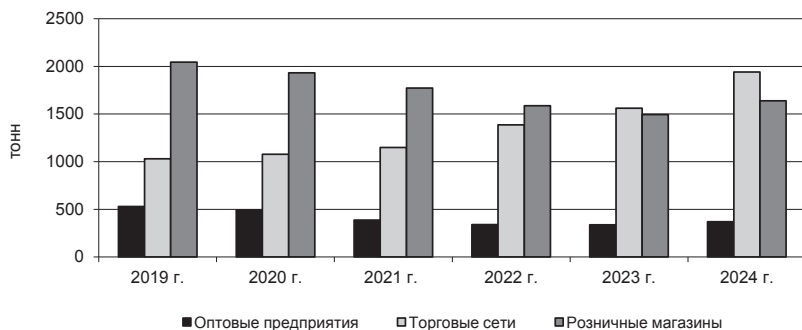


Рис. 1. Динамика реализации пряничных изделий ТМ «КонТех»

В период с 2019 г. до 2021 г. реализация пряничных изделий снизилась на 5,5 %. Благодаря интенсификации коммерческих усилий маркетологами и специалистами по продажам удалось реализовать программы стимулирования сбыта с применением новых технологий, и с 2021 г. наметилась тенденция увеличения продаж, в 2024 г. прирост составил 16,5 %.

Влияние внешних и внутренних факторов привело к структурным изменениям сбыта пряничных изделий (рис. 2).

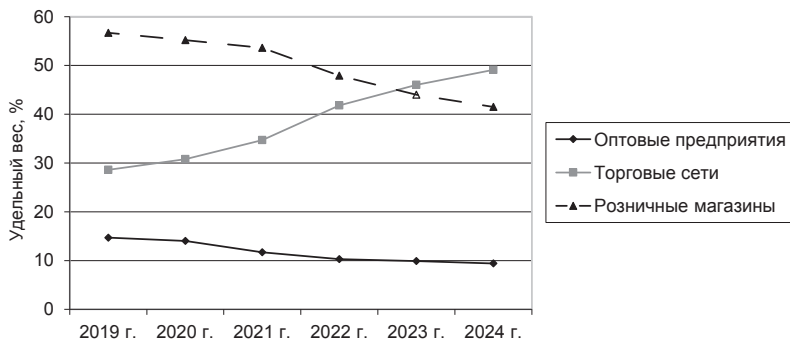


Рис. 2. Структура сбыта пряничных изделий в динамике

В исследуемом периоде произошло снижение удельного веса сбыта продукции оптовым предприятиям с 14,7 % (2019 г.) до 9,4 % (2024 г.). Данные о динамике объемов сбыта демонстрируют равномерное уменьшение доли продаж розничным торговым предприятиям с 56,7 до 41,5 %.

В течение пяти лет наблюдается тенденция увеличения доли сбыта торговым сетям. В 2024 г. реализация по этому каналу составила 49,1 % в сравнении с показателем 2019 г. — 28,6 % от общего объема реализации пряничной продукции. Руководитель организации отмечает, что широкий ассортимент продукции реализуется не только через обозначенные каналы сбыта, но присутствует на электронных площадках маркетплейсов, сетевой платформе WILDBERRIES [5].

Для увеличения сбыта в программе управления проектами среди мероприятий выделяется расширение партнерских связей вследствие увеличения экспортных поставок организациями потребительской кооперации. Одним из предложений, направленных на сотрудничество с китайскими компаниями, являются возможные поставки кооперативной продукции торговой марки «КонТех» [1]. Продукция, выпускаемая «Кондитерскими технологиями крайпотребсоюза», среди которой сортовые и ручной работы пряники, кексы, печенье различной формы, пользуется постоянным покупательским спросом. Ассортимент включает пряники с начинкой, классические, печатные пряники оригинальной формы, пряники с пользой, отдельно выделяются пряники «хиты продаж» [6]. Главным конкурентным преимуществом этих мучных кондитерских изделий является то, что они изготовлены из натурального сырья и не содержат искусственных красителей и добавок. Специалисты готовы детально проработать маркетинговые мероприятия, которые обозначены в проекте развития внешнеэкономической деятельности, учитывая особенности китайского рынка и предпочтения потребителей [1]. Однако отсутствие консервантов, с одной стороны, обеспечивает высокое качество продукции, а с другой — ограничивает сроки реализации, поэтому становится сложно организовать поставки за рубеж.

Продвижение кондитерской продукции связано с целевой аудиторией. Для эффективного продвижения кондитерских изделий специалистами предприятия проводится работа по определению основных сегментов целевой аудитории, их интересов и потребностей. Для этого было проведено глубинное интервью, где экспертами выступили сотрудники предприятия. Заместитель директора по торговле отмечает, что многолетнее изучение целевой аудитории показывает: основные потребители пряничных изделий — это покупатели старшего возраста, предпочитающие приобретать кондитерские изделия в розничных магазинах на развес, в расфасованные полиэтиленовые пакеты. Молодые люди потребляют пряники редко. Для увеличения количества покупателей специалисты «Кондитерских технологий крайпотребсоюза» тестируют новые виды упаковки, внедряют новые виды продукции с учетом предпочтений, вкусов и пожеланий, которые бы повлияли на покупку пряников. Технологи предприятия разработали пряники под названием «Волшебный кураж» со вкусом колы, пряники «Студенческие» с вишневым конфитюром, пряники «Студенческие» с вареной сгущёнкой, которые изготовлены в виде палочек с начинкой и расфасованы в индивидуальную упаковку.

В условиях высокой конкурентной среды, наличия большого ассортимента аналогичной продукции, а также отсутствия информации для принятия рационального решения именно упаковка становится эффективным средством привлечения внимания потребителя для совершения покупки. Несмотря на то,

что основная функция упаковки — защита продукта, она активно используется как инструмент продвижения товарного предложения компании и увеличения продаж.

Специалисты компании тщательно подбирают упаковку кондитерского изделия, начиная от выбора упаковочных материалов с учетом соблюдения требований удобства для оптовых и розничных покупателей, сочетающей транспортабельность тары для логистических, транспортных компаний, заканчивая проработкой дизайна упаковки.

Наличие бренда позволяет формировать в сознании покупателей определённые потребительские свойства товара посредством символики торговой марки. Бренд является одним из инструментов продвижения кондитерской продукции кооперативного производства, его узнаваемость способствует увеличению продаж. Оригинальные упаковки с «солнышком» и надписью «КонТех» встречаются во многих продовольственных магазинах не только г. Красноярска, Красноярского края, но и за его пределами. Также покупатели узнают на упаковке мучных кондитерских изделий картинку «зеленой шишки», которая показывает региональный знак качества «Одобрено: Енисейский стандарт» [2].

Для роста и укрепления позиций бренда ООО «Кондитерские технологии крайпотребсоюза» использует косвенный инструмент — спонсорство. Кондитерская компания является спонсором многих мероприятий, проводимых в городе Красноярске; под опекой предприятия находится содержащийся в парке флоры и фауны «Роев ручей» ягуар Яго, на содержание и кормление которого компания выделяет определенные денежные средства. Данная информация в виде значка размещена на упаковках пряников.

Для продвижения продукции «КонТех» использует действенный инструмент маркетинга — участие в выставках, форумах, ярмарках и конкурсах, что способствует росту узнаваемости бренда. Обозначенные мероприятия помогают эффективно презентовать новые продукты и упрощают географическое расширение бизнеса.

Стимулирование сбыта как способ маркетингового продвижения кондитерской продукции на отечественном продовольственном рынке направлен на покупателей, партнеров и торговый персонал каналов распределения кондитерских изделий на региональных и местных рынках с целью увеличения продаж и получения запланированной выручки. Повышение объемов продаж всегда является основным разделом программы управления проектами с утвержденным бюджетом и расчетом окупаемости осуществляемых мероприятий по продвижению продукции на рынке и подтверждает эффективность используемых технологий и каналов сбыта кондитерской продукции.

Список литературы

1. Романенко А. М., Теряева С. А. Развитие внешнеэкономической деятельности Красноярского крайпотребсоюза // Кооперация: традиции, современность, инновации : материалы Всероссийской научно-практической

- конференции (28–29 ноября 2024 г.) / отв. ред. Е. В. Смирнова. — Арзамас : НЭТК, 2024. — С. 48–53.
2. Торговая марка — и продвижение, и защита // Российская кооперация. — 2025. — № 3 (1390).
 3. Официальный сайт Красноярского краевого союза потребительских обществ. Виды деятельности. — URL: <https://krayps.ru/services/>
 4. О крайпотребсоюзе. ООО «Кондитерские технологии крайпотребсоюза». — URL: https://krayps.ru/about/organizations/organizations_kps.php?ID=1972.
 5. Касаткин В. Крайпотребсоюз — время кооперации // Красноярский рабочий. — 2024. — № 13 (27885). — 21 февраля.
 6. Каталог-2025. Кондитерские технологии «КонТех» — лидеры в производстве пряников. Красноярский крайпотребсоюз. — С. 42–71. — URL: <https://catalog-2021.krayps.ru/>.

Сведения об авторах

Анникова Анна Алексеевна, преподаватель, ЧПОУ «Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права»; 660022, Россия, г. Красноярск, ул. Аэровокзальная, 2и; e-mail: kktmail@mail.ru.

Никитченко Галина Дмитриевна, заведующий библиотекой, ЧПОУ «Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права»; 660022, Россия, г. Красноярск, ул. Аэровокзальная, 2и; e-mail: kktmail@mail.ru.

Annikova Anna A., Teacher, Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law; 660022, Russia, Krasnoyarsk, Aerovokzal'naya, 2i; e-mail: kktmail@mail.ru.

Nikitchenko Galina D., Library Manager, Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law; 660022, Russia, Krasnoyarsk, Aerovokzal'naya, 2i; e-mail: kktmail@mail.ru.

Бекетова А. В., Коростелева Н. А.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ОСОБЕННОСТИ КАДРОВОЙ ПОЛИТИКИ В ВОПРОСАХ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье рассматриваются особенности и проблемы кадровой политики современных организаций потребительской кооперации, освещены вопросы эффективности управления персоналом того или иного кооперативного предприятия. Особый акцент в работе сделан на важности использования различных методов управления персоналом в работе с персоналом организаций потребительской кооперации.

Ключевые слова: потребительская кооперация, кадровая политика, управление персоналом, кадры, методы управления персоналом, организация потребительской кооперации.

Beketova A. V., Korosteleva N. A.

Siberian University of Consumer Cooperation

THE SPECIFICS OF PERSONNEL POLICY IN MATTERS OF PERSONNEL MANAGEMENT IN CONSUMER COOPERATION ORGANIZATIONS

The article examines the features and problems of personnel policy of modern consumer cooperation organizations, highlights the issues of effective personnel management of a cooperative enterprise. A special emphasis in the work is placed on the importance of using various methods of personnel management in working with the personnel of consumer cooperation organizations.

Keywords: consumer cooperation, personnel policy, personnel management, personnel, methods of personnel management, organization of consumer cooperation.

Важным направлением кадровой политики современных организаций потребительской кооперации являются сохранение и развитие кадрового потенциала, то есть сохранение постоянного контингента работников, которое решается, как правило, каждым региональным обществом отдельно.

Актуальные на сегодняшний день проблемы подготовки и сохранения квалифицированных кадров в организациях потребительской кооперации заключаются в следующем:

- 1) работа в сельской местности и труднодоступных населённых пунктах и, как следствие, невысокий уровень заработной платы сотрудников;
- 2) недостаточный приток высококвалифицированных специалистов в возрасте до 35–40 лет из-за недостатка опыта и карьерного роста;
- 3) отсутствие формирования кадрового резерва и, как следствие, недостаток рабочих мест;
- 4) низкая эффективность организации политики управления персоналом [1].

На сегодня с целью развития кадрового потенциала в организациях потребительской кооперации осуществляется:

- привлечение молодёжи посредством практики, волонтерства, выделения целевых мест, создания условий для их карьерного роста;
- подбор и расстановка кадров так, чтобы обеспечить сочетание взаимодействия опытных работников и молодых сотрудников;
- стимулирование как на моральном, так и на материальном уровне посредством социальных выплат и премий;
- формирование резерва для заполнения вакантных должностей подготовленными и обученными работниками;
- организация работы с кадрами таким образом, чтобы сформировать трудовой коллектив, способный к эффективному и долгому сотрудничеству в кооперативной организации регионов;
- усиление взаимодействия учебных заведений систем среднего профессионального и высшего образования с различными организациями потребительской кооперации в рамках долгосрочных партнёрских соглашений;
- формирование и реализация целевых заказов от кооперации на подготовку специалистов по востребованным специальностям.

В перспективе обозначенные направления работы должны решить возникшие кадровые проблемы и улучшить качество и количество сотрудничества молодёжи и кооперации в целом.

В настоящее время взаимодействие кооперативного образования и самих потребительских обществ происходит на всех уровнях профессионального образования от колледжей (техникумов) до аспирантуры. Кроме того, сегодня появляются различные студенческие кооперативы и практикуется поддержка студенческих стартапов.

В свою очередь, Центросоюз Российской Федерации активно привлекает к участию в мероприятиях и форумах по кооперативной тематике волонтеров среди обучающихся и молодых специалистов, что приносит положительный результат, и всё больше молодых специалистов видят своё будущее в этой сфере, что даёт им возможность самореализации и построения собственного бизнеса в сфере потребкооперации.

Проведение мероприятий с участием Центросоюза РФ способствует популяризации среди молодёжи и лиц среднего возраста, стимулируя их к получению дополнительного образования в кооперативных вузах, а постоянная работа над созданием кадрового резерва дает стимул к развитию и улучшению сотрудничества студентов и кооперативов.

Следует обратить внимание, что тенденция подготовки и сохранности кадров в системе потребительской кооперации сегодня носит международный характер, так как 2025 календарный год объявлен Генеральной Ассамблеей ООН Международным годом кооперативов. Так, президентом Международного кооперативного альянса А. Гуарко отмечено, что это не случайно, так как кооперативы, руководствуясь заботой о сообществах, успешно адаптируются к вызовам нашего времени и доказывают свою эффективность.

Управление персоналом, или менеджмент, в научной литературе трактуется как способность достигать поставленных целей, используя профессиональные

компетенции, мотивационно-потребностную сферу поведения и интеллектуальные возможности персонала организации. Независимо от форм собственности процесс управления персоналом организации потребительской кооперации является творческим процессом, который требует от любого руководителя определенной профессиональной компетентности в области лидерства и принятия решений, решительности и способности предвидеть ту или иную ситуацию в организации. В целом любая организация потребительской кооперации является открытой системой, так как способна функционировать только при условии сохранения внутреннего порядка и соответствия ожиданиям потребителей и внешней среды. Для получения достаточного уровня финансовой прибыли, необходимой для нормального существования организации, ее руководству следует целенаправленно и систематически анализировать происходящие изменения и динамику внутренней и внешней среды. Правильно выбранные методы управления кадрами должны оказывать положительное влияние на уровень профессиональной мотивации сотрудников организаций в сфере кооперации, что, в свою очередь, способствует экономической успешности всего предприятия в целом в условиях современной рыночной экономики.

Исследователь А. А. Гасанова [2] полагает, что система управления персоналом любой организации, в том числе и организаций, функционирующих в системе потребительской кооперации, включает в себя сочетание вариативных подходов и форм кадровой политики, которые можно рассматривать как самостоятельные локальные блоки (рис. 1).

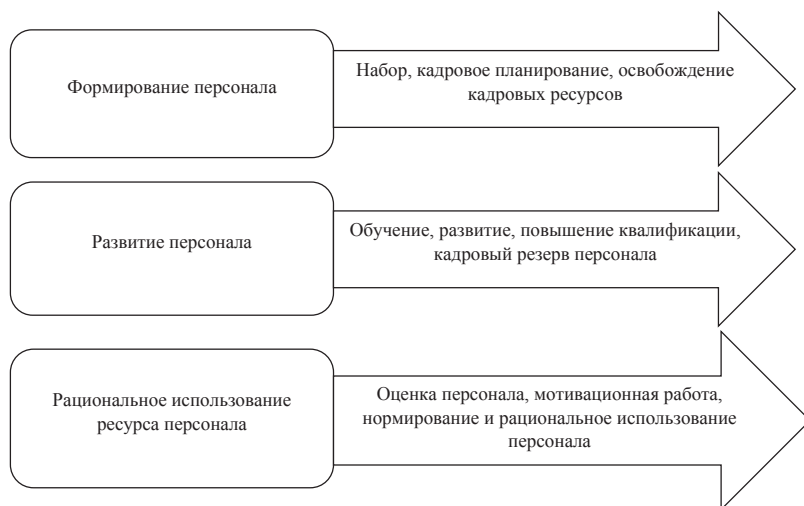


Рис. 1. Основные блоки кадровой работы в организации потребительской кооперации

В работе А. А. Петренко классифицируются все функции процесса управления персоналом организации [3] (рис. 2).



Рис. 2. Функции процесса управления персоналом организации потребительской кооперации

Кадровый ресурс любой организации потребительской кооперации представляет собой потенциал, который предоставляет ей возможность успешно функционировать, а, следовательно, выживать в конкурентной среде на современном рынке труда.

В общем виде методы управления персоналом представляют собой систему способов и приемов воздействия на всех членов трудового коллектива организации и конкретных сотрудников для достижения целей организации.

В современной научной литературе существует классификация методов управления персоналом, которая включает в себя следующие группы методов

управления: экономические, организационно-административные, социально-психологические, каждая из которых может быть максимально эффективной в той или иной ситуации.

Следует отметить, что уровень профессиональной мотивации персонала, который является достаточно динамичной характеристикой, во многом определяется правильно выбранным вектором принятия управленческих решений.

Значимыми показателями профессиональной мотивации персонала наряду с увеличением производительности и качества труда являются активность и инициативность сотрудников организации. В то же время в настоящее время не все руководители организаций осознают степень важности процесса совершенствования и развития системы управления персоналом. Данная проблема делает выбранную тему работы достаточно важной и актуальной для проведения дальнейших исследований.

Для эффективного управления персоналом руководитель должен учитывать характер актуального «социально-психологического» климата в коллективе, а также индивидуальные способности (возможности) и особенности каждого сотрудника, от которых во многом зависит успешность функционирования всей организации в целом, так как ее главным «богатством» являются кадры [4].

Таким образом, можно сделать вывод о том, что использование различных методов в процессе управления персоналом организации потребительской кооперации представляет собой достаточно эффективный механизм воздействия на сохранность и расширение ее кадрового потенциала.

Список литературы

1. Матросов, С. Н. Современная кадровая политика в потребительской кооперации Нижегородской области / С. Н. Матросов, О. Е. Ушкова // Вестник Российского университета кооперации. — 2016. — № 1 (23). — С. 117–119.
2. Гасанова, А. А. Управление персоналом в системе управления организацией // Инновационная наука. — 2019. — № 11. — С. 50–53.
3. Петренко, А. А. Управление персоналом в образовательной организации: проблемы и механизмы развития // Приоритетные направления развития науки и образования : сборник материалов Международной научно-практической конференции, Чебоксары, 13 августа 2018 года / Редколлегия: О. Н. Широков [и др.]. — Чебоксары : ООО ЦНС «Интерактив плюс», 2018. — С. 155–157.
4. Коростелева, Н. А. Анализ социально-психологических методов управления персоналом организации / Н. А. Коростелева, И. С. Вернер // Стратегии устойчивого развития: социальные, экономические и юридические аспекты : материалы Всероссийской научно-практической конференции, Чебоксары, 26 января 2023 года. — Чебоксары : ООО ИД «Среда», 2023. — С. 31–34.

Сведения об авторах

Бекетова Анастасия Викторовна, преподаватель кафедры иностранных языков и русской филологии, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: beketova1998@mail.ru.

Коростелева Наталья Александровна, кандидат педагогических наук, доцент, доцент кафедры педагогики, психологии и социологии, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: korostel_@mail.ru.

Beketova Anastasia V., Lecturer at the Department of Foreign Languages and Russian Philology, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk, Russia; 630087; e-mail: beketova1998@mail.ru.

Korosteleva Natalia A., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Pedagogy, Psychology and Sociology, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk, Russia; 630087; e-mail: korostel_@mail.ru.

Вербицких М. Н.

Белгородский университет кооперации, экономики и права (БУКЭП)

СТРАТЕГИРОВАНИЕ И СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ И МЕХАНИЗМЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЙ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ ЭКОНОМИКИ

В статье отражена роль сферы услуг в трансформационной экономике, обоснованы модели и механизмы эффективного управления сферой услуг, предложена дорожная карта по выбору модели управления, а также алгоритм стратегирования предприятием сферы услуг в нестабильных условиях ведения бизнеса.

Ключевые слова: сфера услуг, модели управления, механизмы управления, трансформация экономики, стратегирование, дорожная карта.

Verbitskikh M. N.

Belgorod University of Cooperation, Economics and law

PROSPECTING AND MODERN MODELS AND MECHANISMS OF EFFECTIVE MANAGEMENT OF THE SERVICE SECTOR IN THE CONTEXT OF ECONOMIC TRANSFORMATION

The article reflects the role of the service sector in the transformational economy, substantiates models and mechanisms for effective management of the service sector, suggests a roadmap for choosing a management model, as well as an algorithm for strategizing a service sector enterprise in unstable business conditions.

Keywords: service sector, management models, management mechanisms, economic transformation, strategizing, roadmap.

Современный этап развития сферы услуг предполагает разработку новых и совершенствование существующих моделей и механизмов систем эффективного управления сферой услуг в переходном этапе развития экономики. Данное обстоятельство обусловлено трансформацией экономики, выраженной межсистемными образованиями, неустойчивостью и структурными изменениями, количественным и качественным составом инструментов, а также структурными изменениями в институциональных отношениях [5]. В связи с данными условиями сфера услуг нуждается в совершенствовании управления, направленной на внедрение и совершенствование моделей и механизмов развития.

Целью данной работы является обзор и систематизация современных моделей и механизмов эффективного управления сферой услуг в нестабильной, трансформационной экономике. Задачи работы — определить основные категории работы, рассмотреть модели и механизмы управления сферой услуг, а также предложить алгоритм стратегирования.

Научная новизна работы заключается в предоставлении дорожной карты по реализации моделей и механизмов управления сферой услуг.

Сфера услуг — это часть экономики, включающей коммерческие и некоммерческие услуги, направленной на разработку, производство и предоставление разнообразных видов услуг с целью удовлетворения потребности потребителя [1, с. 5]. Роль сферы услуг в современных реалиях экономики не может быть недооценена, так как благодаря ей создается большее количество рабочих мест, повышается качество жизни населения и так далее (более подробно роль сферы услуг отражена в таблице).

Роль сферы услуг в экономике в современных условиях [7]

№ п/п	Роль сферы услуг	Характеристика
1	Создание рабочих мест	Отрасли, такие как здравоохранение, образование и гостиничный бизнес, обеспечивают занятость значительной части рабочей силы
2	Экономический рост и вклад в ВВП	Широкий спектр услуг (финансы, здравоохранение и информационные технологии) повышает ценность экономики и вносит значительный вклад в валовой внутренний продукт
3	Повышение качества жизни населения	Многие услуги, предоставляемые сектором, такие как здравоохранение, образование и развлечения, напрямую способствуют повышению качества жизни отдельных людей
4	Инновации и внедрение технологий	Сфера услуг известна своей адаптивностью к новым технологиям и инновационным практикам. Постоянная интеграция технологий улучшает качество предоставляемых услуг, делая процессы более эффективными и улучшая качество обслуживания клиентов
5	Глобальная конкурентоспособность	Сильный и разнообразный сектор услуг повышает глобальную конкурентоспособность страны. Способность предлагать высококачественные услуги делает страну более привлекательной для международных рынков, что способствует развитию международных торговых отношений и экономического сотрудничества

Эффективное управление сферой услуг предполагает целенаправленную организацию процесса стратегирования, мотивацию, контроль по достижению поставленных целей развития сферы услуг с минимальными издержками. В данном случае модель управления — это система представлений об управлении (имеется в виду совокупность, представленная планированием, организацией, мотивацией и контролем хозяйственной деятельности), воздействию на нее внешней среды, а также процессов адаптации к изменениям.

Механизмом эффективного управления следует считать систему, обеспеченную определенными методами, инструментами, информационно-правовым и информационным обеспечением для воздействия на объекты и процессы управляемого процесса. Механизм эффективного управления сферой услуг состоит из целей, критериев, факторов, методов и ресурсов управления.

Дорожная карта по реализации механизмов и методов эффективного управления сферой услуг представляет собой графическое отображение совокупности задач, необходимых для эффективной хозяйственной деятельности. На рис. 1 представлена дорожная карта по выбору моделей эффективного управления предприятием сферы услуг.

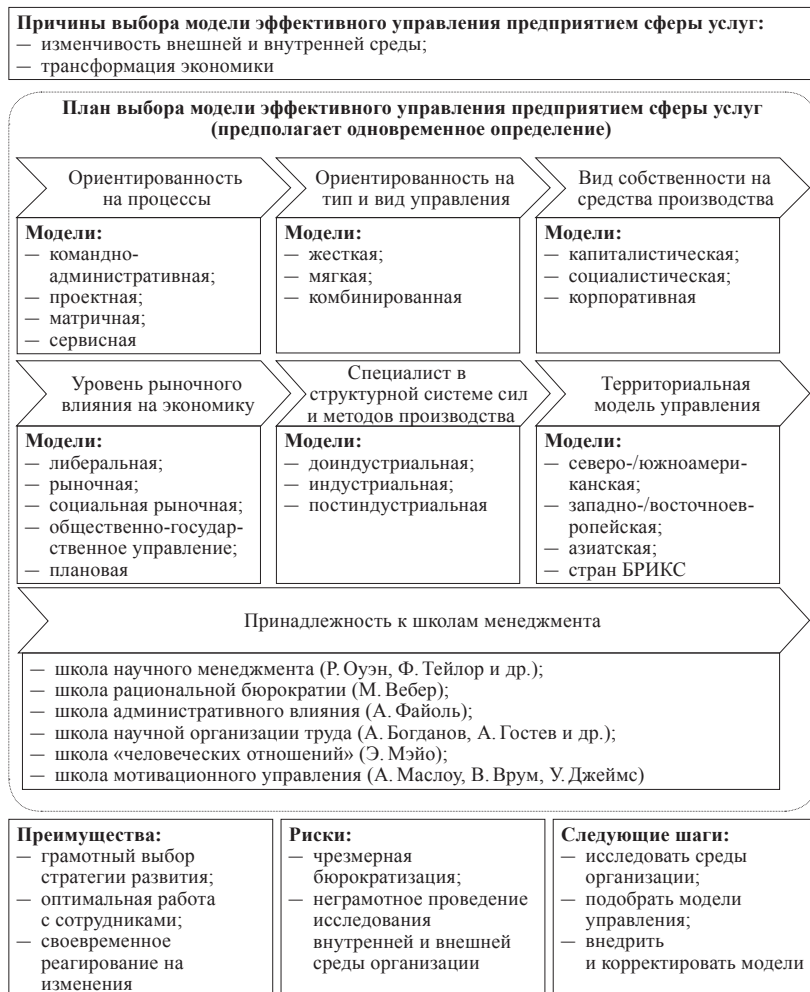


Рис. 1. Дорожная карта выбора модели эффективного управления предприятием сферы услуг
Составлено автором по [2].

После выбора модели эффективного управления сферой услуг следует определить механизмы управления. Важно реализовывать механизмы комплексно, учитывая экономическую, мотивационную, организационную, правовую и политическую природы хозяйственной деятельности предприятия сферы услуг. Комплекс механизмов схематично представлен на рис. 2.



Рис. 2. Комплексный механизм эффективного управления предприятием сферы услуг
Составлено автором с использованием [3, с. 20–21, 6].

Важно отметить, что определение методов и механизмов эффективного управления предприятием сферы услуг должно происходить в процессе стратегирования деятельности предприятия сферы услуг — комплексного инструмента по планированию, прогнозированию и управлению хозяйственным развитием организации. Для детализации процесса важно соблюдать определенный алгоритм, представленный на рис. 3.

Внедрение стратегирования предприятия сферы услуг позволяет своевременно и гибко реагировать на изменения во внешней и внутренней среде организации и реализовывать свои сильные стороны.

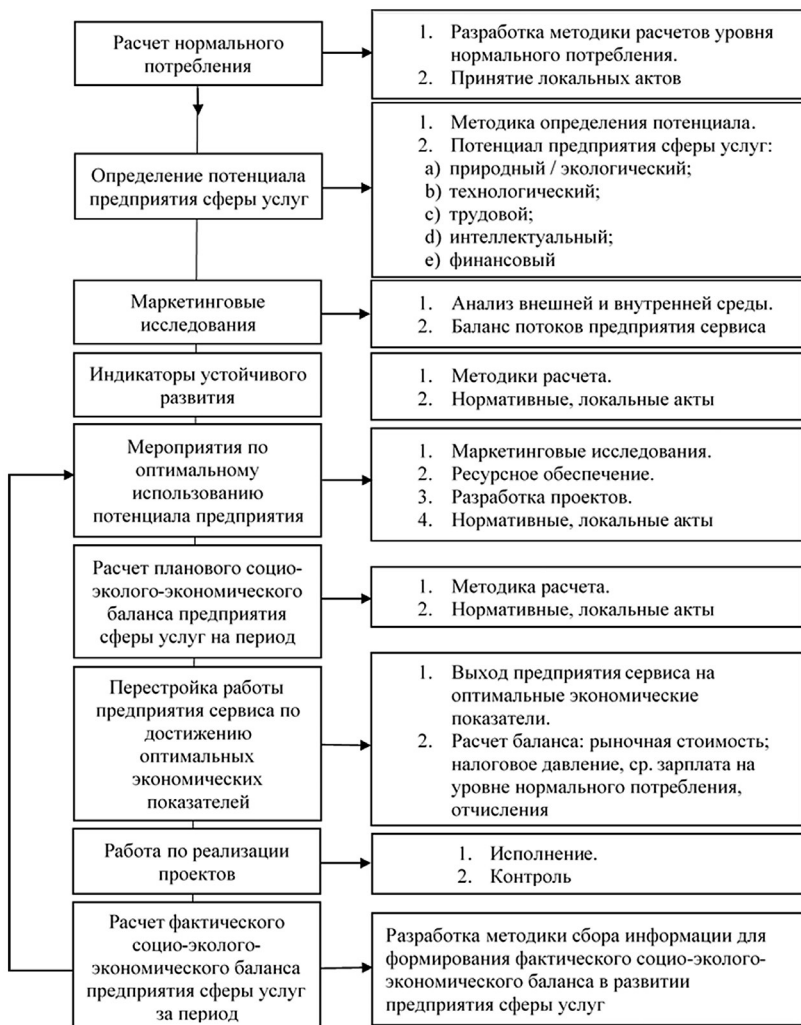


Рис. 3. Алгоритм стратегирования предприятия сферы услуг [4]

В заключение нужно отметить, что современные нестабильные, трансформационные экономические и политические обстоятельства ставят бизнесу сферы услуг ряд задач, от решения которых зависит не только эффективность

деятельности, но и сама способность ее продолжать. Внедрение стратегирования в качестве инструмента по реагированию на изменяющиеся условия ведения бизнеса позволит предприятиям сферы услуг своевременно и гибко перестраиваться, а тщательная проработка моделей и механизмов управления создаст основу для эффективной деятельности организации в условиях трансформационной экономики.

Данная работа отражает роль сферы услуг в трансформационной экономике, обоснование внедрения моделей и механизмов эффективного управления сферой услуг, предложена дорожная карта по выбору модели управления. Статья обосновывает важность внедрения стратегирования предприятия сферы услуг в качестве инструмента эффективного развития в нестабильных политико-экономических обстоятельствах.

Список литературы

1. Бурняшева, Л. А. Сервисная деятельность : учебное пособие / Л. А. Бурняшева. — Москва : КноРус, 2025. — 428 с. — URL: <https://book.ru/book/955845> (дата обращения: 29.12.2024).
2. Дерновая, В. А. Модели эффективного управления организациями строительной сферы. Российское предпринимательство / В. А. Дерновая — Москва : Креативная экономика, 2015. — 16 (17). — 2877–288. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/modeli-effektivnogo-upravleniya-organizatsiyami-stroitelnoy-sfery/viewer> (дата обращения: 28.12.2024).
3. Круглова, Н. Ю. Хозяйственное право : учебное пособие. — 6-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2014. — 883 с.
4. Патрикеев, Н. Г. Стратегирование как фактор эффективного управления развитием территории : дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. — Пермь, 2004. — 182 с.
5. Примеры трансформации экономических систем // Образовательный портал «Справочник». — URL: https://spravochnik.ru/ekonomicheskaya_teoriya/kakovy_osobennosti_funkcionirovaniya_osnovnyh_ekonomicheskikh_sistem/primery_transformacii_ekonomicheskikh_sistem/ (дата обращения: 20.12.2024).
6. Organisational Politics: Political Strategies and Tactics. — URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.daa0b468-6778c449-6d2dded9-74722d776562/https/www.geeksforgeeks.org/organisational-politics-political-strategies-and-tactics/ (дата обращения: 03.01.2025).
7. Service Sector: Meaning, Importance, Benefits and Types. — URL: https://translated.turbopages.org/proxy_u/en-ru.ru.af0909e1-6770fc16-db1d0544-74722d776562/https/www.geeksforgeeks.org/service-sector-meaning-importance-benefits-and-types/ (дата обращения: 25.12.2024).

Сведения об авторе

Вербицких Маргарита Николаевна, аспирант, АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 308023, Россия, г. Белгород, ул. Садовая, 116А; e-mail: verbitskikh99@mail.ru.

Verbitskikh Margarita N., Postgraduate Student, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; Russia, Belgorod, st. Sadovaya, 116A; 308023; e-mail: verbitskikh99@mail.ru.

Волченко Т. А.

Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

ЭФФЕКТ СИНЕРГИИ В РАЗВИТИИ ПРЕДПРИЯТИЙ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА

В статье рассматриваются вопросы кооперации предприятий сельских территорий для достижения синергетического эффекта в процессе выстраивания качественного комплексного продукта сельского туризма путем взаимосвязи бизнес-процессов производства сельскохозяйственных товаров и предоставления сопутствующих услуг. Акцентируется внимание на аспектах многоформатной торговли и развитии спектра услуг, дополняющих друг друга.

Ключевые слова: синергия предприятий сельского туризма, цифровизация взаимодействия предприятий, формирование комплексного продукта сельского туризма.

Volchenko T. A.

Kazan Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

SYNERGY EFFECT IN DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL TOURISM ENTERPRISES

The article discusses the issues of cooperation between agricultural enterprises for achieve a synergistic effect in the process of creation a high-quality integrated product of rural tourism through the interconnection of business processes for the production of agricultural goods and the provision of related services. Attention is focused on the aspects of multiformat trading and the development of a range of services that complement each other.

Keywords: synergy of rural tourism enterprises, digitalization of enterprise interaction, formation of an integrated agricultural tourism product.

Особенностью развития сельского туризма в регионах Российской Федерации является системное взаимодействие предприятий в направлении оказания комплексных туристических услуг и развитии многоформатной торговли продуктами производства сельского хозяйства, укреплении логистических и бизнес-связей между взаимодополняющими друг друга предприятиями смежных отраслей. В процессе проектирования интегрированных структур, организованными такими бизнес-единицами сельскохозяйственной направленности, встает вопрос оценки эффекта синергии с учетом аспектов конкурентного противодействия и кооперации [2] предприятий сельского туризма. Важнейшим компонентом развития сельского туризма является административная поддержка и активное развитие инструментов на базе современных достижений информационных технологий. Важным является как внутриотраслевое взаимодействие, так и популяризация предложений сельского туризма, компоненты туристического продукта, формирование простого и понятного, логически взаимосвязанного, наглядного и доступного предложения для потенциальных туристов.

В утвержденной Правительством РФ «Стратегии развития туризма в России до 2035 г.» [4] развитие информационных технологий для туристической отрасли рассматривается как один из важнейших инструментов развития туризма.

Цифровые технологии в сфере туризма должны стать эффективным инструментом перевода всех государственных услуг по осуществлению туристической деятельности в электронный формат. Развитие цифровизации в туризме является логическим продолжением перевода налоговой отчетности, деятельности Пенсионного фонда России в цифровой формат. Деятельность в сфере туризма и установленная отчетность также запланирована к переводу в электронный формат.

Ковидные ограничения и недоступность привычного очного взаимодействия в достаточно длительном времени в комплексе с широкой доступностью Интернета и мобильных устройств сформировали новый подход к товарообороту и широкому спектру услуг в обществе. Синергия этих обстоятельств за кратчайший период времени позволила широким слоям не только молодого, но и взрослого, более консервативного населения адаптироваться к современным инструментам коммуникации, получению информации, торговым взаимодействиям, развила широкий спектр виртуальных услуг, дистанционных заявок с интернет-доставками, преобразовала товарно-денежные отношения, причув к онлайн-банковским перечислениям.

Стремительная цифровизация задала темп к трансформации различных отраслей, преобразовав требования о наличии сайтов, порталов и интернет-представительств в разряд необходимых. Если в «доковидное» время предприятие по своему желанию к основному, реальному бизнесу могло иметь визитную карточку или поддерживать виртуальную витрину своих предложений, вести продажи через виртуальные площадки, то в настоящее время для любого предприятия акценты стали смещаться в сторону популяризации своих предложений через интернет-пространство. Особенно это стало важно для сферы туризма, высококонкурентной сфере бизнеса.

Специфической особенностью сельскохозяйственного туризма является необходимость погружения в естественную среду обитания — природу, переключение с насыщенной городской жизни с высоким темпом активности на спокойную и размеренную жизнь, активное контрастирование с обычным образом жизни гостей. Однако в большинстве случаев выясняется, что гости не готовы расстаться с привычными благами: высока потребность отдыхающих делиться переполняющими эмоциями с друзьями, близкими, отправляя фотографии с лошадьми, коровами, козочками и милыми розовыми поросятами, участие в праздниках урожая, национальных культурно-развлекательных мероприятиях. Важно активное вовлечение приехавших гостей в процесс, погружение в среду. Следует отметить, что важно соблюсти допустимую внутреннюю психологическую дистанцию, обеспечить внутреннее чувство безопасности, позитивность всего происходящего [1].

При формировании туристических продуктов сельского туризма, объединяющего в себе элементы экотуризма, агротуризма, необходимо тонко подобрать

баланс между единением с природой, комфортными условиями обитания туристов, безопасностью, организацией интересной необычной для приехавших гостей туристической программы, благотворно влияющей на образовательный уровень гостей, и межкультурным пониманием устоев и традиций народов, населяющих территорию принимающей стороны, охраной природных и исторических памятников, заповедников и исторических поселений, живой и неживой природы [3].

Все это возможно в эффективном сопряжении дополняющих друг друга предприятий инфраструктуры сельского туризма:

- предприятий транспорта;
- объектов общественного питания (таверны, шашлычные, кафе, рестораны и т. д.);
- центров народных промыслов и ремесленного производства;
- самодельных коллективов народной направленности;
- частных хозяйственных предприятий по производству сельскохозяйственной продукции;
- животноводческих ферм;
- различных выставок и музеев соответствующей сельской тематики;
- сувенирных предприятий;
- обеспечивающих предприятий (клининг, хозяйственные товары, аптеки и т. д.).

Наличие инструментов и информационных систем, позволяющих объединять и организовать эффективное взаимодействие между предприятиями различной направленности для оперативного, четкого взаимодействия, расширение спектра предлагаемых услуг с соблюдением колорита сельского туризма позволяет повысить поток туристов в место с прекрасными природными характеристиками, удобными дорогами и комфортным проживанием, сможет преподнести необыкновенные эмоции, несущие снятие психологического накопленного напряжения.

Особенность текущего момента в рамках импортозамещения — это появление отечественных решений вместо ушедших с рынка западных продуктов, например, по бронированию отелей. Особенно чувствуется потребность в предложениях продуктов сельской направленности, где будут учтены все вышеперечисленные требования с учетом финансовой доступности туристического продукта потенциальным гостям, что потенциально возможно за счет сокращения неэффективных посреднических услуг невысокого качества. В рамках программ государственной поддержки создается ряд инструментов для развития туристической отрасли, в том числе сельского туризма. Лидером данного направления, с точки зрения автора, является АО «Российский сельскохозяйственный банк», активно развивающий направление сельского туризма «Свое родное», выстраивающий цифровую экосистему «СВОЁ», которая позволяет интегрировать основные компоненты сельского туризма: единение с природой в доступных туристам формах и торговую активность по предложению разнообразных фермерских продуктов как залог здорового образа жизни.

Синергетический эффект развития сельского туризма заключается в вовлечении предприятий различной направленности в развитие туристического продукта и подъема сельского хозяйства в регионах России.

Список литературы

1. Волченко Т. А. Экологический туризм — инструмент развития туристической отрасли России : сборник материалов III Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Т. 3. — Воронеж, 2024. — С. 16–19.
2. Жуковская И. В., Рагимханов А. В. Эффект синергии в исследовании конкурентоспособности предприятий на примере субъектов туристской дестинации Республики Татарстан // Региональная экономика. — 2022. — № 4.
3. Морозов М. А., Войт М. Н. Конкурентоспособность туристской дестинации, анализ ее основных конкурентных преимуществ // Отраслевые рынки. — 2013. — № 3 (29). — С. 82–92. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-turistskoy-destinatsii-analiz-ee-osnovnyh-konkurentnyh-preimuschestv-1/viewer> (дата обращения: 27.01.2025).
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года : распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р. — URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/#1000> (дата обращения: 27.01.2025).

Сведения об авторе

Волченко Татьяна Александровна, аспирант, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»; 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Николая Ершова, 58; e-mail: votak@yandex.ru.

Volchenko Tatiana A., Post-Graduate Student, Kazan Cooperative Institute (branch) Russian University of Cooperation; 58 Nikolay Yershov str., Kazan; 420081, Republic of Tatarstan; e-mail: votak@yandex.ru.

Глызь А. С., Левшина М. А., Печалова Л. В.

Ставропольский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права

ЗНАЧЕНИЕ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье рассматриваются значение и роль потребительской сельскохозяйственной кооперации в развитии агропромышленного сектора и национальной экономики в целом. Объектом исследования выступает потребительская сельскохозяйственная кооперация, выявляются проблемы развития данных форм хозяйствования. Было определено значение сельскохозяйственной потребительской кооперации в обеспечении устойчивого развития сельских территорий, разрешении острых социальных проблем на селе, преодолении нищеты и бедности сельского населения. Выявлен ряд проблем и обозначены перспективы развития сельскохозяйственной потребительской кооперации.

Ключевые слова: кооперация, потребительские кооперативы, агропромышленный сектор, сельское хозяйство.

Glyz A. S., Levshina M. A., Pechalova L. V.

Stavropol Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

THE IMPORTANCE, PROBLEMS AND PROSPECTS OF AGRICULTURAL CONSUMER COOPERATION DEVELOPMENT

The article examines the importance and role of consumer agricultural cooperation in the development of the agro-industrial sector and the national economy as a whole. The object of the research is consumer agricultural cooperation. The authors identify the problems of the development of these forms of management. In the course of this study, the importance of agricultural consumer cooperation in ensuring the sustainable development of rural areas, solving acute social problems in rural areas, overcoming poverty and rural poverty, etc. was determined. A number of problems have been identified and prospects for the development of agricultural consumer cooperation have been outlined.

Keywords: cooperation, consumer cooperatives, agro-industrial sector, agriculture.

Мировой и отечественный исторический опыт кооперативного движения доказал, что кооперативные формы хозяйствования имеют высокий уровень результативности. Кооперативы за период своего существования проявили себя как конкурентоспособные предприятия, умеющие соответствовать меняющимся потребностям населения. Особую востребованность кооперативы получали в периоды кризисов и экономических преобразований. Даже в сложной экономической, социальной и политической обстановке кооперативы демонстрировали свою жизнеспособность.

В современной России в условиях санкционного давления существенно повышается роль сельскохозяйственной потребительской кооперации. Остро стоит проблема развития сельскохозяйственного производства, а также улучшения качества жизни сельчан.

Актуальность развития сельскохозяйственной потребкооперации и её значения для российского села нужно оценивать с позиции вклада кооперативов в решение насущных социально-экономических задач, шаг за шагом решающих проблемы сельских жителей для роста их материального состояния и т. п.

На современном этапе развития российской экономики, в том числе в условиях финансово-экономического и политического давления со стороны европейских стран и США через введенные ими санкции, необходимо более интенсивное развитие потребительской кооперации. Не только в городе, но и на селе.

В подтверждение наших слов мы можем обратиться к высказыванию известного исследователя в области сельхозкооперации и потребкооперации М. С. Афанасьева. Он утверждает, что снижение объемов производства сельхозпродукции, уменьшение численности жителей села, где как постоянное явление имеет место открытая и латентная безработица, влияют на уровень жизни сельчан, и постепенное, хоть и незначительное, но всё же ухудшение их жизни, безусловно, характерно для нынешнего этапа развития российской экономики в условиях санкций и СВО [1, с. 7–9].

Проблемы роли, перспектив и направлений развития сельскохозяйственной потребительской кооперации рассматриваются в трудах отечественных и зарубежных учёных. Основные идеи кооперации в свое время были выдвинуты В. И. Лениным, К. Марксом, Ф. Энгельсом, Р. Оуэном, К. А. Пажитновым, М. М. Туган-Барановским и Ш. Фурье. В изучение кооперации внес вклад российский экономист А. В. Чаянов. Отметим также исследователей А. А. Анциферова, И. Н. Буздалова, А. Лозового, А. А. Николаева, Н. А. Попова, В. Ф. Тотианца, Э. Якоба и других, которые на протяжении многих лет работали над тем, чтобы их вклад в познание вопросов теории и практики сельскохозяйственной кооперации носил практический характер и служил отправной точкой для будущих исследователей потребкооперации.

Говоря о развитии и функционировании кооперативов, нельзя не отметить заслуги в исследовании этой проблемы известных учёных, в том числе зарубежных. Это: О. К. Атюкова, Л. И. Великанова, В. М. Володин, Б. А. Воронин, Н. С. Дешковская, И. В. Захаров, А. А. Кудрявцев, А. Ю. Павлов, И. В. Палаткин, М. Н. Селина, П. М. Советов, М. Ауэр, Л. И. Тринк и Д. А. Фредерик, Р. М. Куштеров, З. Р. Кочкарова, Л. В. Уколова и др.

Несмотря на повышенный интерес исследователей к теме, она нуждается в комплексном исследовании. Значимым является выявление и детальное изучение проблем развития сельскохозяйственной потребительской кооперации в России, потенциал которой на государственном уровне остаётся невыстроенным.

На наш взгляд, для успешного развития кооперации необходимо в первую очередь оказать отрасли должную государственную поддержку и возродить необходимую производственную структуру в полном объёме [2].

Как следствие недостаточной господдержки в области инноваций возникают некоторые сложности с использованием современных технологий производства сельхозпродукции [3]. Так, например, сбыт собственной сельхозпродукции

для крестьянских (фермерских) хозяйств, в том числе продукции, произведённой или выращенной в личных подсобных хозяйствах, весьма и весьма затруднён в силу отсутствия или недоработки законов и подзаконных актов, регулирующих весь этот процесс. Здесь, помимо регулирования в финансово-экономической сфере, должно быть и более широкое информирование кооператоров о рыночной конъюнктуре не только на данный момент времени, но и в обозримой перспективе.

Исследование показало, что существует ряд причин, негативно влияющих на развитие сельскохозяйственной потребительской кооперации. Проводя исследование в данном направлении, нужно обязательно проводить параллели и отыскивать точки отсчёта, отрицательно влияющие на условия ведения аграрного производства и строить новые точки так называемого роста. Существуют как объективные, так и субъективные причины, оказывающие весьма негативное влияние на развитие сельхозкооперации.

На наш взгляд, это низкий уровень государственной поддержки сельского хозяйства, большой дисбаланс цен на сельскохозяйственную продукцию и средства производства для сельского хозяйства, неразвитость материально-технической базы, рыночной инфраструктуры АПК, а также недостаточный уровень господдержки малых форм хозяйствования и сельскохозяйственных потребительских кооперативов.

Таким образом, можно сделать вывод, что требуется активизация деятельности по совершенствованию законодательной и нормативно-правовой базы развития малых форм хозяйствования и кооперативного движения.

Более того, в кооперации наметился заметный кадровый голод. То есть сегодня времени квалифицированных рабочих и работников, профессионально владеющих навыками работы в кооперативном секторе, включая сельскохозяйственные потребительские кооперативы, явно недостаточно для раскручивания кооперативного маховика, позволяющего в кратчайшие сроки начать ускоренное развитие.

Исходя из вышесказанного, становится явным, что жители сёл в недостаточной мере владеют знаниями о кооперации, о её широких возможностях, о самостоятельном кооперировании и в большей степени — из-за отсутствия информационно-консультационных служб на местах.

Преодоление вышеуказанных проблем будет на деле способствовать развитию сельскохозяйственной потребительской кооперации. Решение задач, указанных выше, вполне может стать одним из мощных стимулов, так называемым локомотивом отечественного агропромышленного сектора, что выведет кооперацию из стагнации и поможет преодолеть значительную часть социально-экономических проблем, которые имеются в сельской местности в этот непростой временной промежуток.

Что же относится к перспективным направлениям в развитии кооперации сегодня? Исходя из опыта работы кооперации как советского, так и постсоветского периода России: 1) необходимо тщательно и взвешенно подойти к разработке и продвижению национальных проектов, касающихся государственной поддержки сельскохозяйственной потребительской кооперации; 2) направить

усилия для юридически-обоснованного развития не только нормативно-правовой базы кооперации, но и усиления всех составляющих самого кооперативного законодательства; 3) шире использовать уже имеющуюся базу цифровых технологий для возможного усиления и перспективного развития кооперативных фермерских хозяйств; 4) поставить на службу кооперации инновационные технологии производства сельхозпродукции и в корне пересмотреть способы её реализации организациям и населению.

Что касается цифровых платформ, то здесь нужно подчеркнуть: дальнейшее развитие как традиционной, так и неформальной кооперации, которые имеют место быть, не может перспективно развиваться вне этих платформ. Это подтверждают как исследователи-теоретики, так и исследователи-практики кооперативного движения. Так, через специально созданную цифровую платформу может оперативно осуществляться сбор заявок от различного рода хозяйств и населения на необходимые и тем, и другим ресурсы [4, с. 80]. Более того, через цифровые платформы кооператоры смогут передавать накопленный ими многолетний опыт, тем самым вовлекать в кооперацию всё новых и новых членов.

На основании проведённого нами исследования можно сделать вывод о том, что потенциал потребительской кооперации, исходя из многолетнего опыта её деятельности, имеющихся ресурсов и кадрового состава, огромен. Но, к сожалению, он мало востребован на государственном уровне. Возможно, это связано в том числе и с отсутствием статистической информации в том объёме, который в полной мере мог бы охарактеризовать потребительскую кооперацию в разрезе её полноправного участия в развитии сельских экономических зон Российской Федерации.

Список литературы

1. Афанасьева, М. С. Сельскохозяйственная потребительская кооперация как инструмент совместной деятельности малого агробизнеса / М. С. Афанасьева // Вектор науки ТГУ. — Серия Экономика и управление. — 2014. — № 4 (19). — С. 7–9.
2. Минаков, И. А. Основные направления развития садоводства в России / И. А. Минаков // Аграрная Россия. — 2009. — № 2. — С. 11–16.
3. Экономика предприятия АПК : учебник для студентов высших учебных заведений / И. А. Минаков, Л. А. Сабетова, Н. П. Касторнов [и др.]. — Мичуринск : Мичуринский ГАУ, 2011. — 290 с.
4. Кармышова, Ю. В. Развитие системы сельскохозяйственной потребительской кооперации как фактор сельскохозяйственных территорий и повышения качества жизни: монография / Ю. В. Кармышова, А. А. Кудрявцев, А. Ю. Палов. — Пенза : ПензГТУ, 2019. — 192 с.

Сведения об авторах

Глызь Алина Сергеевна, обучающийся, Ставропольский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 355008, Россия, г. Ставрополь, ул. Голенева, 36; e-mail: common@stavik.ru.

Левшина Маргарита Алексеевна, обучающийся, Ставропольский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 355008, Россия, г. Ставрополь, ул. Голенева, 36; e-mail: common@stavik.ru.

Печалова Лариса Викторовна, д-р ист. наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Ставропольский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 355008, Россия, г. Ставрополь, ул. Голенева, 36; e-mail: common@stavik.ru.

Glyz Alina S., Student, Stavropol Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 355008, Russia, Stavropol, Goleneva str., 36; e-mail: common@stavik.ru.

Levshina Margarita A., Student, Stavropol Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 355008, Russia, Stavropol, Goleneva str., 36; e-mail: common@stavik.ru.

Pechalova Larisa V., Doctor of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines, Stavropol Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 355008, Russia, Stavropol, Goleneva str., 36; e-mail: common@stavik.ru.

Гурская С. П.

Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ В ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА ОБСЛУЖИВАНИЯ СЕЛЬСКОГО НАСЕЛЕНИЯ

Изучение современных аспектов функционирования сельских поселений и обслуживания сельских жителей в Республике Беларусь имеет важное значение. Это связано с целым рядом причин и процессов, происходящих на сельском потребительском рынке. В статье рассмотрена роль потребительской кооперации на потребительском рынке, а также выделены стратегические направления ее деятельности для повышения качества торгового обслуживания сельского населения. Методологическую основу исследования составили труды отечественных ученых, посвященные проблемам функционирования потребительской кооперации и ее участия в формировании инфраструктуры сельских поселений. В процессе исследования использовались программно-целевой, экономико-статистический методы и др.

Ключевые слова: сельские территории, сельское население, агрогородок, потребительская кооперация, торговое обслуживание, автомагазин.

Hurskaya S. P.

Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperation

THE ROLE OF CONSUMER COOPERATION OF THE REPUBLIC OF BELARUS IN IMPROVING THE QUALITY OF SERVICES FOR THE RURAL POPULATION

The study of modern aspects of the functioning of rural settlements and services for rural residents in the Republic of Belarus is important. This is due to a number of reasons and processes taking place in the rural consumer market. The article considers the role of consumer cooperation in the consumer market, as well as highlights the strategic directions of its activities to improve the quality of trade services for the rural population. The methodological basis of the study is the works of domestic scientists devoted to the problems of the functioning of consumer cooperation and its participation in the formation of the infrastructure of rural settlements. In the course of the study, the author used program-target, economic-statistical methods, etc.

Keywords: rural areas, rural population, agro-town, consumer cooperation, trade services, autoshop.

Развитие аграрного сектора экономики и комплексное развитие сельских территорий требует сопровождения значительных социально-экономических преобразований в сельской местности. Прежде всего это касается улучшения условий жизнедеятельности сельского населения.

Правовые основы регулирования системы социального обслуживания и развития сельской инфраструктуры, порядка предоставления и получения социальных услуг определены законами Республики Беларусь «О социальном обслуживании» от 22 мая 2000 г. № 395-З и «О местном управлении и самоуправлении в Республике Беларусь» от 4 января 2010 г. № 108-З [2, 3].

В основе социальной политики в сельской местности определены следующие направления: повышение привлекательности труда и жизненного уровня сельского населения; совершенствование инфраструктуры сельских населенных пунктов; развитие жилищного строительства и коммунального обустройства сельских поселений; модернизация автомобильных дорог и развитие транспортного сообщения в сельской местности; повышение качества образования; улучшение медицинского обслуживания сельского населения; развитие культурно-досуговой деятельности в сельской местности, сохранение и развитие традиционной культуры регионов; развитие физической культуры, спорта и туризма на селе; улучшение бытового и торгового обслуживания сельского населения.

Несмотря на созданные правовые и организационные условия при обслуживании сельского населения, имеется ряд вызовов:

- сокращение численности сельского населения (таблица) [8, с. 41];
- сокращение количества стационарных торговых объектов в сельской местности. Так, за 2017–2024 гг. только по системе потребительской кооперации количество магазинов в сельской местности сократилось на 2 219 единиц (60 % от общего количества магазинов в сельской местности);
- различия в уровне обслуживания жителей в зависимости от типа сельских населенных пунктов. На 1 января 2024 г. в республике насчитывалось 22 991 населенный пункт, в том числе 5 175 сельских населенных пунктов (23 % от общей численности).

Доля численности сельского населения Республики Беларусь за 2000–2024 гг.

Показатели	Годы				Отклонение (+/-)
	2000	2010	2020	2024	
Численность населения, всего, чел.	10 002 535	9 465 608	9 410 259	9 155 978	-846 557
Сельское население, чел.	3 035 148	2 440 163	2 106 354	1 957 693	-1077 455
Удельный вес сельского населения в численности населения республики, в %	30,3	25,7	22,4	21,4	-8,9

Начиная с 2005 года в целях устойчивого развития сельских территорий начали формировать качественно новый тип сельских поселений — агрогородок, т. е. благоустроенный населенный пункт, в котором создана производственная и социальная инфраструктура для обеспечения социальных стандартов проживающему в нем населению и жителям близлежащих территорий [1, с. 12]. В этих населенных пунктах отработана система предоставления населению полного комплекса услуг, сопоставимого по качеству и широте ассортимента с аналогичными торговыми объектами в городах. В республике создан и функционирует 1481 агрогородок.

Учитывая специфику расселения сельского населения и особенностей его обслуживания, для сельских населенных пунктов системой государственных стандартов установлен отдельный норматив минимальной обеспеченности населения торговой площадью в сельской местности:

- в сельских населенных пунктах с численностью населения до 200 человек при отсутствии стационарных торговых объектов обслуживание осуществляется автомагазинами не реже двух раз в неделю, магазинами близлежащих населенных пунктов;

- в сельских населенных пунктах с численностью населения более 200 человек должно быть не менее одного магазина или павильона. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь, по итогам 2023 года норматив минимальной обеспеченности населения торговой площадью в сельских населенных пунктах с численностью населения более 200 человек соблюдается в 81 населенном пункте;

- убыточная работа розничных торговых объектов, объектов общественного питания, связанная с низкой покупательной способностью и невысоким уровнем доходов сельских жителей;

- сложная и затратная логистика при доставке товаров в сельские населенные пункты;

- устаревшая материально-техническая база торговых объектов, их низкая техническая оснащенность; невысокая доля автоматизации торговых объектов, расположенных в сельской местности;

- недостаточное кадровое обеспечение.

Одной из торговых систем, занимающихся обслуживанием сельского населения, в том числе торговым, является потребительская кооперация.

Белорусский республиканский союз потребительских обществ (далее – Белкоопсоюз) представляет собой многоотраслевую коммерческую структуру социальной направленности, располагающую разветвленной сетью объектов торговли, общественного питания, заготовок сельскохозяйственной продукции и сырья, выпускающую разнообразные потребительские товары и оказывающую услуги населению, осуществляющую внешнеэкономическую деятельность, имеющую собственные строительные и транспортные организации, учреждения образования [1, с. 9].

Торговая отрасль потребительской кооперации как никакая другая ориентирована на выполнение социальной функции — снабжение населения товарами народного потребления, оказание широкого спектра дополнительных услуг, оказание содействия в реализации и переработке излишков сельскохозяйственной продукции, произведенной населением в личных подсобных хозяйствах, способствуя росту доходов сельских жителей.

Торговое обслуживание сельского населения осуществляют 4528 магазинов (7,5 % от общего количества по республике), 3218 из которых находятся в сельской местности. Для обслуживания малых населенных пунктов (почти 14 тыс. населенных пунктов) используется 513 автомагазинов; более чем в 5 тыс. населенных пунктах проживает до 10 человек [7].

Начата работа по созданию магазинов сетевого формата, объединенных под брендом «Родны кут» (более 2 тысяч), расположенных на всей территории Республики Беларусь: в селах, агрогородках, районных и областных центрах. Продолжает развитие сеть дискаунтеров «МЕГАонт».

Маркетинговая деятельность кооперативных магазинов имеет ярко выраженную социальную направленность. В настоящее время действует программа с использованием дисконтной карты покупателя «Родны кут» с признаком «социальная», предусматривающая предоставление скидки в размере 10 % на 29 групп социально значимых товаров первой необходимости социально уязвимым категориям населения.

Основным видом деятельности потребительской кооперации является розничная торговля, индикатором развития которой служит ее роль в формировании общего объема розничного товарооборота Республики Беларусь. Прослеживается устойчивая тенденция снижения удельного веса потребкооперации в розничном товарообороте торговых организаций страны. Так, если в 2010 году на долю потребительской кооперации приходилось более 12 % общего объема розничного товарооборота республики, то в 2020 году — около 4 %, а в 2023 году — менее 3 % [9].

Снижение доли потребительской кооперации на внутреннем рынке обусловлено объективными причинами. Прежде всего, это усиление конкуренции со стороны сетевых структур, которые стали активно внедряться в сельские регионы, где потребительская кооперация раньше занимала доминирующее положение [1, с. 9].

Позиции потребительской кооперации на потребительском рынке республики значительно ухудшились в связи с развитием сетевых структур, которые занимают наиболее эффективные для торговли площадки в районных центрах и городах, как правило, не неся при этом никакой социальной нагрузки. При этом они создают не совсем добросовестную конкуренцию. Так, в 2023 году удельный вес товаров иностранного происхождения в розничном товарообороте страны составил 56,8 %, в то время как в потребительской кооперации — более 90 % [8, с. 9].

По сравнению с торговыми сетями Белкоопсоюз несет также дополнительные затраты, выполняя некоторые социальные функции. Поэтому и уровень расходов на оплату труда, содержание торговых объектов, доставку товаров, обслуживание товарных запасов выше, чем у конкурентов. Сохраняющаяся тенденция ежегодной потери потребительской кооперацией своих позиций на потребительском рынке еще более усугубляет ее финансовое положение [1, с. 9].

В целях создания благоприятных условий для повышения качества и эффективности обслуживания сельского населения принят ряд нормативных документов [4, 5, 6].

Основными целями Общереспубликанской концепции обслуживания сельского населения в отраслях торговли, общественного питания и бытового обслуживания на 2024–2027 гг. (далее — Концепция) являются:

- выполнение социального стандарта в областях торговли, общественного питания и бытового обслуживания в сельских населенных пунктах;
- расширение круга субъектов хозяйствования, задействованных в обслуживании сельского населения;
- оказание необходимой поддержки субъектам хозяйствования при осуществлении торговли, общественного питания и бытовых услуг;
- сохранение кадрового потенциала организации для обслуживания сельского населения;
- повышение качества обслуживания сельского населения [6, с. 21].

В выполнении мероприятий, содержащихся в данных нормативных документах, значимая роль отводится потребительской кооперации. Кроме того, данные документы предусматривают компенсацию объективно высоких затрат на осуществление такой деятельности организациям потребительской кооперации, а также финансового оздоровления данных организаций.

Согласно Концепции, к мероприятиям, обеспечивающим повышение качества обслуживания сельского населения, относятся:

- оптимизация маршрутов движения средств развозной торговли (автомагазинов) всех субъектов торговли, графиков их работы, выполнения дополнительных услуг. Организациям потребительской кооперации предоставлено право приобретать автомагазины (в количестве 24 единиц) в 2024–2026 гг. по договорам финансовой аренды (лизинга) у ОАО «Промагролизинг» [5];
 - совершенствование материально-технической базы, освоение современных технологий;
 - создание и порядок работы в организациях, оказывающих услуги населению в сельской местности, «контакт-центров» для приема от населения заявок на приобретение и доставку товаров; оказание услуг;
 - организация и проведение в сельских населенных пунктах ярмарок по продаже продовольственных и непродовольственных товаров;
 - вовлечение овощехранилищ потребительской кооперации в работу по бесперебойному обеспечению потребительского рынка плодовоовощной продукцией в межсезонный период;
 - оказание содействия субъектам торговли по расширению сети интернет-магазинов, осуществляющих доставку товаров в отдаленные сельские населенные пункты;
 - выработка мер по повышению социальной нагрузки для отечественных торговых сетей по обслуживанию сельского населения с учетом особенностей развития конкретного региона;
 - привлечение к оказанию бытовых услуг в сельской местности субъектов частной формы собственности, а также самозанятых физических лиц в сельских поселениях, где отсутствуют базовые организации бытового обслуживания [6].
- Приоритетные задачи в развитии торговой отрасли потребительской кооперации:

1) завершить создание единой системы закупок, предусматривающей централизацию и совершенствование схем товародвижения, а также автоматизацию объектов торговли и общественного питания;

2) совместно с отечественными производителями рассмотреть вопрос о создании оптовых баз (оптовых хабов) для продвижения отечественной продукции в регионы страны;

3) улучшить структуру розничного товарооборота за счет увеличения доли продаж непродовольственных товаров, проводя работу по открытию на своих торговых площадях торговых объектов на условиях франчайзинга и фирменных секций отечественных производителей. Начиная с 2012 года одним из приоритетных направлений расширения реализуемого ассортимента является производство с отечественными предприятиями продукции под собственной торговой маркой Белкоопсоюза («Наша марка»);

4) обеспечить брендирование торговых объектов, широкую маркетинговую политику. В целях привлечения потока покупателей Белкоопсоюз рассматривает возможность открытия пунктов выдачи заказов (ПВЗ) российских маркетплейсов Wildberries и Ozon в сельских магазинах. Делается расчет на то, что покупатель, придя в магазин, не только заберет заказ с маркетплейса, но и купит товар в магазине. Таким образом, открытие ПВЗ позволит компенсировать затраты на содержание магазинов;

5) развивать специализированные форматы объектов общественного питания и придорожного сервиса, услуги доставки, выездных мероприятий;

6) открыть в торговом центре «Першы нацыянальны гандлёвы дом» розничный торговый объект потребительской кооперации, реализующий собственную продукцию организаций Белкоопсоюза, а также объект общественного питания, предлагающий меню из блюд национальной белорусской кухни;

7) обеспечить контроль за соблюдением графиков и маршрутов движения автомагазинов, в том числе установив в транспортные средства электронные системы слежения за их местонахождением.

Таким образом, реализация намеченных мероприятий будет иметь как экономический эффект за счет повышения продуктивности работы кооперативных торговых организаций и торговой отрасли в целом, так и социальный, выражающийся в наиболее полном удовлетворении потребностей сельского населения в качественных товарах и услугах по доступным ценам, увеличении доходов сельчан за счет продажи излишков сельскохозяйственной и дикорастущей продукции.

Список литературы

1. Гурская, С. П. Роль потребительской кооперации Республики Беларусь в торговом обслуживании сельского населения / С. П. Гурская // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2018. — № 3 (25). — С. 9–15.
2. О социальном обслуживании: закон Респ. Беларусь от 22 мая 2000 г., № 395-З (в ред. от 8 июля 2024 г. № 22-3) // Информационная правовая система ILEX. — URL: <https://ilex.by/> (дата обращения: 01.02.2025).

3. О местном управлении и самоуправлении в Республике Беларусь: закон Респ. Беларусь, 4 янв. 2010 г. № 108-З (в ред. от 11 окт. 2024 г. № 36-З) // Информационная правовая система ILEX. — URL: <https://ilex.by/> (дата обращения: 01.02.2025).
4. О развитии торговли, общественного питания и бытового обслуживания: указ Президента Респ. Беларусь, 22 сент. 2017 г. № 345 (в ред. от 2 февр. 2024 г. № 42) // Информационная правовая система ILEX. — URL: <https://ilex.by/> (дата обращения: 01.02.2025).
5. О поддержке организаций потребительской кооперации: указ Президента Респ. Беларусь, 5 авг. 2024 г. № 309 // Информационная правовая система ILEX. — URL: <https://ilex.by/> (дата обращения: 01.02.2025).
6. Общереспубликанская концепция обслуживания сельского населения в отраслях торговли, общественного питания и бытового обслуживания на 2024–2027 гг. : утв. первым заместителем Премьер-министра Респ. Беларусь Н. Г. Снопковым, 19 июля 2024 г. № 32/221-471/221 // Информационная правовая система ILEX. — URL: <https://ilex.by/> (дата обращения: 01.02.2025).
7. Оперативные и стратегические. Какие задачи стоят перед Белкоопсоюзом и как решаются. — URL: <https://belta.by/society/view/operativnye-i-strategicheskie-kakie-zadachi-stojat-pered-belkoopsojuzom-i-kak-reshajutsja-651370-2024> (дата обращения: 01.02.2025).
8. Статистический ежегодник Республики Беларусь. 2024: стат. сборник / Нац. стат. комитет Респ. Беларусь. — Минск : Нац. стат. комитет Респуб. Беларусь, 2024. — 317 с.
9. Участие в общем собрании Белкоопсоюза. — URL: <https://president.gov.by/ru/events/uchastie-v-obshchem-sobranii-belkoopsoyuza> (дата обращения: 01.02.2025).

Сведения об авторе

Гурская Светлана Петровна, канд. экон. наук, доцент кафедры коммерции и логистики, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации; 246029, Республика Беларусь, г. Гомель, пр. Октября, 50; e-mail: kafedra-kitt2007@rambler.ru.

Hurskaya Svetlana P., Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Commerce and Logistics, Belarusian Trade and Economics University of Consumer Cooperation; 246029, Republic of Belarus, Gomel, Oktyabrya Ave., 50; e-mail: kafedra-kitt2007@rambler.ru.

Деревянкин А. В., Яворская С. А.

Сибирский университет потребительской кооперации,

Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий РАН

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ И ЭФФЕКТИВНЫЕ МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

В статье рассматриваются современные модели и механизмы эффективного управления в условиях трансформации экономики. Особое внимание уделяется таким аспектам, как гибкое управление (Agile), цифровизация и автоматизация бизнес-процессов, культура инноваций и предпринимательства, устойчивое развитие и ESG-факторы, распределенное лидерство и горизонтальные структуры, дизайн-мышление и модель «открытых инноваций». Описаны преимущества и области применения каждой из этих моделей, а также приведены примеры их успешного использования в различных секторах экономики.

Ключевые слова: управление, экономическая трансформация, Agile, цифровизация, инновации, устойчивое развитие, дизайн-мышление, открытые инновации.

Derevyankin A. V., Yavorskaya S. A.

Siberian University of Consumer Cooperation,

Siberian Federal Scientific Center of Agrobiotechnologies of the Russian Academy of Sciences

MODERN APPROACHES AND EFFECTIVE MANAGEMENT MECHANISMS IN THE CONTEXT OF ECONOMIC TRANSFORMATION

The article discusses modern models and mechanisms of effective management in the context of economic transformation. Particular attention is paid to such aspects as agile management, digitalization and automation of business processes, culture of innovation and entrepreneurship, sustainable development and ESG factors, distributed leadership and horizontal structures, design thinking, and open innovation model. The advantages and areas of application of each of these models are described, and examples of their successful use in various sectors of the economy are provided.

Keywords: management, economic transformation, Agile, digitalization, innovation, sustainable development, design thinking, open innovation.

Современные модели и механизмы эффективного управления в условиях трансформации экономики направлены на адаптацию к изменяющимся условиям рынка, технологическим инновациям и социальным сдвигам. Эти подходы включают гибкость, адаптивность, цифровизацию процессов и фокус на устойчивое развитие. Рассмотрим несколько ключевых моделей и механизмов.

Гибкое управление, известное как Agile, представляет собой методологию, которая кардинально изменила подход к управлению проектами. Основная идея Agile заключается в том, что проект реализуется через последовательные короткие циклы работы, называемые спринтами. Каждый спринт включает

в себя планирование, выполнение, проверку и оценку результатов, что позволяет команде быстро адаптироваться к изменениям и улучшать продукт на каждом этапе.

Agile изначально был разработан для разработки программного обеспечения, но его принципы и подходы нашли свое применение в самых различных областях, включая маркетинг, управление проектами в строительстве, образовании и даже в здравоохранении. Это связано с тем, что в современном мире скорость изменений и необходимость быстрой реакции на запросы клиентов становятся все более актуальными.

Основные принципы Agile включают:

1. Итеративная разработка. Продукт создается и дорабатывается небольшими частями. Каждая новая функция проходит тестирование и проверку, прежде чем будет добавлена следующая. Это позволяет избежать накопления ошибок и обеспечивает более качественный конечный продукт.

2. Регулярные встречи команды. Команды Agile проводят ежедневные или еженедельные собрания, на которых обсуждают текущий прогресс, выявляют проблемы и ищут пути их решения. Эти встречи способствуют улучшению коммуникации и сплоченности команды.

3. Взаимодействие с заказчиком. Заказчики активно участвуют в процессе разработки, предоставляя обратную связь после каждого спринта. Это позволяет команде лучше понимать потребности клиента и вносить изменения в продукт на ранних стадиях, что значительно снижает риск недовольства конечным результатом.

4. Гибкость: Agile позволяет командам оперативно менять требования и приоритеты проекта в ответ на изменения внешней среды или внутренние запросы. Это особенно важно в условиях быстро меняющихся рынков.

Преимущества Agile: быстрое реагирование на изменения, повышение качества продукта, улучшение вовлеченности сотрудников.

Agile подходит для компаний, работающих в быстро меняющихся отраслях, таких как информационные технологии, финтех и стартапы. Он также эффективен в проектах, где требуется высокая степень адаптации к изменениям требований заказчика. Например, в сфере маркетинга Agile позволяет быстро тестировать и внедрять новые рекламные кампании, адаптируя их в зависимости от отзывов потребителей и анализа рынка [1, 2].

Цифровизация и автоматизация бизнес-процессов — это не просто модные слова, а фундаментальные изменения в подходе к ведению бизнеса, обеспечивающие значительное конкурентное преимущество в современном мире. Переход от традиционных, аналоговых методов к цифровым технологиям подразумевает не только использование компьютеров и программного обеспечения, но и глубокую трансформацию всей организационной структуры и корпоративной культуры. Это глобальная перестройка, затрагивающая все аспекты деятельности компании от взаимодействия с клиентами до управления внутренними ресурсами.

Рассмотрим подробнее некоторые ключевые технологии, лежащие в основе цифровизации и автоматизации.

CRM-системы (Customer Relationship Management). Это не просто базы данных клиентов. Современные CRM-системы представляют собой комплексные платформы, позволяющие не только собирать и хранить информацию о клиентах, но и анализировать их поведение, прогнозировать потребности, персонализировать маркетинговые кампании и автоматизировать взаимодействие с ними на всех этапах — от первого контакта до постпродажного обслуживания. Включают в себя инструменты для управления продажами, сервисом, маркетингом и аналитики. Более того, современные CRM-системы часто интегрируются с другими системами, такими как ERP и маркетинговые автоматизации, создавая единую экосистему управления взаимодействиями.

ERP-системы (Enterprise Resource Planning). Это интегрированные системы управления ресурсами предприятия, охватывающие все ключевые бизнес-функции: финансы, бухгалтерский учет, управление запасами, производство, логистику, управление персоналом и многое другое. ERP-системы обеспечивают единую информационную среду, устраняя информационные разрывы между отделами и повышая эффективность планирования и контроля. Более того, облачные ERP-системы обеспечивают доступ к данным из любой точки мира, что особенно важно для компаний с распределенной структурой.

Искусственный интеллект (ИИ) и машинное обучение (МО). ИИ и МО играют все более важную роль в цифровизации и автоматизации. Они позволяют анализировать огромные объемы данных, выявлять скрытые закономерности, прогнозировать будущие тренды и автоматизировать принятие решений. Примеры применения включают в себя предиктивную аналитику для прогнозирования продаж, чат-боты для обслуживания клиентов, системы распознавания образов для контроля качества и многое другое. Развитие больших языковых моделей (LLM) открывает новые возможности для автоматизации задач, связанных с обработкой текста и естественным языком.

Роботизированная автоматизация процессов (RPA). RPA — это технология, позволяющая автоматизировать рутинные задачи, имитируя действия человека в цифровых системах. Программные роботы могут взаимодействовать с различными приложениями, вводить данные, обрабатывать документы и выполнять другие повторяющиеся операции, значительно повышая производительность и снижая вероятность человеческой ошибки. RPA особенно эффективна для автоматизации задач, связанных с обработкой больших объемов информации, таких как обработка заказов, ввод данных и обработка документов.

Преимущества цифровизации и автоматизации очевидны: повышение эффективности, снижение затрат, ускорение принятия решений, улучшение качества обслуживания клиентов и повышение конкурентоспособности.

Культура инноваций и предпринимательства — это не просто модный тренд, а жизненно важный фактор выживания и процветания любой современной организации, особенно в условиях стремительно меняющегося рынка. Она представляет собой комплексную систему ценностей, процессов и практик, направленных на генерацию, развитие и реализацию новых идей, продуктов и бизнес-моделей. Создание такой культуры — это долгосрочная стратегическая задача, требующая всестороннего подхода и значительных инвестиций.

В основе культуры инноваций лежит убеждение в том, что каждый сотрудник может стать генератором ценных идей. Это предполагает создание среды, свободной от страха неудач и критики, где эксперименты приветствуются, а ошибки рассматриваются как важные этапы обучения. Ключевым элементом является поддержка инициатив сотрудников на всех уровнях организации. Это может проявляться в различных формах: от выделения времени для работы над личными проектами до предоставления специальных грантов на разработку инновационных решений.

Финансирование стартапов является критически важным аспектом формирования культуры инноваций. Корпоративные венчурные фонды (corporate venture capital, CVC) играют здесь ключевую роль, позволяя компании инвестировать в перспективные проекты как внутри организации, так и за её пределами. Однако важно отметить, что эффективность CVC зависит от наличия профессиональной команды управления, четко определенной инвестиционной стратегии и систематического мониторинга инвестиционных портфелей. Кроме того, внутренние акселераторы и инкубаторы способствуют ускорению развития перспективных идей и предоставляют стартапам доступ к ресурсам и экспертизе компании. Обучение и развитие персонала не менее важно.

Преимущества развитой культуры инноваций очевидны: постоянный поток новых идей, улучшение конкурентоспособности компании, повышение эффективности и прибыльности, привлечение высококвалифицированных специалистов, укрепление бренда и увеличение стоимости компании. Однако необходимо помнить, что внедрение такой культуры — это не быстрый процесс, а длительная работа, требующая постоянного внимания и усилий со стороны руководства и всех сотрудников организации. Её успех зависит от сочетания правильных стратегий, эффективных инструментов и мотивации всех участников процесса. Только при таком подходе культура инноваций сможет стать действительным двигателем роста и развития организации. Игнорирование этого аспекта в условиях жесткой конкуренции может привести к серьезным проблемам и даже к упадку компании [3, 4].

Устойчивое развитие — это не просто модный тренд, а фундаментальный подход к ведению бизнеса, предполагающий гармоничное сочетание экономического роста, социальной справедливости и экологической безопасности. Его суть заключается в интеграции экологических, социальных и управленческих (ESG) факторов во все аспекты стратегического планирования и операционной деятельности компании. Это не просто косметические изменения, а глубокая трансформационная работа, затрагивающая все уровни организации — от высшего руководства до рядовых сотрудников. Цель — создать устойчивую бизнес-модель, способную обеспечить долгосрочный успех компании, не нанося ущерба окружающей среде и обществу.

В основе устойчивого развития лежат три взаимосвязанных столпа:

1. Экологические факторы (Environmental): этот аспект фокусируется на минимизации негативного воздействия на окружающую среду. Здесь речь идет не только о снижении углеродного следа, что, безусловно, является ключевым элементом (включая переход на возобновляемые источники энергии, повышение

энергоэффективности, внедрение технологий улавливания и хранения углерода (CCS) и утилизацию отходов), но и о более широком спектре мер. Это ответственное использование природных ресурсов (вода, леса, минералы), внедрение круговой экономики (переработка, повторное использование материалов), сохранение биоразнообразия, борьба с загрязнением воздуха, воды и почвы, а также учет климатических рисков, таких как наводнения, засухи и экстремальные погодные явления, с переходом в стратегическое планирование. Важным аспектом является прозрачное раскрытие информации об экологическом воздействии деятельности компании, включая публикацию отчетов об устойчивом развитии, прошедших независимую верификацию.

2. Социальные факторы (Social): этот аспект рассматривает взаимодействие компании с обществом и ее влияние на людей. Ключевыми элементами являются обеспечение достойных условий труда для сотрудников (зарплата, безопасность, возможности для профессионального развития, равные права и возможности), поддержка местных сообществ (инвестиции в социальные проекты, сотрудничество с местными организациями), продвижение этических и ответственных цепочек поставок (отказ от использования детского труда, соблюдение прав человека на всех этапах производства), борьба с коррупцией и дискриминацией, обеспечение доступности продукции и услуг для широкого круга потребителей, учет потребностей и мнений заинтересованных сторон (стейкхолдеров), продвижение инклюзивности и разнообразия в составе персонала и руководства.

3. Управленческие факторы (Governance): этот аспект сосредоточен на эффективности и прозрачности управления компанией. Сюда входят прозрачная и подотчетная система корпоративного управления, соблюдение высоких этических стандартов, эффективное управление рисками, независимый и объективный аудит, защита прав акционеров, прозрачная система вознаграждения менеджмента, антикоррупционная политика, четко сформулированная стратегия устойчивого развития, регулярный мониторинг и оценка прогресса в достижении целей устойчивого развития. Важным аспектом является наличие специального комитета по устойчивому развитию в совете директоров, отвечающего за разработку и реализацию стратегии ESG.

Преимущества перехода к устойчивому развитию многогранны. Помимо улучшения репутации и привлечения инвестиций, компания получает конкурентное преимущество, снижает операционные издержки (за счет повышения энергоэффективности, уменьшения отходов), укрепляет отношения с партнерами и потребителями, повышает лояльность сотрудников и привлекает таланты, создает более устойчивую и адаптируемую к изменениям бизнес-модель. С другой стороны, несоблюдение принципов устойчивого развития может привести к существенным финансовым потерям, репутационному ущербу, санкциям со стороны регулирующих органов и потере доверия инвесторов и потребителей. В условиях растущей озабоченности социальными и экологическими проблемами устойчивое развитие становится не просто желательным, а необходимым условием для долгосрочного успеха любой компании независимо от ее размера и отрасли. Игнорировать ESG-факторы — значит, рисковать будущим бизнеса [3, 4].

Распределенное лидерство и горизонтальные структуры управления представляют собой радикальный отход от традиционных иерархических моделей организации. Вместо строгой вертикали власти, где решения спускаются сверху вниз, распределенное лидерство предполагает децентрализацию ответственности и принятия решений. Это не означает отсутствие руководства, а скорее его трансформацию: лидерство становится распределенным ресурсом, доступным на всех уровнях организации. Вместо единственного лидера на вершине пирамиды лидерские качества проявляются у многих сотрудников в зависимости от ситуации и задачи. Такая модель идеально подходит для динамичных, быстро меняющихся сред, где жесткая иерархия становится тормозом для инноваций и оперативного реагирования.

Распределенное лидерство особенно эффективно в организациях, работающих в условиях высокой неопределенности и быстро меняющейся среды: стартапы, IT-компании, консалтинговые фирмы, проектные организации, научно-исследовательские институты. Однако внедрение такой модели требует тщательной подготовки и продуманного подхода. Необходимо оценить готовность сотрудников к новой модели работы, развить необходимые компетенции, создать соответствующую корпоративную культуру и выбрать подходящие инструменты для поддержки коммуникации и координации работы.

Дизайн-мышление — это методология решения проблем, которая акцентирует внимание на потребностях конечных пользователей. Этот подход используется для создания инновационных решений, которые максимально соответствуют ожиданиям и требованиям пользователей. Процесс дизайн-мышления включает в себя пять ключевых этапов: эмпатия, определение проблемы, генерация идей, прототипирование и тестирование.

Дизайн-мышление может быть использовано в различных сферах, включая разработку продуктов, маркетинг и обслуживание клиентов. Этот подход особенно эффективен в компаниях, ориентированных на инновационные продукты и сервисы, таких как технологические стартапы, компании в сфере услуг и даже в образовании.

Модель «открытых инноваций» основана на идее, что компании могут и должны использовать внешние источники знаний и ресурсов для создания новых продуктов и решений. Это сотрудничество может происходить с различными партнерами, такими как поставщики, университеты, исследовательские центры и даже конкуренты. Такой подход позволяет компаниям не только ускорить процесс инноваций, но и снизить затраты, а также повысить качество разрабатываемых продуктов. Сотрудничество с университетами и научными центрами: компании могут использовать результаты научных исследований и разработки новых технологий, что позволяет им оставаться на переднем крае инноваций. Например, многие технологические компании сотрудничают с университетами для разработки новых алгоритмов и программного обеспечения.

Преимущества открытых инноваций: ускорение процесса разработки, снижение рисков, доступ к новым рынкам, увеличение креативности и инновационности [5, 6].

Представленные выше современные модели и механизмы управления обеспечивают компаниям возможность успешно адаптироваться к трансформационным изменениям в экономике, сохраняя свою конкурентоспособность и создавая ценность для всех заинтересованных сторон. Выбор той или иной модели зависит от специфики отрасли, целей компании и текущих вызовов, стоящих перед ней.

Список литературы

1. Моделирование механизмов управления инновационно-инвестиционным развитием экономики России в условиях цифровой и технологической трансформации : монография / К. Х. Зоидов, О. Н. Башук, А. А. Растегаев, С. А. Растегаев. — Москва : ИПР РАН, 2024. — 182 с. — DOI 10.33051/978-5-6052141-4-4-2024-1-182. — EDN AKPRTB.
2. Новиков, Н. И. Трансформация экономики: современные модели и механизмы эффективного управления / Н. И. Новиков // Современные тенденции развития фундаментальных и прикладных наук : материалы VII Всероссийской научно-практической конференции, Брянск, 25 января 2024 года. — Брянск : Брянский государственный инженерно-технологический университет, 2024. — С. 95–98. — EDN VQEBBI.
3. Хуриев, Р. В. Адаптивная модель управления системой высшего образования в условиях цифровой трансформации экономики / Р. В. Хуриев, Ф. А. Мамбетова // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). — 2024. — Т. 15, № 1. — С. 132–147. — DOI 10.18184/2079–4665.2024.15.1.132–147. — EDN RNAZUA.
4. Емец, А. С. Проблема трансформации механизма управления финансовыми результатами организации в условиях мобилизационной экономики / А. С. Емец // Вестник евразийской науки. — 2024. — Т. 16, № S3. — С. 16. — EDN DROGHE.
5. Корхов, А. В. Факторы управления структурными трансформациями региональных промышленных систем / А. В. Корхов // Актуальные направления научных исследований XXI века: теория и практика. — 2023. — Т. 11, № 4 (63). — С. 117–127. — DOI 10.34220/2308-8877-2023-11-4-118-127. — EDN UUAMCJ.
6. Сидоренко, А. С. Системный подход в стратегическом управлении региональных социально-экономических систем / А. С. Сидоренко // Экономика: вчера, сегодня, завтра. — 2018. — Т. 8, № 8А. — С. 242–252. — EDN YTHDTV.

Сведения об авторах

Деревянкин Александр Вячеславович, канд. с.-х. наук, доцент кафедры пищевых технологий, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск,

пр. К. Маркса, 26; ведущий научный сотрудник лаборатории управления, интеграции и кооперации АПК, ФГБНУ «Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий»; 630501, Россия, р. п. Краснообск, ул. Центральная, 2б; e-mail: derevyankinav@sfscs.ru.

Яворская Софья Александровна, обучающийся, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; лаборант-исследователь лаборатории управления, интеграции и кооперации АПК, ФГБНУ «Сибирский федеральный научный центр агробиотехнологий»; 630501, Россия, р. п. Краснообск, ул. Центральная, 2б; e-mail: yavorskaysa@sfscs.ru.

Derevyankin Alexander V., Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor of the Department of Food Technology, Siberian University of Consumer Cooperation, Siberian Federal University of the Russian Federation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk; 630087, Russia; Leading Researcher at the Laboratory of Management, Integration and Cooperation of the Agroindustrial Complex, Siberian Federal Research Center agrobiotechnologies»; 630501, Russia, Krasnoobsk, Tsentralnaya str., 2b; e-mail: derevyankinav@sfscs.ru.

Yavorskaya Sofya A., Student, Siberian University of Consumer Cooperation, Siberian Federal University of the Russian Federation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk; 630087, Russia; laboratory researcher at the Laboratory of Management, Integration and Cooperation of the Agroindustrial Complex, Siberian Federal Research Center for Agrobiotechnology; 630501, Russia, Krasnoobsk, Tsentralnaya str., 2b; e-mail: yavorskaysa@sfscs.ru.

Дроздова М. И.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОЙ БАЗЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ И СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВОВ

Цель статьи заключается в характеристике особенностей формирования социальной базы сельскохозяйственного потребительского и потребительского кооператива, выявлении их отличительных признаков, а также в доказательстве условной принадлежности сельскохозяйственного потребительского кооператива к кооперативам, идентифицируемым по принципам Международного кооперативного альянса.

Ключевые слова: пайщик, кооператив, социальная база, потребительский кооператив, потребительская кооперация, сельскохозяйственный потребительский кооператив.

Drozdova M. I.

Siberian University of Consumer Cooperation

ON THE ISSUE OF THE SOCIAL BASE OF AGRICULTURAL CONSUMER COOPERATIVES AND CONSUMER COOPERATIVES

The purpose of the article is to characterize the features of the formation of the social base of an agricultural consumer cooperative and a consumer cooperative, to identify their distinctive features, as well as to prove the conditional affiliation of an agricultural consumer cooperative to cooperatives identified according to the principles of the International Cooperative Alliance.

Keywords: shareholder, cooperative, social base, consumer cooperative, consumer cooperative, agricultural consumer cooperative.

Социальная база субъектов различных организационно-правовых форм — это объективная необходимость их успешного и эффективного функционирования. Социальным называют то, что связано с процессами, жизнью и отношениями людей в обществе, — следовательно, социальная база определяется как совокупность социальных элементов (индивидов, групп), которые вступают во взаимодействие друг с другом с целью удовлетворения потребностей системы или организации. Поэтому формирование социальной базы, то есть совокупности индивидов, ради которых осуществляют деятельность хозяйствующие субъекты, нацелено на обеспечение их экономического успеха.

Цель и задачи исследования состоят в характеристике особенностей формирования социальной базы сельскохозяйственного потребительского кооператива и потребительского кооператива, выявлении их отличительных признаков, а также в доказательстве условной принадлежности сельскохозяйственного потребительского кооператива к кооперативам, идентифицируемым по принципам Международного кооперативного альянса (МКА).

Научная новизна заключается в обосновании авторской позиции в уместности безусловного причисления сельскохозяйственных потребительских кооперативов к потребительским кооперативам, функционирующим по принципам Международного кооперативного альянса в сельском хозяйстве.

Методом исследования является авторский метод логического построения цепочек взаимосвязи социально-экономических явлений и процессов в потребительской кооперации.

Сельскохозяйственные потребительские кооперативы и потребительские кооперативы, функционирующие в соответствии с законами Российской Федерации «О сельскохозяйственной кооперации» и «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации», признаются некоммерческими организациями. Однако социальные базы этих кооперативов имеют принципиальные отличия. Одно из них заключается в наличии или отсутствии трудовых отношений с кооперативом.

В соответствии со ст. 2 п. 1 ФЗ-193 «О сельскохозяйственной кооперации» создателями сельскохозяйственных потребительских кооперативов являются сельскохозяйственные товаропроизводители и (или) граждане, ведущие личное подсобное хозяйство при условии их обязательного участия в хозяйственной деятельности потребительского кооператива [1]. В определении кооперативов этого типа отсутствует главная составляющая — удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков, хотя цель создания любого экономического субъекта группой лиц в первую очередь состоит в удовлетворении материальных потребностей, уровень которых зависит от материального положения работника. Основой трудовых отношений между работодателем и наемным работником и трудовой деятельности последних является финансовое и материальное поощрение.

Социальной базой сельскохозяйственных потребительских кооперативов являются их создатели: сельскохозяйственные товаропроизводители, владельцы личных подсобных хозяйств и работники, а это означает, что в составе кооперативов этого вида нет членов-потребителей, то есть не связанных с кооперативом трудовыми отношениями, удовлетворение не только материальных, но и иных потребностей которых было бы целью деятельности сельскохозяйственного потребительского кооператива.

Декларация о кооперативной идентичности, принятая в 1995 году на конгрессе Международного кооперативного альянса (МКА), посвященном его 100-летию, раскрывает наиболее важные для кооперативного движения принципы и ценности, которые распространяются на все виды кооперативов, в том числе и на сельскохозяйственные потребительские [2]. В 2005 году Международным кооперативным альянсом было инициировано проведение процедуры идентификации кооперативов, подразумевающей соответствие их принципам и ценностям международного кооперативного движения.

Сопоставляя содержание принципов МКА с деятельностью сельскохозяйственных потребительских кооперативов, было выявлено отсутствие необходимого соответствия по ряду принципов.

Сельскохозяйственный потребительский кооператив не соответствует первому принципу Декларации о кооперативной идентичности «Добровольное и

открытое членство», который подразумевает возможность вступления в кооператив без каких-либо условий. Действительно, любой сельскохозяйственный товаропроизводитель может стать членом кооператива, но только при обязательном соблюдении условия личного участия в хозяйственной деятельности. В ст. 1 Федерального закона № 41-ФЗ «О производственных кооперативах» от 08.05.1996 г. сказано: «Производственный кооператив — это коммерческая организация в виде добровольного объединения граждан на основе членства для совместной производственной или иной хозяйственной деятельности, основанной на их личном трудовом или ином участии и объединении имущественных паевых взносов» [3], что не позволяет судить о кооперативах данного типа как потребительских.

В сельскохозяйственном потребительском кооперативе не реализуются и другие кооперативные принципы:

- автономия и независимость. Этот принцип подразумевает функционирование кооперативов на основе самопомощи под контролем их членов. Однако сельскохозяйственным потребительским кооперативам предоставляются различные виды государственной поддержки: гранты, субсидии, компенсация затрат, льготные кредитование и лизинг;

- образование, профессиональная подготовка и информация. В отличие от потребительских обществ системы Центросоюза, сельскохозяйственные потребительские кооперативы не имеют собственной издательской базы для издания печатной продукции о своей деятельности, образовательных организаций для профессиональной подготовки и переподготовки специалистов;

- забота об обществе. В сельскохозяйственных потребительских кооперативах преобладают личные интересы над общественными; в потребительских обществах достигается баланс интересов территорий, общества, кооперативов и пайщиков. Потребительские кооперативы действуют на основе одобренной их членами политики в целях обеспечения устойчивого роста не только своего кооператива, но и, развивая многоотраслевую деятельность, принимают на себя определенную долю ответственности за экономическое, социальное, культурное развитие, сохранение экологии территории, на которой они проживают. Забота потребительских обществ об общественных интересах проявляется в пределах соглашений об их взаимодействии с органами власти и управления.

Приведенная аргументация дает основание не признавать сельскохозяйственный потребительский кооператив потребительским кооперативом и идентифицировать его как производственно-потребительский, имеющий не только потребительскую, но и выраженную в обязательном личном трудовом участии производственную составляющую.

Закон «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» регламентирует все наиболее важные и основополагающие стороны функционирования потребительских кооперативов как симбиоза двух взаимосвязанных направлений деятельности: предпринимательского и социального.

Социальная составляющая потребительского кооператива представлена пайщиками, о значении которых для организаций системы впервые было отмечено

в Программе стабилизации и развития потребительской кооперации РФ на 1998–2002 годы: пайщик — социальная база потребительской кооперации.

Состав пайщиков потребительского кооператива неоднороден и преимущественно должен быть представлен пайщиками-потребителями, то есть не связанными трудовыми отношениями с потребительским обществом. Их численность должна превышать численность пайщиков-работников. Именно эта характеристика признака изначально позволяет идентифицировать кооперативную организацию субъектом потребительской кооперации, а соответствие принципам и ценностям международного кооперативного движения рассматривать в качестве подтверждения принадлежности к кооперативной системе, социальная база которой должна быть сформирована за счет пайщиков, не являющихся работниками кооперативных организаций.

В настоящее время пайщики-потребители в большинстве случаев представлены бывшими работниками кооперативных организаций, и одной из задач каждого кооператива является восстановление его социальной базы. Эта задача впервые обозначена Программой развития системы потребительской кооперации на 2023–2027 годы, принятой в феврале 2023 года на 152-м отчетно-выборном Общем собрании Центросоюза Российской Федерации [4].

В наших исследованиях [5–8] неоднократно отмечалась важность и необходимость работы с пайщиками, поскольку сокращение социальной базы потребительских кооперативов свидетельствует о постепенном преобразовании потребительских кооперативов в производственные и утрате кооперативной идентичности. Эти процессы должны вызывать опасение не только в системе потребительской кооперации, но и в органах местного самоуправления, так как кооперативные организации, проявляющие заботу об обществе и ведущие социально ответственный бизнес, принимая на себя дополнительные расходы, осуществляют обслуживание жителей, проживающих в отдаленных и малочисленных селах.

Работа с пайщиками находится в ведении председателя совета как главы ассоциации пайщиков, представляющего интересы как кооператива, так и пайщиков. Непосредственную контактную работу с населением, содержащую элементы просветительского образования, могут вести работники предприятий торговли, общественного питания, сферы услуг, преподаватели и учителя образовательных организаций.

Таким образом, проведенное исследование позволило сделать два вывода.

1. Установлено различие в качественном составе пайщиков кооперативов, которое заключается в том, что социальная база потребительских кооперативов системы Центросоюза представлена преимущественно пайщиками-потребителями, не связанными с кооперативной организацией трудовыми отношениями, а сельскохозяйственных потребительских кооперативов — их создателями при условии их обязательного личного участия в хозяйственной деятельности.

2. Подтверждена выдвинутая гипотеза об условной принадлежности сельскохозяйственного потребительского кооператива к субъектам, функционирующим

на принципах Международного кооперативного альянса, поскольку в нем сочетается не только социальная составляющая, подразумевающая удовлетворение потребностей его членов, но и производственная, обусловленная их обязательным личным трудовым участием в хозяйственной деятельности. Этот факт не оказывает влияния на численный состав социальной базы, но объясняет изменение статуса организации с сельскохозяйственного потребительского кооператива на сельскохозяйственный производственно-потребительский кооператив.

Список литературы

1. О сельскохозяйственной кооперации (с изм.) : ФЗ от 08.12.1995 № 193-ФЗ. — URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102 03 8 609&intelsearch=193-F4 %E7> (дата обращения: 15.11.2024).
2. Декларация о кооперативной идентичности. Международный кооперативный альянс // Материалы ICI-IRV MEETINGS: отд. изд. — Будапешт, 1996. — URL: https://studbooks.net/2232551/ekonomika/deklaratsiya_kooperativnoy_identichnosti_prinyataya_mezhdunarodnym_kooperativnym_alyansom_1995_godu (дата обращения: 10.11.2024).
3. О производственных кооперативах (послед. ред.) : ФЗ от 08.05.1996 № 41-ФЗ. — URL: [https://www.consultant.ru /document/cons_doc_LAW_10286/](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_10286/) (дата обращения: 01.12. 2024).
4. Программа развития системы потребительской кооперации Российской Федерации на 2023–2027 годы. — Москва, 2023.
5. Потребительская кооперация России : монография / науч. ред.: Л. П. Наговицина, Е. Е. Тарасова. — Белгород : Издательство БУКЭП, 2016. — 657 с.
6. Наговицина, Л. П. Направления совершенствования кооперативного законодательства: организационно-экономический аспект / Л. П. Наговицина, М. И. Дроздова / Эволюция кооперативного законодательства в эпоху глобализации в странах Восточной Европы, Центральной Азии и других странах мира : материалы международной научно-практической конференции (6–7 апреля 2021 года): АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». — Белгород : Издательство БУКЭП, 2021. — С. 149–162.
7. Социальная экономика потребительской кооперации : монография / науч. ред. Л. П. Наговицина, Е. Е. Тарасова; АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права». — Белгород : Издательство БУКЭП, 2021. — 188 с.
8. Наговицина, Л. П. Социализация членства — стратегически важная отрасль деятельности российской потребительской кооперации / Л. П. Наговицина, М. И. Дроздова // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2022. — № 2 (40). — С. 3–9.

Сведения об авторе

Дроздова Марина Игоревна, д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры теоретической и прикладной экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Drozdova Marina I., Doctor of Science in Economics, Associate Professor, Department of Theoretical and Applied Economics, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk, Russia; 630087; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Капелюк З. А., Сапсай С. А.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

**КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОРГАНИЗАЦИЙ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ
ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ: МЕХАНИЗМЫ
ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

В статье исследуется конкурентоспособность организаций потребительской кооперации в условиях экономической трансформации. Актуальность работы обусловлена уменьшающейся долей кооперативов на рынке услуг в России и усиливающейся конкуренцией. Основная цель исследования — определить ключевые факторы, влияющие на конкурентоспособность организации. Предложенные рекомендации направлены на оптимизацию управления кооперативами и адаптацию к современным экономическим условиям.

Ключевые слова: конкурентоспособность, потребительская кооперация, экономическая трансформация, управление.

Kapelyuk Z. A., Sapsay S. A.

Siberian University of Consumer Cooperation

**COMPETITIVENESS OF CONSUMER COOPERATION
ORGANIZATIONS IN THE CONTEXT OF ECONOMIC
TRANSFORMATION: EFFECTIVE MANAGEMENT MECHANISMS**

The article investigates the competitiveness of consumer cooperative organizations in the context of economic transformation. The relevance of the work is determined by the decreasing share of cooperatives in the service market in Russia and the increasing competition. The main goal of the study is to identify the key factors influencing the competitiveness of an organization. The proposed recommendations are aimed at optimizing the management of cooperatives and adapting to modern economic conditions.

Keywords: competitiveness, consumer cooperation, economic transformation, management.

Конкурентоспособность является важнейшим показателем эффективной деятельности организации, определяющим возможность её успешного функционирования и развития. В условиях экономической трансформации и глобализации потребительские кооперативы сталкиваются с возрастающей конкуренцией и необходимостью адаптации к изменяющимся условиям рынка. Данные факторы требуют оптимизации механизмов управления для повышения их конкурентоспособности [1, с. 289]. Снижение доли кооперативных организаций в объемах оказываемых населению услуг, согласно статистическим данным, подчеркивает актуальность данной проблемы. На сегодняшний день в России функционирует около трех тысяч потребительских обществ, что в два раза меньше, чем в советский период. Несмотря на это, потребительские кооперативы продолжают выполнять значительную социальную и экономическую функцию, обеспечивая доступ к базовым продуктам в малонаселенных пунктах и внося вклад в развитие регионов [2, с. 197].

Целью данного исследования является определение ключевых факторов, влияющих на конкурентоспособность кооперативных организаций.

Методы исследования включают анализ и синтез информационных источников по конкурентоспособности кооперативных организаций. Основное внимание уделено качественным и количественным показателям, которые влияют на возможности конкуренции, включая уровень удовлетворенности клиентов, финансовую устойчивость, а также инновационный потенциал [3, с. 21].

Результаты исследования показывают, что конкурентоспособность организаций потребительской кооперации нуждается в особом внимании, поскольку эти организации функционируют в условиях, отличных от коммерческих структур.

В числе ключевых факторов, влияющих на повышение конкурентоспособности потребительских кооперативов, можно выделить следующие: экономическая устойчивость, качество обслуживания, разнообразие предлагаемых товаров и услуг, а также уровень доверия со стороны потребителей. Пространственная экспансия и развитие сетей распределения также играют важную роль, так как позволяют кооперативам расширять свое влияние и увеличивать рыночную долю [4, с. 92].

Актуальные проблемы и меры по повышению эффективности и конкурентоспособности организаций потребительской кооперации в современных условиях хозяйствования в России можно рассмотреть следующим образом.

В условиях, когда российские организации дорожат своей позицией на рынке и конкуренция становится все более жесткой, перед ними стоят несколько ключевых проблем, которые необходимо решить.

Во-первых, соотношение цен и ассортимента товаров в торговых точках потребительской кооперации остается остро актуальным [5, с. 11]. Многие магазины не могут предложить широкий и качественный ассортимент, что приводит к неудовлетворенности клиентов. Например, недостаточная представленность местных продуктов, таких как плодоовощная продукция, негативно сказывается на интересе покупателей [6, с. 176].

Во-вторых, удовлетворенность потребителей их необходимыми запросами. В условиях конкуренции с крупными торговыми сетями, такими как «X5 Group» или «Магнит», потребительская кооперация должна быть более гибкой, предлагая уникальные предложения и более низкие цены для сельского населения и малых городов.

В-третьих, развитие сети общественного питания в небольших населенных пунктах также остается проблемным моментом. Важно не только создать качественные места для питания, но и продвигать уникальные местные блюда и продукты, что способствовало бы повышению привлекательности потребительской кооперации [7, с. 33].

Наконец, конкуренция с другими особо крупными ретейлерами требует от потребительской кооперации активизации усилий по улучшению качества обслуживания и адаптации технологий. Это включает в себя автоматизацию

процессов, использование новых подходов в управляющей деятельности и модернизацию торговых объектов.

Для повышения эффективности и конкурентоспособности организаций потребительской кооперации в России необходимо реализовать ряд мер системного характера [8, с. 83].

Во-первых, организации потребительской кооперации должны оптимизировать логистические процессы: наладить каналы поставки, упростить процесс заказа и уменьшить время доставки товаров до потребителя. Это позволит существенно сократить издержки и повысить доступность товаров для конечного потребителя.

Во-вторых, необходима реализация программ повышения качества сервиса. Для этого целесообразно вводить обучение персонала, в рамках которого сотрудники будут обучены стандартам качественного обслуживания, а также навыкам эффективного общения с клиентами.

В-третьих, важным шагом будет внедрение цифровизации и омниканальных решений. Это позволит объединить все каналы продаж и взаимодействия с клиентом, обеспечивая удобный доступ к информации о товарах и услугах. Использование мобильных приложений и онлайн-платформ для покупок сделает процесс более удобным и эффективным для потребителей.

Кроме того, следует активно работать над маркетингом и рекламой. Организации должны предлагать привлекательные акции, специальные предложения, которые смогут не только заинтересовать аудиторию, но и сформировать лояльность клиентов [9, с. 51].

Как подчеркивают авторы исследования, такие как И. И. Гуторова [2], Е. Е. Нилова [4], О. А. Чистякова [7, 8, 10] и другие, работа над этими аспектами жизненно необходима для достижения конкурентоспособности в сложных условиях рыночной экономики.

Потребительская кооперация в России имеет все шансы не только сохранить, но и увеличить свои позиции на рынке, если вовремя и адекватно реагировать на вызовы, стоящие перед ней. Интеграция современных управленческих практик, адаптация к потребностям рынка и высокая степень вовлеченности всех участников процесса окажут положительное влияние на повышение общей эффективности и конкурентоспособности организаций [10, с. 115].

Эти меры являются необходимыми для создания эффективной бизнес-модели, способной не только адаптироваться в текущих условиях, но и успешно конкурировать с другими игроками на рынке.

Результаты проведенного исследования указывают на важность формирования комплексной оценки конкурентоспособности организаций потребительской кооперации. Необходимость адаптации организаций к изменяющимся экономическим условиям требует постоянного обновления стратегий управления, что может быть достигнуто через эффективное применение разработанных методик. Создание системы, позволяющей кооперативам интегрироваться в более широкий бизнес-контекст, повысит их конкурентоспособность и жизнеспособность в современных условиях.

Список литературы

1. Головкин, В. Б. Институт кредитной потребительской кооперации: ограничения и конкурентные преимущества / В. Б. Головкин // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. — 2021. — Т. 7, № 4 (28). — С. 289–307.
2. Гуторова, И. И. Актуальные проблемы и меры по повышению эффективности и конкурентоспособности организаций потребительской кооперации в современных условиях хозяйствования / И. И. Гуторова // Экономический рост Республики Беларусь: глобализация, инновационность, устойчивость : сборник научных трудов по материалам XVII Международной научно-практической конференции. — Минск, 2024. — С. 197–198.
3. Каурова, О. В. Роль потребительской кооперации в национальной экономике России / О. В. Каурова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. — 2023. — № 3. — С. 21–28.
4. Нилова, Е. Е. Методы, применяемые в процессе анализа экономического потенциала потребительской кооперации / Е. Е. Нилова // Молодежь в науке и предпринимательстве : сборник научных трудов по материалам X Международного форума молодых ученых. — Гомель, 2021. — С. 92–95.
5. Каурова, О. В. Развитие услуг потребительской и сельскохозяйственной кооперации в региональной экономике / О. В. Каурова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. — 2022. — № 2. — С. 11–19.
6. Репушевская, О. А., Лагвилава, Н. Л. Развитие экономики совместного пользования (sharing economy) как новая форма потребительской кооперации в условиях цифровизации / О. А. Репушевская, Н. Л. Лагвилава // *Russian Journal of Management*. — 2021. — Т. 9, № 1. — С. 176–180.
7. Чистякова, О. А. Оценка конкурентной среды потребительской кооперации как фактор обеспечения устойчивого развития сельской местности / О. А. Чистякова // АПК: экономика, управление. — 2024. — № 5. — С. 33–45.
8. Чистякова, О. А. Прогнозирование устойчивости потребительской кооперации в условиях цифровой экономики / О. А. Чистякова // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. — 2024. — № 1 (145). — С. 83–91.
9. Хамидуллина, Э. А. Вопросы развития потребительской кооперации в рамках кластерной экономики / Э. А. Хамидуллина // Тенденции развития кооперативного сектора экономики: теория и практика : сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых. — Уфа, 2022. — С. 51–56.
10. Чистякова, О. А. Экономическая устойчивость потребительской кооперации в условиях цифровой экономики / О. А. Чистякова // Социально-экономическое развитие сельских территорий: тренды кооперации : сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции, приуроченной ко Дню российской науки. — Новосибирск, 2024. — С. 115–120.

Сведения об авторах

Капелюк Зоя Александровна, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры теоретической и прикладной экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: promon@sibupk.nsk.su.

Сапсай Сергей Андреевич, магистрант. АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Kapelyuk Zoya A., Doctor of Sciences in Economics, Professor, Department of Theoretical and Applied Economics, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: promon@sibupk.nsk.su.

Sapsay Sergey A., Master's Program Student, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Капелюк З. А., Сапсай С. А.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ КАК МЕХАНИЗМ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО СЕЛА

В статье рассматривается потребительская кооперация в контексте социально-экономического развития российского села. Основной целью работы является анализ результатов функционирования потребительских кооперативов. Полученные результаты демонстрируют положительную динамику показателей деятельности региональных союзов Сибирского федерального округа.

Ключевые слова: потребительская кооперация, оборот розничной торговли, закупки, сельскохозяйственная продукция.

Kapelyuk Z. A., Sapsay S. A.

Siberian University of Consumer Cooperation

CONSUMER COOPERATIVES AS A MECHANISM FOR THE SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF RURAL RUSSIA

The article examines consumer cooperation in the context of the socio-economic development of rural Russia. The main aim of the work is consumer cooperatives operations. The results obtained demonstrate a positive trend in dynamics of performance indicators of regional unions of the Siberian Federal District.

Keywords: procurement activities, consumer cooperation, purchases, agricultural products, raw materials.

Введение. В статье рассматривается потребительская кооперация как важный механизм социально-экономического развития российского села. Данная форма кооперации помогает укреплять местную экономику, повышать качество жизни сельского населения и активизировать интеграцию фермеров и производителей. Основное внимание в статье уделяется выявлению ключевых трендов, которые помогут в управленческих решениях и стратегическом планировании.

Цели и задачи исследования. Основная цель исследования заключается в выявлении факторов, способствующих развитию потребительской кооперации. Задачи включают изучение динамики оборота розничной торговли, закупок сельскохозяйственной продукции, оценку влияния потребительской кооперации на местную экономику и исследование взаимосвязи между потребительской кооперацией, качеством жизни на селе и продовольственной безопасностью.

Научная новизна. Научная новизна работы заключается в выявлении и анализе современных тенденций и факторов, влияющих на развитие потребительской кооперации в Сибири, а также в обосновании ее важности для социально-экономического развития сельских территорий.

Методы исследования. В статье применяются методы статистического анализа динамики показателей деятельности потребительских обществ, что позволяет выявить ключевые тренды и предложить направления для оптимизации кооперативной деятельности.

Работа акцентирует внимание на значимости потребительской кооперации для устойчивого развития сельских территорий в России.

Основная часть. Потребительская кооперация представляет собой значимый механизм социально-экономического развития российского села, играя ключевую роль в укреплении местной экономики и повышении качества жизни сельского населения. За последние несколько десятилетий потребительская кооперация развивалась на фоне изменений в аграрной политике и изменении потребительских предпочтений, что создало дополнительные возможности для интеграции фермеров и производителей в единое кооперативное пространство [1, с. 11].

Социально-экономическое развитие российского села можно проследить через различные показатели, а именно:

- оборот розничной торговли в сельской местности;
- объем закупок сельскохозяйственной продукции и сырья потребительскими обществами.

Анализ данных о розничной торговле в сельской местности региональных союзов Сибирского федерального округа за 2021–2023 гг. показывает определенные тенденции как на уровне отдельных регионов, так и в целом. В 2023 году общий оборот розничной торговли в регионе составил 14 469 млн руб., что немного превышает уровень 2022 года в 14 450 млн руб., в том числе в сельской местности 12 110 млн руб., что выше оборота 2021 года [7, 8, 9].

Однако рост оборота не был равномерным по всем регионам. Например, Алтайский край и Новосибирская область демонстрируют стабильные результаты с небольшим увеличением оборота, при этом в Новосибирском облпотребсоюзе наблюдается значительный объем торговли в сельской местности, достигающий 3819 млн руб. В контексте сельской торговли стоит отметить, что большинство регионов, таких как Кемеровская и Омская обл., показывают позитивные результаты, но некоторые, например, Республика Алтай, демонстрируют стабильные, но скромные объемы [2, 3, 4].

Обращает на себя внимание то, что в большинстве регионов наблюдается развитие торговли в сельской местности, однако темпы роста варьируются. Тувинская республика и Хакасия показывают высокий процент оборота в сельской местности по сравнению с общим объемом, что указывает на большую зависимость от сельской торговли. В целом, несмотря на небольшие колебания, тенденция к увеличению оборота как в городах, так и в селах говорит о восстановлении розничного сектора после пандемийных и экономических потрясений. Это также может указывать на улучшение жизненного уровня населения и рост потребительского спроса, что создаёт предпосылки для дальнейшего роста и развития экономики региона в целом [5, с. 92].

Одной из важнейших функций потребительской кооперации является организация закупок сельскохозяйственной продукции у населения. Эта деятельность

позволяет не только обеспечить местных фермеров каналами сбыта, но и способствует формированию продовольственной безопасности на местном уровне. За счет кооперативных объединений фермеры могут реализовывать свою продукцию по более выгодным ценам, избегая переплат посредникам [6, с. 51].

Анализируя данные об объемах закупок сельхозпродуктов и сырья среди региональных союзов Сибирского федерального округа за 2021 – 2023 годы, можно выделить несколько ключевых трендов. В целом потребительские союзы Сибирского федерального округа демонстрируют устойчивый рост, увеличив объем закупок с 1 918 млн рублей в 2021 году до 2 078 млн рублей в 2023 году, что соответствует росту на 4,8 % по сравнению с предыдущим годом. Значительный рост наблюдается в Кемеровской обл., где закупки возросли на 23,7 % относительно 2022 года, а также в Хакасии, где объемы закупок увеличились на 43,3 %. Это может свидетельствовать о положительных изменениях производственных и рыночных условий в этих регионах, а также об успешной реализации в аграрном секторе экономики.

С другой стороны, некоторые области, такие как Иркутская и Омская, демонстрируют снижение объемов закупок. В частности, Иркутская обл. снижает свои показатели уже второй год подряд (в 2023 году снижение составило 4,4 % по сравнению с 2022 годом). Это может указывать на различные проблемы, такие как недостаток сельскохозяйственного сырья или менее эффективные практики управления. Также значительным является падение объемов закупок в Туве, которое, несмотря на рост в 2022 году, снизилось в 2023 году до 91 %. Таким образом, динамика объемов закупок сельхозпродуктов в Сибири является одновременно и позитивной с точки зрения общего роста, и тревожной в аспектах стабильности и эффективности в некоторых регионах [2, 3, 4].

Анализ динамики закупок мясопродуктов потребительскими обществами Сибирского федерального округа показывает, что в 2023 году наблюдается некоторое снижение объемов закупок по сравнению с 2022 годом. В частности, общий объем закупок по округу составил 4 084 тыс. т, что на 3,52 % меньше по сравнению с предыдущим годом. Несмотря на это, в ряде регионов, таких как Хакасия и Кемеровская область, наблюдается значительный рост, что свидетельствует о диверсификации и разных условиях потребления в отдельных субъектах Федерации. Особенно заметный рост закупок в Хакасии, что указывает на возможные изменения в местной аграрной политике или изменении потребительских предпочтений.

Кроме того, следует обратить внимание на разницу в динамике закупок среди различных республик и областей. Например, Республика Алтай и Иркутская область показывают резкое сокращение закупок, что может быть связано с экономическими факторами или изменением рыночного спроса, тогда как Кемеровская обл. демонстрирует уверенный рост объема закупок на 38,51 %. Такие колебания могут указывать на несоответствие спроса и предложения в отдельных регионах, что требует корректировки стратегий стимулирования мясного производства и потребления с учетом местных особенностей. Анализ этих данных может стать основой для дальнейшей разработки мер по поддержке мясоперерабатывающей отрасли и улучшению потребительского спроса.

Анализ данных о закупках сельскохозяйственной продукции и сырья потребительскими обществами региональных союзов Сибирского федерального округа демонстрирует разнообразие тенденций в динамике потребления основных категорий продуктов за 2021–2023 гг. В сегменте молокопродуктов наблюдается стабильный объем закупок, который в 2023 году составляет 2977 тыс. тонн, что соответствует 99,57 % по сравнению с предыдущим годом. Это говорит о незначительном снижении, что может быть связано с изменениями в спросе или ценах. В то же время в 2022 году был отмечен рост на 10,37 % по сравнению с 2021 годом, что указывает на восстанавливающееся потребление после возможного падения из-за экономических факторов.

Тем не менее, в других категориях наблюдаются более выраженные колебания. Закупки картофеля значительно сократились до 1367 тыс. тонн в 2023 году, что составляет лишь 73,69 % от уровня 2022 года. Это снижение может быть обусловлено как изменениями в потребительских предпочтениях, так и возможными проблемами с сельскохозяйственным производством. Подобная динамика также наблюдается в сегменте плодов, где закупки опустились на 1,2 % относительно 2022 года. В то же время овощи показывают меньшую волатильность, с незначительным снижением на 1,42 % в 2023 году. В целом данные указывают на сложную ситуацию в сельскохозяйственном секторе, где различные факторы оказывают влияние на спрос и предложение, требуя детального анализа как экономических, так и внешних условий.

Результаты показывают, что, несмотря на некоторые колебания в отдельных отраслях, в целом сибирские потребительские союзы демонстрируют положительные тенденции в развитии бизнеса. Для дальнейшего роста и укрепления позиций на рынке необходимо обратить внимание на уязвимые секторы, такие как промышленность и общественное питание, а также продолжать развивать услуги и заготовки как стратегические направления для увеличения финансовых показателей [7, с. 21].

При этом создание и поддержка потребительских кооперативов обеспечивает не только необходимость в производстве и продаже сельскохозяйственной продукции, но также в распределении ресурсов и услуг, что особенно важно для малых форм хозяйствования. Потребительская кооперация представляет собой сеть, которая обеспечивает доступ производителям к рынкам сбыта, гарантируя стабильность и предсказуемость сбыта их продукции [8, с. 102].

Ключевым аспектом потребительской кооперации является работа с различными категориями жителей села, включая молодые семьи, пожилых людей и фермеров. Создание кооперативов позволяет формировать сообщества, которые основаны на взаимопомощи и поддержке, что существенно улучшает социальные связи между жителями и способствует укреплению местной культуры [9, с. 12].

Также стоит отметить, что потребительская кооперация предоставляет возможность внедрять современные технологии и практики в сельское хозяйство, повышая его эффективность. Например, через обучение и информирование фермеров о новых методах ведения сельского хозяйства кооперативы могут способствовать росту их производительности.

Финансовая поддержка со стороны государства и местных органов власти играет важную роль в развитии потребительской кооперации. Совместные инициативы, такие как предоставление субсидий или налоговых льгот, позволяют кооперативам расширять свои возможности и внедрять инновации.

Не менее важным является и развитие инфраструктуры на территории. Потребительская кооперация способствует созданию новых рабочих мест и развитию производственных мощностей, что, в свою очередь, улучшает экономическую ситуацию на местах. Это особенно актуально в контексте высоких уровней миграции из сельских районов в города, когда необходима поддержка местного населения [10, с. 51].

Кооперация вносит свой вклад в улучшение качества жизни на селе, обеспечивая жителей товарами и услугами первой необходимости. Это существенно снижает зависимость от централизованных поставок и создает возможности для местного производства и потребления.

Рассмотренные показатели являются индикаторами не только активности кооператоров, но и общей жизнеспособности сельских территорий, способствуя их устойчивому развитию и повышению жизненного уровня населения.

Социально-экономическое развитие села, таким образом, во многом зависит от эффективного функционирования потребительской кооперации, которая становится одним из важнейших механизмов поддержки и стабилизации сельской экономики.

Список литературы

1. Каурова, О. В. Развитие услуг потребительской и сельскохозяйственной кооперации в региональной экономике / О. В. Каурова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. — 2022. — № 2. — С. 11–19.
2. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Центросоюза России за 2023 год. — URL: <https://docs.yandex.ru/docs> (дата обращения: 03.02.2025).
3. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Центросоюза России за 2022 год. — URL: <https://docs.yandex.ru/docs> (дата обращения: 03.02.2025).
4. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Центросоюза России за 2021 год. — URL: <https://docs.yandex.ru/docs> (дата обращения: 03.02.2025).
5. Нилова, Е. Е. Методы, применяемые в процессе анализа экономического потенциала потребительской кооперации / Е. Е. Нилова // Молодежь в науке и предпринимательстве : сборник научных трудов по материалам X Международного форума молодых ученых. — Гомель, 2021. — С. 92–95.
6. Хамидуллина, Э. А. Вопросы развития потребительской кооперации в рамках кластерной экономики / Э. А. Хамидуллина // Тенденции развития

- кооперативного сектора экономики: теория и практика : сборник научных трудов по материалам Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых. — Уфа, 2022. — С. 51–56.
7. Каурова, О. В. Роль потребительской кооперации в национальной экономике России / О. В. Каурова // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. — 2023. — № 3. — С. 21–28.
 8. Набиева, А. Р. Формы и виды кооперативных формирований на сельских территориях / А. Р. Набиева // Вопросы региональной экономики. — 2020. — № 2 (43). — С. 101–106.
 9. Наговицина, Л. П. Экономика заготовок потребительской кооперации : монография / Л. П. Наговицина, М. И. Дроздова. — Новосибирск : СибУПК, 2020. — 85 с.
 10. Каурова, О. В., Малолетко, А. Н., Ткач, А. В. Место и роль потребительской кооперации в обеспечении продовольственной безопасности регионов России / О. В. Каурова, А. Н. Малолетко, А. В. Ткач // Вестник Российского университета кооперации. — № 2 (40). — 2020. — С. 51–61.

Сведения об авторах

Капелюк Зоя Александровна, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры теоретической и прикладной экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: promon@sibupk.nsk.su.

Сапсай Сергей Анатольевич, аспирант, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Kapelyuk Zoya A., Doctor of Sciences in Economics, Professor, Department of Theoretical and Applied Economics, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: promon@sibupk.nsk.su.

Sapsay Sergey A., Postgraduate Student, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Капелюк З. А., Щербакова Н. А.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

РОЛЬ СОБСТВЕННЫХ ТОРГОВЫХ МАРОК В РАЗВИТИИ РОЗНИЧНЫХ ТОРГОВЫХ СЕТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В последнее время в России развитие розничных торговых сетей идет по сценарию определения главного лидера ретейла. Крупные игроки в сфере ретейла завоевывают потребителя большим количеством магазинов, широким выбором продукции, наличием сопутствующих услуг. Однако возникает ситуация, при которой все сетевые магазины становятся похожи друг на друга. Отличительной особенностью розничной сети может стать внедрение и реализация продукции под собственной торговой маркой. В статье рассматривается положительный опыт организаций потребительской кооперации, выпускающих продукцию под собственной торговой маркой. Продемонстрированы преимущества собственной торговой марки как эффективного инструмента повышения эффективности розничной торговой сети.

Ключевые слова: собственная торговая марка, розничная сеть, эффективность, управление, потребительская кооперация.

Kapelyuk Z. A., Shcherbakova N. A.

Siberian University of Consumer Cooperation

THE ROLE OF PRIVATE BRANDS IN THE DEVELOPMENT OF RETAIL TRADE CHAINS OF CONSUMER COOPERATION

Recently, the development of retail trade networks in the country has been following the scenario of determining the main leader of retail. Today one can observe how several major players in the retail sector are winning over consumers with a large number of stores, a wide selection of products, and the availability of related services. However, in the meantime, a situation arises in which all chain stores become similar to each other. A distinctive feature of a retail network can be the introduction and sale of products under its own brand (private label). The article examines the positive experience of consumer cooperation organizations that produce products under their own brand. The advantages of private labels as an effective tool for increasing the efficiency of a retail trading network are demonstrated.

Keywords: own brand, retail chain, efficiency, management, consumer cooperation.

Розничная торговля ежедневно сталкивается с новыми вызовами и испытаниями. Финансовый кризис, падение курса рубля, геополитические изменения, развитие электронной торговли, диджитал-технологии создают для сферы ретейла условия, в которых необходимо не только существовать, но и успешно конкурировать.

В связи с этим организации розничной торговли открывают магазины разных форматов: «магазин у дома», мини-маркет, супермаркет, дискаунтер и так далее. Порой в одном здании можно увидеть сразу магазины от разных представителей ретейла. Более сложная ситуация по завоеванию потребителя у розничных сетей системы потребительской кооперации, так как большая часть

магазинов расположена в сельской местности. Соответственно, уровень доходов населения и покупательная способность значительно ниже по сравнению с городским населением.

Задача по поиску своего потребителя побуждает все розничные сети применять различные инструменты для повышения эффективности торговой деятельности. Одним из таких инструментов, позволяющим склонить потребителя на свою сторону, является собственная торговая марка.

Цель статьи — продемонстрировать возможности использования розничными сетями собственных торговых марок.

Задачи исследования:

- раскрыть понятие «собственная торговая марка»;
- рассмотреть использование собственных торговых марок розничными сетями потребительской кооперации;
- продемонстрировать эффективность создания собственных торговых марок в процессе управления имущественным комплексом организациями потребительской кооперации.

Объект исследования — собственная торговая марка в розничных сетях потребительской кооперации.

При проведении исследования использованы методы наблюдения, сбора и обработки информации, сопоставления, анализа и синтеза.

Розничная торговля — это продажа товаров конечному потребителю для использования в личных целях. Эффективность розничной торговли достигается в первую очередь с помощью торговой наценки. Торговая наценка представляет собой разницу между закупочной и продажной ценой. Она позволяет получить основной доход от реализации товаров. Величина торговой наценки должна быть такой, чтобы, во-первых, покрыть все расходы: аренда помещения, оплата труда сотрудников, коммунальные услуги и так далее, а, во-вторых, сформировать из оставшейся суммы величину прибыли. Однако торговая наценка — это не единственный источник дохода. Розничные торговые сети зарабатывают, применяя инструменты маркетинга и мерчендайзинга: размещают рекламу, выделяют полочное пространство, предоставляют в аренду площади представителям малого бизнеса, получают оплату от производителя бренда для вхождения в сеть и так далее. Таким образом, розничные сети пытаются найти любой способ для максимизации прибыли.

Новым и эффективным инструментом в проявлении лояльности потребителей в выборе товаров можно считать появление на полках магазинов продукции под собственной торговой маркой.

Собственная торговая марка — термин, появившийся в конце прошлого столетия. *Private label* (англ.) — частная марка; «частная торговая марка» — ЧТМ и *own label* («собственная торговая марка» — СТМ) — это равнозначные названия одного из перспективных направлений развития современного ретейла. В настоящее время практически каждая розничная сеть занимается продвижением продукции под собственной маркой.

Определение *private label* (PL) стало активно использоваться в середине 1980-х гг., когда владельцы розничных торговых сетей США и Европы стали

массово направлять заказы производителям с просьбой маркировать их товары этикеткой магазина [1].

Собственная торговая марка — это мощный ресурс розничной сети. По своему экономическому и юридическому содержанию собственная торговая марка — это нематериальный актив, который является интеллектуальной собственностью и входит в состав имущества. Розничная торговая сеть самостоятельно определяет ассортимент продукции, которая будет выпускаться под собственной торговой маркой.

Производство таких товаров может осуществляться как самостоятельно сетью, так и с привлечением сторонних производителей. Для потребителя же главным фактором в выборе товара будет являться его приемлемая стоимость при сохранении его высокого качества. Такой эффект может быть достигнут только при внедрении собственных торговых марок [2].

Крупные представители сферы российского ретейла уже давно посчитали прибыль от реализации продукции под собственными торговыми марками. В некоторых случаях реализация продукции под собственной торговой маркой превышает 20 % от всего розничного оборота. И самое главное, что в каждом чеке покупателя таких товаров становится больше.

По информации Центросоюза Российской Федерации, на территории нашей страны расположены 29 тыс. розничных торговых предприятий системы потребительской кооперации. Безусловно, выдержать конкурентное преимущество не просто еще и тогда, когда сети продолжают завоевание потребителя открытием нового магазина. По информации сайтов сетей, количество магазинов в регионах составляет: «Магнит» — 30 109, «Пятерочка» — 22 975, «Мария-Ра» — 1308, «Ярче!» — 1300. Продукция под собственной торговой маркой выпускается каждой из этих сетей. Например, в сети «Пятерочка» под собственными торговыми марками выпускается более 35 брендов.

В 71 регионе Российской Федерации представлена потребительская кооперация, которая включает розничные магазины, склады, заготовительные пункты, производственные предприятия, предприятия общественного питания, образовательные учреждения [3]. Уникальная структура организаций потребительской кооперации позволяет в полной мере использовать имеющийся потенциал. Розничная торговля занимает наибольший удельный вес во всем обороте организаций потребительской кооперации. Однако стоит учесть повседневную борьбу за потребителя с крупными сетями, которые располагают современными логистическими возможностями, позволяющими постоянно демпинговать цены на товары.

Все организации потребительской кооперации имеют значительные резервы повышения своей роли в торговом товарообороте страны путем использования своих конкурентных преимуществ. К таковым относятся:

- наличие торговой сети;
- связи с пайщиками — сельскими покупателями;

- сложившийся опыт обслуживания сельского населения;
- социальная направленность в торговле;
- наличие подготовленных квалифицированных кадров.

Создание продукции под собственной торговой маркой стало возможным только благодаря наличию финансовых ресурсов и умелой маркетинговой стратегии развития потребительских союзов.

Успешное создание и продвижение собственных торговых марок можно отметить на примере нескольких розничных торговых сетей потребительской кооперации Российской Федерации.

В табл. 1 представлены лидеры среди региональных союзов по объему товарооборота и доли продажи продукции собственного производства. Многие из них активно используют собственную торговую марку как конкурентное кооперативное преимущество, отличающее кооперативную сеть от федеральных сетей ретейла.

Таблица 1

Оборот розничной торговли лидеров потребительской кооперации за 2022 – 2023 гг.

Наименование региональных союзов	Оборот розничной торговли, млн руб.	Доля продажи товаров собственного производства в обороте розничной торговли, %		Темп роста, %
		2022 год	2023 год	
Нижегородский	8478	8578	8,9	101,2
Чувашский	7727	8012	17,2	103,7
Кировский	6622	6641	12,7	100,3
Удмуртский	5604	5745	22,2	102,5
Татарский	5126	5473	25,0	106,8

Источник: составлено авторами по данным [3].

Потребительская кооперация по своему содержанию представляет собой комплексную социально-ориентированную систему. В соответствии с Гражданским кодексом РФ ее организации и предприятия отнесены к некоммерческим, они выполняют важную социальную миссию [4]. И если в рыночной экономике коммерческие организации нацелены на увеличение суммы выручки и получение прибыли, то применительно к потребительским обществам программа развития торговли нацелена на удовлетворение запросов обслуживаемого населения. Одним из таких социальных аспектов в деятельности потребительской кооперации можно считать открытие и функционирование магазинов в сельской местности (табл. 2).

**Количество магазинов у лидеров потребительской кооперации на
01.01.2024 г.**

Наименование региональных союзов	Количество магазинов, ед.	В том числе количество магазинов в сельской местности	
		ед.	в % к общему числу магазинов
Нижегородский	1404	978	69,6
Чувашский	1112	1017	91,5
Кировский	883	564	63,9
Удмуртский	808	789	97,6
Татарский	1392	891	64,0

Источник: составлено авторами по данным [3].

По приведенным данным можно сделать вывод, что больше 60 % магазинов потребительских союзов расположены в сельской местности. Лидером является Удмуртский Респотребсоюз — 97,6 % магазинов расположены в сельской местности. Ассортимент магазинов на селе сейчас мало отличается от городского мини-маркета. Однако стоит учитывать доходы местного населения и в связи с этим правильно формировать ассортимент и ценовую политику. Во многих магазинах исследуемых региональных союзов более 20 % ассортимента — продукция под собственными торговыми марками.

Для более детального изучения использования розничными торговыми сетями потребительской кооперации собственных торговых марок рассмотрим деятельность двух союзов.

Нижегородский облпотребсоюз в сети розничных магазинов потребительской кооперации, расположенных в основном в сельской местности, реализует продукцию под собственной торговой маркой «Вкусно». «Вкусно» — это хлебобулочные изделия, мучные и кондитерские изделия, мясные полуфабрикаты, плодово-ягодная консервация, макаронные изделия и чай. Вся указанная продукция производится с использованием производственных мощностей организаций Нижегородского облпотребсоюза.

Опыт Чувашпотребсоюза вполне может быть использован как показательный для всех кооператоров. Благодаря глубокому анализу покупательских предпочтений со стороны маркетологов, эффективной работе по управлению имуществом удалось сделать собственные торговые марки узнаваемыми не только в собственных розничных торговых сетях, но и за их пределами.

В розничной сети потребительской кооперации Чувашпотребсоюза представлены собственные торговые марки: «Вкусная линия», «Чувашский сувенир», «Сетнер», «Сарпиге», «Юлташ», «Хуныма» и «Родная малиновка» [5].

Серьезную конкуренцию собственные торговые марки могут составить только тогда, когда покупателям гарантируют высокое качество. Эффективность использования СТМ достигается в том случае, когда происходит производство

актуальной продукции. Например, СТМ могут быть одновременно для товаров повседневного спроса и премиум-класса. Кроме того, собственные торговые марки Чувашпотребсоюза отражают национальный колорит, что хорошо влияет на маржинальность данной продукции и ее востребованность со стороны покупателей.

Собственная торговая марка — это доверие покупателя к розничной сети. Разработка, создание, внедрение и продвижение собственных торговых марок — это длительный процесс, требующий тщательного выбора ассортимента продукции, анализа потребностей покупателей и анализа поведения конкурентов.

Эффективность использования СТМ розничными торговыми сетями потребительской кооперации очевидна. В процессе производства продукции под собственной торговой маркой используются абсолютно все ресурсы : материальные, трудовые и финансовые. Важным элементом можно считать и участие владельца СТМ на всех стадиях создания продукции: от заготовки до упаковки. Поэтому собственные торговые марки будут и дальше применять розничными сетями потребительской кооперации как сохраняющими и использующими потенциал всего регионального союза.

Список литературы

1. Старов, С. А. Управление собственными торговыми марками розничных сетей / С. А. Старов; Высшая школа менеджмента СПбГУ. — Санкт-Петербург : Высшая школа менеджмента, 2013. — 492 с. — URL: <https://znanium.com/catalog/product/493529> (дата обращения: 02.02.2025). — Режим доступа: по подписке.
2. Журкина Л. С., Уханова Ю. А., Никишин А. Ф. Собственные торговые марки и их роль в повышении эффективности хозяйственной деятельности организаций торговли // Управление инновациями в современной науке : сборник статей Международной научно-практической конференции / отв. ред. А. А. Сукиасян. — 2015. — С. 65–68 (дата обращения: 02.02.2025).
3. Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Российской Федерации за 2023 год : Центросоюз. — Москва, 2024.
4. Гражданский кодекс РФ [Электронный ресурс]. — URL: <https://base.garant.ru/10164072/> (дата обращения: 02.02.2025).
5. Официальный сайт Центросоюза РФ [Электронный ресурс]. — URL: https://rus.coop/ru/media_refs/chuvashpotrebsoyuz-lider-potrebitelskoy-kooperatsii-rossii/?sphrase_id=85598 (дата обращения: 02.02.2025).

Сведения об авторах

Капелюк Зоя Александровна, д-р экон. наук, профессор, профессор кафедры теоретической и прикладной экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: promon@sibupk.nsk.su.

Щербакова Надежда Александровна, аспирант, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Kapelyuk Zoya A., Doctor of Sciences in Economics, Professor, Department of Theoretical and Applied Economics, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: promon@sibupk.nsk.su.

Shcherbakova Nadezhda A., Postgraduate Student, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Келеман Л. А., Кошкидько А. И., Павленко А. В.

Ставропольский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНО ОРИЕНТИРОВАННОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ

В статье анализируется положение о том, что потребительская кооперация выступает структурирующим элементом существующей социальной ситуации на селе. Целевая установка потребительской кооперации и способ ее реализации потенциально ведут к формированию социально-типического в жизни сельских жителей, что облегчает процесс включения в социальные процессы, происходящие на более высоком уровне организации общества и реализации себя в изменении самих этих условий социальной жизни. При этом общество получает общественного субъекта, ориентированного на развитие в обществе принципов социальной справедливости, самостоятельности и взаимопомощи.

Ключевые слова: сельская территория, кооперация, потребительская кооперация, социальные процессы, социальная справедливость, самостоятельность, взаимопомощь.

Keleman L.A., Koshkidko A.I., Pavlenko A.V.

Stavropol Institute of Cooperation (branch) Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

THE ROLE OF CONSUMER COOPERATION IN THE IMPLEMENTATION OF SOCIALLY-ORIENTED DEVELOPMENT OF RURAL AREAS

The article reveals the thesis that consumer cooperation is a structuring element of the existing social situation in the countryside. The goal of consumer cooperation and the method of its implementation potentially lead to the formation of a socio-typical in the life of rural residents, which facilitates the process of inclusion in social processes taking place at a higher level of organization of society and self-realization in changing these very conditions of social life. At the same time, society receives a social subject focused on the development of the principles of social justice, self-initiative and mutual assistance in society.

Keywords: rural area, cooperation, consumer cooperation, social processes, social justice, amateur activity, mutual assistance.

Оценивая социально-экономическое развитие современных сельских территорий, все исследователи сходятся в признании его кризисного состояния, особо выделяя при этом негативные социальные последствия в жизни сельских жителей, такие как слабая развитость социальной инфраструктуры, низкий уровень жизни, развития и доступности услуг в сфере образования, здравоохранения, бедность большей части населения и массовая миграция [1].

Актуализация социальной составляющей не случайна, поскольку социальное состояние, во-первых, является следствием экономического развития, а потому выступает своего рода индикатором проблем в экономике, и, во-вторых,

влияет на изменение объема и структуры сбережений и затрат, стимулов к труду, соотношение индивидуальных и общественных потребностей и интересов, формирование чувства социальной защищенности и социальной стабильности, т. е. оказывает воздействие на формирование мотивации к развитию экономического производства.

Поэтому авторы статьи и поставили перед собой задачу анализа социального развития сельских территорий через деятельность одного из старейших институтов на селе — потребительской кооперации.

В решении данной задачи мы, используя эвристический потенциал аналитической философии, выделили две линии анализа, позволившие понять и осмыслить потребительскую кооперацию как феномен индивидуальной и социальной жизнедеятельности человека: рассмотрение социальной сущности потребительской кооперации и выявление основных каналов реализации социальной составляющей в жизнедеятельности сельского населения.

Поскольку понятие сельской территории рассматривается авторами с различных точек зрения, постольку следует уточнить, что мы исходим из того, что сельская территория — это не только пространственная локализация, имеющая специфический ландшафт, но и особый мир человеческого бытия — продукт его деятельности, реализуемой в процедурах взаимодействия человека и природы.

Это значит, что состояние сельской территории связано как с объективной компонентой, отражающей природный фактор — особенности земледельческого труда, ритм, режим и интенсивность которого определяется непосредственной зависимостью от природных циклов и биологических процессов, так и субъективной, фиксирующей как реакцию жителей села на воздействие природных условий деятельности, так и личную ситуацию их жизнедеятельности.

Синтез этих факторов и определяет реальное состояние сельских территорий. Что касается развития, то оно напрямую зависит от целостности жизнедеятельности и социальной активности людей, проживающих в сельской местности. Совокупность ориентаций, знаний, значений, смыслов и целей, выработанных человечеством в процессе осмысления сельскохозяйственного труда, объективируясь в нем, задает новое качество деятельности, а значит, и новое качество жизни селян.

Поэтому социальное развитие сельских территорий может быть реализовано посредством сопоставления и корреляции реальной жизни и деятельности сельских жителей с индивидуально желаемыми и общественно возможными ресурсами. Большую роль в реализации данного процесса, по нашему мнению, призвана сыграть потребительская кооперация как особая форма организации совместной деятельности людей для удовлетворения общественно значимых потребностей.

О том, что потребительская кооперация представляет собой социально ориентированную структуру, свидетельствует уже сам факт ее возникновения. Как известно, зарождение потребительской кооперации было предопределено стремлением наиболее нуждающихся слоев населения удешевить расходы на продукты и услуги для личного потребления путем объединения усилий и средств. Тем самым потребительская кооперация изначально оказывается

вписанной в существующую социальную ситуацию, выступающую в качестве предпосылки и основы ее возникновения и функционирования.

Представляя собой форму добровольной самоорганизации людей с целью удовлетворения их потребностей, потребительская кооперация выступает не только инструментом преодоления нужды в том, что необходимо для поддержания нормального уровня жизни и развития ее членов, но и способствует поддержке и социальному развитию других категорий сельского населения. При этом поддержка некооперированного населения является выражением перспективы социально-экономического развития как потребительской кооперации, так и сельского населения в целом.

Обусловлено это тем, что принцип самоорганизации распространяется и на сферу трудовой деятельности, принимая форму самофинансирования, поэтому направленность на обслуживание населения соответствует интересам как членов потребительских кооперативов, получающих дополнительные средства для удовлетворения своих потребностей, так и нечленов, получающих возможность приобрести качественный товар, изначально произведенный кооператорами для собственного потребления.

Служа вполне конкретным практическим целям, потребительская кооперация не только снабжает население товарами, но и выступает формой организации сельской жизни: создает рабочие места, обеспечивает занятость сельского населения, открывает магазины, организует общественное питание в школах, детских дошкольных учреждениях, домах-интернатах и других учреждениях социального профиля на льготных условиях и тем самым способствует стабилизации и развитию социально-экономической обстановки сельских территорий [2]. Не случайно классики кооперации обосновывали и развивали в качестве основополагающей идею воспитания в людях стремления трудиться не только ради личного, но всеобщего блага и процветания общества.

Социальная направленность деятельности потребительской кооперации проявляется и в основополагающих принципах ее деятельности: «солидарности, ответственности, самопомощи через взаимную выгоду; самовыражения личности через формирование активной жизненной позиции; образования и воспитания; открытости сообщества (открытое членство, принцип политической, религиозной нейтральности); социальной защиты (кредиты и пособия на социальные нужды); лучших условий жизни и труда; формирования новых рабочих мест; создания социальной инфраструктуры» [3, с. 4].

Реализация этих принципов организует некую целостность социальных отношений, в рамках которой не только предписывается стандартизованный способ деятельности и сходные формы поведения, но и формируются основы позитивного эмоционального взаимоотношения, взаимопонимания. Основу этой целостности составляет глубоко заложенный в человеке инстинкт ответственности и социальности, утверждающий примат коллективистского начала как всеобщего принципа бытия.

И в этом смысле потребительская кооперация выступает транслятором социально значимых норм поведения и общения человека как субъекта деятельности.

Целевая установка потребительской кооперации и способы ее реализации потенциально ведут к увеличению присвоения индивидами существующих общественных условий, а значит, и к формированию социально-типического в своей жизни, поведении и деятельности, что облегчает процесс включения в социальные процессы, происходящие на более высоком уровне организации сельских территорий и реализации себя в изменении самих этих условий социальной жизни. При этом сельское общество получает не просто субъекта, но общественного субъекта, ориентированного на развитие принципов социальной справедливости, самостоятельности и взаимопомощи как неотъемлемых условий жизнедеятельности.

Таким образом, потребительская кооперация представляет собой социально ориентированную структуру. Являясь ответом на реальные ситуации бытия, потребительская кооперация вместе с тем выступает и ее структурирующим началом.

Список литературы

1. Калафатов, Э. А. Состояние и тенденции социально-экономического развития сельских территорий Российской Федерации / Э. А. Калафатов // Московский экономический журнал. — 2021. — № 12. — URL: <https://qje.su/selskohozyajstvennye-nauki/moskovskij-ekonomicheskij-zhurnal-12-2021-51/> (дата обращения: 26.01.2025).
2. Потребительская кооперация России : монография / Науч. ред.: Л. П. Наговицина, Е. Е. Тарасова. — Белгород : Издательство БУКЭП, 2016. — С. 385–424.
3. Демина, Н. Ф., Тимошенко, Н. Н. Кооперация: становление и развитие / Н. Ф. Демина, Н. Н. Тимошенко // Вестник КрасГАУ. — 2010. — № 7. — URL: <http://kgau.ru/vestnik/content/2012/7.12.pdf> (дата обращения: 20.01.2025).

Сведения об авторах

Келеман Людмила Анатольевна, д-р филос. наук, доцент, профессор кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Ставропольский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 355008, Россия, г. Ставрополь, ул. Голенева, 36; e-mail: common@stavik.ru.

Кошкидько Арсений Иванович, обучающийся, Ставропольский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 355008, Россия, г. Ставрополь, ул. Голенева, 36; e-mail: common@stavik.ru.

Павленко Анастасия Владимировна, обучающийся, Ставропольский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 355008, Россия, г. Ставрополь, ул. Голенева, 36; e-mail: common@stavik.ru.

Keleman Lyudmila A., Doctor of Sciences in Philosophy, Associate Professor, Professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines, Stavropol Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 355008, Russia, Stavropol, Goleneva str., 36; e-mail: common@stavik.ru.

Koshkidko Arseny Ivanovich, Student, Stavropol Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 355008, Russia, Stavropol, Goleneva str., 36; e-mail: common@stavik.ru.

Pavlenko Anastasia Vladimirovna, Student, Stavropol Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 355008, Russia, Stavropol, Goleneva str., 36; e-mail: common@stavik.ru.

Кононенко Р. В., Фирсова А. А., Дьяченко Д. Д.

Белгородский университет кооперации экономики и права

ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕГИОНОВ РОССИИ

Цель статьи — охарактеризовать тренды в развитии потребительской кооперации регионов России. Была оценена тенденция динамики отраслевой структуры совокупной выручки по Центросоюзу РФ в разрезе федеральных округов. Выявлены лидеры по вкладу в формирование результатов по основным видам хозяйственной деятельности. Сделаны выводы о необходимости развития организаций системы потребительской кооперации России на основе обеспечения деятельности хозяйств населения.

Ключевые слова: потребительская кооперация, пайщики, отрасли деятельности, закупка сельскохозяйственной продукции и сырья, хозяйства населения.

Kononenko R. V., Firsova A. A., Dyachenko D. D.

Belgorod University of Cooperation in Economics and Law

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CONSUMER COOPERATION IN RUSSIA'S REGIONS

The purpose of the article is to characterize trends in the development of consumer cooperation in the regions of Russia. In the course of the research, the trend of the dynamics of the sectoral structure of total revenue in the Central Union of the Russian Federation in the context of federal districts was assessed. The leaders in terms of contribution to the formation of performance results for the main types of economic activity have been identified. Based on the conducted research, conclusions are drawn about the need to develop organizations of the Russian consumer cooperation system based on ensuring the activities of households of the population.

Keywords: consumer cooperation, shareholders, branches of activity, purchase of agricultural products and raw materials, households.

За период функционирования в условиях рыночной экономики система потребительской кооперации России подверглась существенной трансформации в силу изменения внешней среды хозяйствования и приоритетов государства в экономике. Однако она до сих пор является крупной хозяйственной системой, играющей значимую не только экономическую, но и социальную функцию в экономике страны. В результате деятельности организаций системы потребительской кооперации в сельской местности, которая была ее основной сферой функционирования с конца 30-х гг. прошлого века, происходит обеспечение товарами и услугами населения, увеличиваются возможности населения в формировании доходов, создаются новые рабочие места и так далее. Все это способствует сохранению условий проживания и ведения деятельности по производству сельскохозяйственной продукции для жителей сельских территорий [5]. Несмотря на высокую конкуренцию на рынке и изменение условий хозяйствования, система потребительской кооперации располагает сетью предприятий розничной торговли, общественного питания, осуществляет

закупку сельскохозяйственной продукции и сырья, выпускает разнообразные потребительские товары и оказывает услуги населению [2].

Значение потребительской кооперации во многом обусловлено тем, что ее деятельность нацелена на удовлетворение потребностей в торговых услугах, услугах предприятий общественного питания, а также услуг по закупке сельскохозяйственной продукции и сырья, преимущественно в сельской местности. При этом свою деятельность организации потребительской кооперации осуществляют во всех регионах страны. Зачастую в отдельных регионах потребительская кооперация является единственной системой, оказывающей разнообразные услуги населению. Поэтому необходимо изучение состояния, тенденций и особенностей развития деятельности организаций потребительской кооперации в разрезе, прежде всего, федеральных округов.

В настоящее время деятельность потребительской кооперации осуществляется во всех федеральных округах. Данные о действующих районных потребительских обществах и потребительских обществах по федеральным округам представлены в табл. 1.

Таблица 1

Динамика численности потребительских обществ Центросоюза РФ по федеральным округам за 2019–2023 гг. [7]

Наименование федеральных округов	Районные потребительские общества		Потребительские общества (без районных и городских)	
	2019 г.	2023 г.	2019 г.	2023 г.
Центросоюз	540	492	1453	1200
Центральный	102	98	203	178
Северо-Западный	60	60	169	162
Южный	26	23	124	83
Северо-Кавказский	50	40	58	32
Приволжский	180	154	408	355
Уральский	37	29	121	93
Сибирский	56	58	275	232
Дальневосточный	25	27	93	62

За период исследования общая численность районных потребительских обществ сократилась на 8,9 %. Необходимо отметить, что в Сибирском и Дальневосточном федеральных округах наблюдалось незначительное увеличение количества районных потребительских обществ. Так, в Сибирском федеральном округе количество районных потребительских обществ возросло на 3,6 %, а в Дальневосточном федеральном округе прирост составил 8,0 %.

При этом количество потребительских обществ сокращалось более существенно, что является следствием ликвидации кооперативных организаций, а также их укрупнения путем слияния кооперативных организаций. Наиболее существенно за период исследования сократилось количество потребительских обществ в Северо-Кавказском федеральном округе — на 44,8 %.

Необходимо отметить, что в последнее время ясно прослеживается тренд на сокращение численности пайщиков, важнейшего актива потребительской кооперации. Динамика численности пайщиков системы потребительской кооперации в сравнении с динамикой численности жителей, проживающих в сельской местности, представлена в табл. 2.

Таблица 2

**Динамика численности сельского населения и численности пайщиков
Центросоюза РФ по федеральным округам за 2019–2023 гг. [7]**

Федеральные округа	Численность сельского населения, тыс. чел.		Численность пайщиков, тыс. человек	
	2019 г.	2023 г.	2019 г.	2023 г.
Российская Федерация	37 196,7	36 707,0	1293,0	969,0
Центральный	6993	7167,9	129	87,3
Северо-Западный	2107,8	2073,8	87,9	58,3
Южный	6128,9	6115,5	51,7	16,1
Северо-Кавказский	4936,8	5035,8	575,4	520,9
Приволжский	8144,8	7910,5	267,7	196,5
Уральский	2273,6	2194,7	86,4	53,7
Сибирский	4403,7	4140,4	50,3	23,0
Дальневосточный	2208,1	2069,0	43,1	11,8

Как видно из представленных в таблице данных за 2019–2023 годы, произошло существенное сокращение численности пайщиков Центросоюза РФ. Наиболее существенно сократилось число пайщиков в кооперативных организациях Дальневосточного федерального округа (сокращение на 72,6 %) и Южного федерального округа (сокращение на 68,9 %). Было установлено, что наименьшее сокращение наблюдалось в Северо-Кавказском федеральном округе (сократилось за период исследования на 9,5 %), а также в Приволжском федеральном округе (сокращение составило 26,6 % от значения 2019 г.). При этом был проведен сравнительный анализ с динамикой сокращения численности сельского населения в РФ. Было установлено, что в целом и по большинству федеральных округов можно было предположить, что этот фактор и является причиной сокращения числа пайщиков. Однако сопоставление динамики этих двух показателей по федеральным округам за 2019–2023 гг. позволяет сделать вывод, что связь между этими показателями отсутствует. Кроме того, в Центральном и Северо-Кавказском федеральных округах наблюдалось увеличение числа сельских жителей, однако численность пайщиков сокращалась [4]. Таким образом, сокращение численности пайщиков не связано с сокращением сельского населения.

Позиционируя себя как многоотраслевая система, потребительская кооперация Центросоюза РФ традиционно развивает ряд основных отраслей: торговлю, общественное питание, заготовки и производство продуктов и товаров народного потребления. При этом развитие отраслей в кооперативных организациях происходит неравномерно, что является следствием особенностей

территорий и трендов развития организаций. В табл. 3 представлена структура вклада кооперативных организаций в разрезе федеральных округов в совокупный объем по основным видам деятельности.

Таблица 3

Динамика структуры основных видов деятельности Центросоюза РФ по федеральным округам России за 2019–2023 гг. [7]

Федеральные округа	Оборот розничной торговли		Оборот общественного питания		Заготовительный оборот		Товарная продукция	
	2019 г.	2023 г.	2019 г.	2023 г.	2019 г.	2023 г.	2019 г.	2023 г.
Центральный	19,1	16,8	17,2	16,1	13,6	12,9	11,5	11,5
Северо-Западный	16,6	14,6	14,8	11,2	7,7	7,3	26,1	19,4
Южный	4,0	3,2	4,2	4,0	3,4	2,0	6,6	4,8
Северо-Кавказский	1,6	0,8	1,8	0,4	2,9	0,7	1,1	0,2
Приволжский	35,0	42,2	37,9	49,2	56,0	62,3	42,0	43,9
Уральский	6,4	5,6	6,1	8,2	3,6	3,5	5,2	3,9
Сибирский	11,5	10,6	10,5	6,9	9,3	8,1	8,9	8,3
Дальневосточный	5,0	3,8	5,0	3,0	2,7	2,7	4,9	3,1
Центросоюз	100	100	100	100	100	100	100	100

Как видно из представленных данных, за период исследования вклад системы потребительской кооперации конкретных федеральных округов претерпел существенные изменения. Наиболее существенный вклад в формирование объемов по основным видам деятельности в потребительской кооперации России вносят кооперативные организации Приволжского федерального округа. Вклад в представленные в таблице виды деятельности кооперативные организации этого федерального округа составил в 2023 г. по розничной торговле 42,2 %, по общественному питанию — 49,2 %, по заготовительной деятельности — 62,3 %, а по производству товарной продукции — 43,9 %. При этом необходимо отметить, что за период исследования удельный вес кооперативных организаций Приволжского федерального округа существенно вырос. Так, в торговле и общественном питании прирост удельного веса составил 7,2 и 11,3 процентного пункта. В заготовительной деятельности — 6,3 и 1,9 процентного пункта соответственно.

При этом кооперативные организации Северо-Кавказского федерального округа за период исследования существенно ухудшили свое положение. В 2019 г. их вклад в совокупный объем Центросоюза РФ по основным видам деятельности составлял наименьшее значение в сравнении с другими федеральными округами. Так, доля кооперативных организаций Северо-Кавказского федерального округа в формировании оборота розничной торговли составляла 1,6 %, оборота общественного питания — 1,8 %, заготовительного оборота — 2,9 %, промышленной продукции — 1,1 %. В 2023 г. вклад снизился еще более существенно до значения менее 1 % по рассматриваемым видам деятельности. При

этом необходимо отметить, что в кооперативных организациях Северо-Кавказского федерального округа численность пайщиков наиболее высокая.

Таким образом, как показывают результаты проведенного анализа, лидером по основным видам деятельности потребительской кооперации Центросоюза РФ является Приволжский федеральный округ. По нашему мнению, такой существенный вклад объясняется активной деятельностью ряда областных и республиканских союзов потребительских обществ. Это Татарский, Удмуртский и Башкирский респотребсоюзы, а также Нижегородский облпотребсоюз.

Активная деятельность в этих кооперативных организациях ведется в заготовительной деятельности, что позволяет им формировать ресурсы для их дальнейшего использования в торговле, общепите и производстве и умножать тем самым у населения дополнительные финансовые средства. Так, Татарский респотребсоюз за 2021–2023 гг. занимал 1-е место по объему заготовленной сельскохозяйственной продукции и сырья. Кроме того, в кооперативных организациях Приволжского федерального округа сохранилось и действует в системе потребительской кооперации 13 рынков, что также способствует активизации деятельности населения по производству сельскохозяйственной продукции и сырья [6].

Как показывают результаты исследования, наиболее активно потребительская кооперация действует в местности, где значимым производителем сельскохозяйственной продукции являются личные подсобные хозяйства, ориентированные на производство продукции растениеводства, в первую очередь картофеля и овощей [1]. Помимо указанных видов продукции, где высокая доля ручного труда не способствует индустриализации производства, в хозяйствах сельчан активно производятся молоко, мясо, которые также закупаются кооперативными организациями [5]. В результате в Приволжском федеральном округе Республика Татарстан в целом по России занимает 9-е место по производству скота и птицы на убой, а по его закупкам в системе потребительской кооперации Центросоюза РФ — 1-е место. По производству молока Республика Татарстан занимает в РФ первое место, что позволяет Татарскому респотребсоюзу быть безусловным лидером по закупке молока.

Как свидетельствуют результаты исследования, а также исторический опыт работы потребительской кооперации в СССР, при наличии условий по реализации излишков своей продукции хозяйства населения наращивают ее производство [3]. В результате растет хозяйственный оборот организаций системы потребительской кооперации, а также доходы населения. При этом необходимо не только создавать условия для сбыта, но и осуществлять помощь в производстве, переработке сельскохозяйственной продукции хозяйствам населения, а также обеспечивать торговое обслуживание и предоставление услуг предприятий общественного питания. Такая деятельность может быть реализована путем развития деятельности организаций потребительской кооперации системы Центросоюза РФ.

Развитие потребительской кооперации Центросоюза РФ в современных условиях в первую очередь должно быть направлено на формирование благоприятных условий для жизни населения, проживающего в сельской местности. Ориентация на обеспечение условий для организации производства и сбыта

сельскохозяйственной продукции и сырья, а также обеспечение торговыми и прочими услугами сельского населения будет способствовать развитию сельских территорий, росту благосостояния и стабильности сельских жителей.

Список литературы

1. Кононенко, Р. В. Деятельность хозяйств населения как фактор повышения занятости сельского населения / Р. В. Кононенко, Д. Д. Дьяченко // Цифры для жизни: актуальные проблемы и перспективы развития государственной статистики, её роль в процессах управления в субъектах Российской Федерации : материалы межрегиональной научно-практической конференции, посвященной 70-летию образования государственной статистики в Белгородской области. — Белгород : Белгородстат, 2024. — С. 317–321.
2. Кононенко, Р. В. Развитие сельскохозяйственной кооперации России как фактор обеспечения продовольственной безопасности / Р. В. Кононенко, А. А. Фирсова, Б. А. Гулизаде // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2023. — № 5 (102). — С. 203–216.
3. Кононенко, Р. В. Хозяйства населения как элемент аграрной системы России / Р. В. Кононенко, А. А. Фирсова, Д. Д. Дьяченко // Вестник БУКЭП. — 2024. — № 1 (104). — С. 248–260.
4. Российский статистический ежегодник. 2024: стат. сборник / Росстат. — Москва, 2024. — 630 с.
5. Фирсова, А. А. Сравнительная характеристика развития потребительской кооперации регионов России / А. А. Фирсова // Актуальные проблемы экономики в условиях глобальных вызовов : материалы Международной научно-практической конференции. В 2 ч., Белгород, 16–19 марта 2021 года. Ч. 2. — Белгород : АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права», 2021. — С. 86–91.
6. Фирсова, А. А. Совершенствование хозяйственных связей потребительской кооперации с личными подсобными хозяйствами населения / А. А. Фирсова, И. А. Гашо, С. Н. Ясенева // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2018. — № 4 (71). — С. 319–329.
7. Основные показатели хозяйственной деятельности потребительской кооперации России. Статистика. — URL: <http://docs.sibupk.su>.

Сведения об авторах

Кононенко Родион Викторович, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики, АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 308023, Россия, г. Белгород, ул. Садовая, 116а; e-mail: zav-kaf-ek@buker.ru.

Фирсова Антонина Анатольевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры экономики, АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 308023, Россия, г. Белгород, ул. Садовая, 116а; e-mail: franan@yandex.ru.

Дьяченко Дмитрий Денисович, аспирант кафедры экономики, АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 308023, Россия, г. Белгород, ул. Садовая, 116а; e-mail: tracktorist228@mail.ru.

Kononenko Rodion V., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 116a, Sadovaya str., Belgorod, Russia; 308023; e-mail: zav-kaf-ek@bukep.ru.

Firsova Antonina A., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Economics, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 116a, Sadovaya str., Belgorod, Russia; 308023; e-mail: firanan@yandex.ru.

Dyachenko Dmitry D., Postgraduate Student of the Department of Economics, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 116a, Sadovaya str., Belgorod, Russia; 308023; e-mail: tracktorist228@mail.ru.

Левкин Г. Г.

Омский государственный университет путей сообщения (ОмГУПС)

АУДИТ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОЦЕССОВ ОПТОВОГО ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В статье рассмотрены особенности исследования логистических процессов оптового предприятия с целью поиска и устранения проблем, подготовки логистической системы к цифровой трансформации процессов. В ходе исследования выявлены проблемы логистического характера, для которых предлагаются пути их решения.

Ключевые слова: логистика, склад, исследования, логистическая операция, материальный поток, информационный поток.

Levkin G. G.

Omsk State University of Railway Engineering

AUDIT OF LOGISTICS PROCESSES OF A WHOLESALE TRADE ENTERPRISE

The article discusses the features of studying the logistics processes of a wholesale enterprise with the aim of finding and eliminating problems, preparing the logistics system for the digital transformation of processes. During the research, logistical problems were identified, for which solutions were proposed.

Keywords: logistics, warehouse, research, logistics operation, material flow, information flow.

Организация логистической деятельности в оптовой торговле направлена на беспрепятственное перемещение материальных потоков за счет своевременного получения и обработки информационных потоков. Отсутствие автоматизации процессов приводит к увеличению трудоемкости управленческого персонала и невозможности текущего анализа показателей материальных потоков [1]. Для цифровой трансформации логистических процессов складских систем необходимо провести исследование операционной деятельности склада [2].

Цель исследования — проанализировать организацию логистических процессов оптового торгового предприятия и разработать комплекс мероприятий, направленных на решение логистических проблем.

Задачи исследования: провести логистический аудит складского комплекса оптового торгового предприятия; выявить и описать проблемы логистического характера; предложить пути решения проблем, в том числе за счет цифровой трансформации логистических процессов.

Научная новизна исследования заключается в комплексном подходе к анализу операционной деятельности оптового торгового склада, направленном на выявление и решение проблем в организации логистической деятельности.

При проведении исследования был использован системный подход, методы анализа и синтеза, хронометраж выполнения логистических операций.

В качестве объекта исследования рассматривалось оптовое торговое предприятие с товарной специализацией по оптовым закупкам и продаже слабоалкогольных напитков. Предмет исследования — организация складской деятельности оптового торгового склада в условиях его низкой пропускной способности.

Причиной проведения исследования логистических процессов послужила заявка предприятия на проведение логистического аудита и разработку корректирующих мероприятий для решения выявленных проблем. Невозможность идентификации проблем собственными силами была связана с их системным характером, что выражалось в ошибках первоначального планирования логистической системы склада и дальнейшего усиления уязвимостей в выполнении логистических операций по мере расширения ассортимента, клиентской базы и масштабов деятельности.

На первой встрече был составлен план работы консультанта, который *включал в себя:*

- проведение глубинных интервью с руководителями подразделений, специалистами логистической службы и рабочим персоналом (*грузчиками, комплектовщиками, водителями погрузчиков*);
- изучение документации предприятия для сбора информации о характеристиках внутренних и внешних материальных потоков; замеры рабочего времени на выполнение отдельных логистических операций (*погрузка, разгрузка, комплектация, приемка, уплотнение грузовых единиц в зоне хранения*);
- составление отчета первичного аудита, в котором отразится список критических проблем предприятия с оценкой их влияния на результирующие показатели деятельности;
- разработка мероприятий, направленных на решение каждой проблемы в отдельности и с учетом взаимовлияния проблем друг на друга;
- внедрение разработанных методик и моделей совершенствования логистической системы оптового склада.

Первое глубинное интервью было проведено с генеральным директором предприятия, в результате были озвучены основные проблемы, которые заключались в постоянном оттоке рабочего персонала (*грузчиков*), что приводило к несвоевременности отгрузки товарных партий клиентам и, соответственно, росту количества возвратов, увеличению уровня логистических издержек и снижению дохода предприятия от продажи товарных партий. В целом единичные проблемы приводили к критическому снижению пропускной способности склада.

Сформированное проблемное поле по результатам проведения глубинных интервью включало в себя следующие ситуации: затруднение отправки товаров потребителям материального потока за счет низкой пропускной способности склада на выходе; несоблюдение нормативов времени комплектации заказов клиентов; неудовлетворительное обслуживание потребителей материального потока — некачественная сборка заказов и несвоевременная доставка; значительные расходы на привлеченную рабочую силу и транспортные средства.

Изучение документации предприятия, связанной с контролем и учетом логистических операций, показало, что корпоративная информационная система отражает величину входящих и выходящих материальных потоков, но внутренние материальные потоки не отражаются в отчетах, что приводит к искажению величины объема совокупного материального потока оптового торгового предприятия.

На предприятии была отмечена стихийная организация складского процесса, отсутствие формализованных процедур контроля и учета внутренних логистических операций. Для решения этой проблемы было рекомендовано составить регламенты для проведения отдельных процедур, формализовать логистический процесс на складе.

После предварительного этапа был проведен основной этап логистического аудита, выявлены результаты и сформулированы рекомендации для повышения прозрачности логистических процессов, решения проблем предприятия.

Стихийность процессов проявлялась в том, что все было увязано исключительно на исполнителей, их инициативу. Каждый делал так, как считал нужным, итоговый контроль собранных грузовых единиц не проводился, грузчик (комплектовщик) мог допустить ошибку при сборке товарных позиций для клиентов, заказ отправлялся по адресу с последующим выставлением претензий, что приводило к репутационным и финансовым потерям. Для решения этой проблемы было предложено использование средств автоматизации и штрих-кодирование каждой номенклатурной позиции и грузовой единицы. Это позволило в будущем связывать каждую ошибку с конкретным исполнителем.

Наблюдались сложности с поиском товарных позиций на складе при комплектации, так как поддоны были расположены хаотично, отсутствовала система адресного хранения. Следствием отсутствия адресного хранения было увеличение времени на сборку заказов, которое было измерено путем хронометража. Было предложено создать систему адресного хранения и провести обучение работников склада для повышения их квалификации.

Анализ логистической системы склада показал, что для решения основной проблемы (низкая пропускная способность склада) система должна иметь *следующие характеристики*:

- максимальный учет объема всех операций на складе (подробный с расценкой на них), учет объема выполняемых работ, учет потерь, учет ошибок при выполнении операций. Необходимо осуществить привязку каждой операции к работнику, т. е. учет каждой операции по исполнителю;
- ведение системы учета непосредственно на складе, так как в настоящее время информационные потоки минуют склад, не иницируются работниками склада. Все делается на неформальном уровне, работники только получают оформленные заявки на поставки;
- разработка регламентов по операциям и по проблемным вопросам. Например, как должен поступить водитель при возврате товара, если кладовщика нет на месте, или порядок уплотнения товаров на складе, порядок ротации,

размещения товаров с учетом выполнения последующих операций. Доведение регламентов до работников склада с соответствующими разъяснениями;

— организация постоянного контроля за выполнением регламентов на складе;

— разработка системы адресного хранения товаров на складе и автоматизация логистических операций для их учета и повышения скорости выполнения [3].

Изучение смежных логистических функций на предприятии показал, что уже была проведена работа по улучшению системы доставки товаров потребителям, по учету пробега автомобилей и количеству возвратов, была разработана система мотивации водителей.

Аналогичным образом следует провести изменения на складе. Однако, в отличие от транспортного обеспечения, подобные мероприятия на складе организовать и внедрить значительно сложнее, так как требуется методичная непрерывная работа по организации отдельных мероприятий и всей системы в целом. Формализация складских операций сложнее: процессы в них более дискретны, чем транспортное обеспечение (*транспорт выполняет заявки покупателей, в каждой уже собранные позиции, а склад выполняет больше операций в единицу времени*).

Таким образом, основные проблемы оптового торгового предприятия связаны с непрозрачностью системы складирования и отсутствием налаженного операционного учета. Необходимо детально изучить и описать существующую систему организации труда и внести соответствующие изменения. Внедрение предложенных мероприятий в краткосрочной перспективе позволит сократить количество ошибок, а определение параметров внутреннего материального потока даст возможность рассчитать объем внутреннего материального потока и рациональное количество операционного персонала склада.

Список литературы

1. Домбровский, А. Н. Совершенствование складской логистики / А. Н. Домбровский [и др.] // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. — 2023. — № 10. — С. 158–164.
2. Кузьменко, А. Г. Предпосылки оптимизации процесса складского учета / А. Г. Кузьменко // Science. Research. Practice (Наука. Исследования. Практика) : сборник статей LXXII International scientific conference. — Санкт-Петербург, 2023. — С. 44–45.
3. Nikiforov O. A. Digital transformation of logistics processes in the transport system — basic trend of the modern world economy / O. A. Nikiforov, G. G. Levkin, R. S. Simak // E3S Web of Conferences. International Scientific and Practical Conference «Development and Modern Problems of Aquaculture» (AQUACULTURE 2022). — EDP Sciences, 2023.

Сведения об авторе

Левкин Григорий Григорьевич, канд. вет. наук, доцент, доцент кафедры экономики транспорта, логистики и управления качеством, ФГБОУ ВО «Омский государственный университет путей сообщения»; 644046, Россия, г. Омск, пр. Маркса, 35, e-mail: lewkin_gr@mail.ru.

Levkin Grigory G., Candidate of Vet. Sciences, Associate Professor of the Department of Transport Economics, Logistics and Quality Management, Omsk State Transport University; 644046, Russia, Omsk, Marx Ave., 35, e-mail: lewkin_gr@mail.ru.

Лихтанская О. И., Сваровская Е. Б.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ДИВЕРСИФИКАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ЦЕЛЯХ ПОВЫШЕНИЯ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ

В статье рассматриваются понятие диверсификации и факторы, предопределяющие эффективность проводимой диверсификации. Исходя из SWOT-анализа конкретного сельского потребительского общества, рассмотрены возможные направления диверсификации в целях повышения рентабельности СПО.

Разработка грамотных предложений и принятие наиболее выгодных решений, связанных с процессом диверсификации, позволяют достичь нужных уровней определённых показателей организации, таких как рентабельность, эффективность, повышение качества и т. п.

Ключевые слова: диверсификация, сельское потребительское общество, рентабельность деятельности.

Likhtanskaya O. I., Svarovskaya E. B.

Siberian University of Consumer Cooperation

DIVERSIFICATION OF THE ACTIVITIES OF A CONSUMER COOPERATION ORGANIZATION TO INCREASE ITS EFFECTIVENESS

The article discusses the concept of diversification and the factors that determine the effectiveness of diversification. Based on the SWOT analysis of a specific rural consumer society, possible areas of diversification are considered in order to increase the profitability of RCS. Developing competent proposals and making the most profitable decisions related to the diversification process allows us to achieve the required levels of certain organizational indicators, such as profitability, efficiency, quality improvement, etc.

Keywords: diversification, rural consumer society, profitability of activities.

Диверсификация — это стратегия, связанная с использованием капитала, получаемого с производства основной продукции, на организацию новых видов производства с целью проникновения в смежные и иные отрасли, что должно повлечь увеличение видов производимых товаров и услуг с учётом географического расширения, а также повышения влияния и значимости в сфере взаимодействия всей совокупности известных и действующих в данный момент предприятий.

Актуальность диверсификации как одного из направлений современного менеджмента связана с тем, что она предполагает:

- совмещение разнообразия подходов, объектов и целей управления, а также форм, что связано непосредственно с реалиями, выраженными в определённом «экономическом климате» внешней среды;

- успешное управление, предусматривающее знание и понимание различных типов и методик управления (менеджмента), а также обоснованный

и правильный выбор типа управления (комбинацию) в соответствии с поставленными целями, задачами, исходя из внешних факторов [12].

Научная новизна исследования заключается в том, что возможные варианты диверсификации были предложены на основании проведенного SWOT-анализа конкретного сельского потребительского общества и расчетов рентабельности различных вариантов его деятельности.

Факторы, предопределяющие эффективность проводимой диверсификации предприятиями:

- 1) эффект синергии, предполагающий достижение взаимного усиления потенциала в различных видах деятельности (продвигая одно, продаётся другое);
- 2) финансовая оценка альтернатив, исходя из которой должна рассчитываться диверсификация;
- 3) рыночная экспансия, которая, с учётом доминирующего положения некоторых субъектов предпринимательской деятельности, должна быть ускоренной и агрессивной;
- 4) значимость организационной структуры, предполагающей повышение рабочей культуры внутри предприятия и развитие качества менеджмента внутри организации.

Однако диверсификация может по-разному влиять на организацию внутри предприятия в силу предполагаемой разнонаправленности потока капиталов, трудовых ресурсов и так далее.

Например:

- компания может столкнуться с недостаточно эффективным управлением, проблемами с дальнейшим развитием и рентабельностью ввиду необходимости покрытия расходов на неперспективные направления;
- имеются риски плохой управляемости при планировании и бюджетировании различных направлений, подразумеваемая негибкость организационного аспекта в различных сферах деятельности;
- возникают сложности в централизации процессов и повышаются риски убыточности предприятия.

Однако при этом есть и существенные плюсы, суть которых сводится к устойчивости к кризисным явлениям. Речь идёт о финансовой устойчивости: распределение инвестиций и капиталов, эффективность их распределения, расширение ассортимента предлагаемой продукции и услуг, а также возможность обретения конкурентоспособности в сферах с повышенным спросом.

Как можно заметить, при распределении ресурсов очень важен грамотный подход, когда риск инвестиций не только обладает потенциальной окупаемостью, но также не приведёт остальные сферы деятельности в упадок вследствие возможной убыточности в том или ином направлении.

Анализируя деятельность одного из сельских потребительских обществ (СПО) Новосибирской области, можно отметить, что основной сферой деятельности потребительского общества является торговля. Однако данные о финансовых результатах деятельности свидетельствуют о постоянном снижении выручки и всех показателей прибыли и рентабельности.

В целях оценки внешней и внутренней среды сельпо был проведен SWOT-анализ, представленный в таблице.

SWOT-анализ рассматриваемого сельпо

	Положительные факторы	Негативные факторы
	Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
Внутренняя среда	1. Широкий ассортимент качественных продовольственных и непродовольственных товаров. 2. Контроль качества товаров. 3. Доступная ценовая политика. 4. Широкое присутствие торгового предприятия в районе. 5. Наличие квалифицированного персонала. 6. Расширение новых видов торговой деятельности	1. Отсутствие четкой стратегии развития. 2. Усиление конкуренции на рынке. 3. Снижение розничного товарооборота. 4. Невысокий уровень заработной платы персонала. 5. Несовершенство материальной базы торгового предприятия
Внешняя среда	Потенциальные возможности (O)	Имеющиеся угрозы (T)
	1. Привлечение новых покупателей. 2. Увеличение ассортимента доступных товаров. 3. Возможности увеличения объема продаж. 4. Увеличение темпа роста рынка. 5. Возможность выхода на новые рынки. 6. Поиск новых рыночных ниш. 7. Снижение концентрации крупных торговых предприятий на рынке. 8. Развитие системы логистики. 9. Рост приоритетов потребителей	1. Снижение доходов населения. 2. Появление конкурентов с меньшей ценой. 3. Экономический спад. 4. Изменение спроса

В результате проведенного SWOT-анализа были выявлены сильные стороны и возможности анализируемого сельпо, которые должны стать предпосылкой разработки рекомендаций при формировании оптимальной стратегии, направленной на повышение эффективности рассматриваемой организации.

Таким образом, проведенный анализ предприятия позволяет сделать выводы о том, что предприятие работает стабильно, получает прибыль, однако дальнейшее развитие торговой деятельности нецелесообразно, так как рынок фактически захвачен крупными сетями и маркетплейсами. Поэтому предлагается разработать и реализовать стратегию диверсификации деятельности.

Для достижения целей диверсификации деятельности предлагается: рационально использовать имеющиеся свободные площади, сдавать их в аренду путем заключения договоров с потенциальными арендаторами. Во владении организации имеются несколько нежилых помещений, на обслуживание которых СПО тратит определённую сумму финансовых средств: на текущий ремонт, обслуживание, оплату обязательных платежей за коммунальные и иные услуги, а также прочие статьи расходов.

Например, одна из торговых точек приносит доход 17 500 руб. в день. Площадь этого помещения составляет 330 кв. м. Следовательно, оборот за месяц составляет 525 000 рублей.

Для осуществления полученного оборота необходимо закупить у поставщиков товара на сумму 367 500 руб. (учитывая 30 %-ю наценку на товар, применяемую в организации).

Помимо закупки товара важно учитывать в расходах оплату труда сотрудникам и коммунальные платежи. Таким образом, к сумме 367 500 руб. прибавится 90 000 руб. — оплата труда сотрудников (три продавца и грузчик) и 10 000 руб. — коммунальные расходы. Итого расходная часть составляет 467 500 руб. в месяц (5 610 000 руб. в год). Тогда прибыль магазина за вычетом расходов составит 690 000 руб. в год.

Учитывая факт того, что помещение не приносит достаточно прибыли для достойного обслуживания данной торговой точки и рентабельность крайне низка, то для более эффективного использования занимаемой площади было бы целесообразно сдать его в аренду.

Так как помещение принадлежит СПО, то предприятие может самостоятельно принять решение и сдать его в аренду по договорной цене 1000 руб. за 1 кв. м. В этом случае годовая прибыль составит 3 960 000 руб. Отнимая коммунальные расходы получим 3 840 000 руб. в год.

Показатели рентабельности позволяют оценить, какую прибыль имеет субъект хозяйствования с каждого рубля средств, вложенных в активы. Рассчитаем рентабельность до и после сдачи помещения в аренду:

$R \text{ от торговли (до сдачи)} = 690\,000 / 5\,610\,000 \times 100\% = 12,30\%$.

$R \text{ от аренды (после сдачи)} = 3\,840\,000 / 3\,960\,000 \times 100\% = 96,97\%$.

Несмотря на то, что прибыль от торговли до вычета расходов значительно больше, чем от аренды, рентабельность от аренды в несколько раз превышает рентабельность от торговли. Это связано с тем, что второй вариант деятельности — сдача помещения в аренду — не несет в себе такого количества расходов, как у торговой деятельности.

В результате сдачи в аренду помещения рентабельность увеличилась на 84,67 % (96,97 % – 12,30 %). Это изменение благоприятно для предприятия.

Полученную прибыль можно использовать для реализации востребованных в настоящее время услуг по доставке свежей продукции конечному потребителю. При этом данную доставку также можно организовать различными способами. Целесообразно данную услугу передать на аутсорсинг транспортной компании. И это также будет являться еще одной стратегией диверсификации деятельности СПО [1].

Продвигать свою продукцию можно по всем возможным каналам: соцсети, специализированные сайты и маркетплейсы для фермеров, онлайн-агрегаторы сервисов доставки. Например, Россельхозбанк запустил маркетплейс качественных и свежих фермерских продуктов Своё Родное. Привлечение покупателей маркетплейс берет на себя, СПО нужно только разместить свои товары. Это можно сделать легко и быстро, и главное, совершенно бесплатно.

Оригинальной идеей является возможность оформления подписки на доставку. Это поможет прогнозировать объемы перевозок, строить маршруты, а для клиентов станет дополнительным «якорем». Если покупатель привыкнет

каждую пятницу стабильно получать, например, свежую выпечку, то не так просто откажется от этой привычки [2].

Таким образом, предложенные направления диверсификации позволят использовать возможности внешней среды, выявленные в ходе SWOT-анализа, а именно:

- влияние на приоритеты потребителей;
- привлечение новых покупателей и освоение новых рыночных ниш за счет выхода на специализированные сайты и маркетплейсы для фермеров, онлайн-агрегаторы сервисов доставки и т. д.;
- возможности увеличения объема продаж, как следствие, привлечение новых покупателей и освоение новых рыночных ниш;
- развитие системы логистики за счет договора аутсорсинга с транспортной компанией.

Список литературы

1. Лихтанская, О. И. Система продвижения продукции местных производителей как фактор обеспечения импортозамещения в регионе / О. И. Лихтанская, Е. Б. Сваровская // Социально-экономическое развитие сельских территорий: тренды кооперации : сборник материалов Международной научно-практической конференции, приуроченной ко Дню российской науки, Новосибирск, 8 февраля 2024 г. — Новосибирск : СибУПК, 2024. — С. 59–63.
2. Масанова, Е. А. Новые инструменты управления человеческими ресурсами с помощью цифровых технологий / Е. А. Масанова, В. В. Трубенева, Т. И. Никифорова // Современные проблемы экономики и управления : материалы Международной научно-практической конференции в 4 т., Москва, 24 ноября 2023 года. — Москва : Российский государственный социальный университет, 2023. — С. 30–35.

Сведения об авторах

Лихтанская Ольга Иосифовна, канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой менеджмента, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: ch_managment@sibupk.nsk.su.

Сваровская Елена Борисовна, канд. филос. наук, доцент, доцент кафедры торгового дела и рекламы, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: elen-sv@list.ru.

Likhtanskaya Olga I., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Management, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: ch_managment@sibupk.nsk.su.

Svarovskaya Elena B. *Candidate of Philosophical Sciences*, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Trade Business and Advertising, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: elen-sv@list.ru.

Малахова Н. Н.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

АПРОБАЦИЯ МЕХАНИЗМОВ СОЦИАЛЬНОГО ЗАКАЗА В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

В статье рассматриваются проблемы и перспективы апробации механизмов организации оказания государственных услуг в социальной сфере. Акцентирован комплексный подход в решении кадровой проблемы, включающий расширение спектра образовательных программ, ориентированных на подготовку специалистов в сфере социальной защиты и обслуживания, установление партнёрства между образовательными учреждениями, социально ориентированными некоммерческими организациями и государственными органами для разработки практико-ориентированных курсов и адаптацию учебных программ под реальные потребности региона.

Ключевые слова: социальный заказ, государственные услуги в социальной сфере, социально ориентированные некоммерческие организации, целевая подготовка кадров.

Malakhova N. N.

Siberian University of Consumer Cooperation

TESTING MECHANISMS OF SOCIAL CONTRACTING IN THE NOVOSIBIRSK REGION: CHALLENGES AND PROSPECTS

The article examines the challenges and prospects of testing mechanisms for organizing the provision of public services in the social sphere. A comprehensive approach to addressing staffing issues is emphasized, including the expansion of educational programs aimed at training specialists in social protection and services, establishing partnerships between educational institutions, socially oriented non-profit organizations, and government bodies to develop practice-oriented courses, and adapting curricula to meet the actual needs of the region.

Keywords: social contracting, public services in the social sphere, socially oriented non-profit organizations, targeted personnel training.

Развитие гражданского общества в Российской Федерации реализуется на различных уровнях управления — федеральном и региональном. В Новосибирской области данное направление играет ключевую роль в Стратегии социально-экономического развития до 2030 года [4]. Основной задачей является вовлечение активных граждан и социально ориентированных некоммерческих организаций (далее — СО НКО) в процессы социально-экономического развития. Однако, несмотря на наличие законодательной базы и поддержки, существуют определённые проблемы, требующие анализа и решения.

Новосибирская область включена в перечень субъектов Российской Федерации, где с 1 сентября 2020 года вступил в силу Федеральный закон № 189-ФЗ «О государственном (муниципальном) социальном заказе на оказание государственных (муниципальных) услуг в социальной сфере». Основной целью закона является повышение качества социальных услуг и расширение участия негосударственных организаций в их оказании. В рамках апробации механизмов

закона в регионе реализуются разнообразные мероприятия, регулируемые постановлениями Правительства Новосибирской области [5, 6].

План апробации механизмов организации оказания государственных услуг был утвержден постановлением Правительства Новосибирской области от 28.12.2020 № 558-п [5]. Например, в 2023 году государственный социальный заказ формировался по следующим ключевым направлениям:

1. Социальное обслуживание (за исключением стационарной формы), ответственное ведомство — министерство труда и социального развития Новосибирской области.

2. Оказание паллиативной медицинской помощи, ответственное ведомство — министерство здравоохранения Новосибирской области.

3. Спортивная подготовка, ответственное ведомство — министерство физической культуры и спорта Новосибирской области.

4. Содействие занятости населения, ответственное ведомство — министерство труда и социального развития Новосибирской области.

5. Создание условий для развития туристской индустрии, ответственное ведомство — министерство экономического развития Новосибирской области. Это направление реализуется на основании постановления Правительства Новосибирской области от 03.10.2023 № 459-п, где предусмотрено использование социального сертификата для предоставления услуг.

На основе анализа документальных материалов и социологических исследований [1] можно констатировать наличие следующих проблем:

1. Ограниченность доступа к ресурсам. Несмотря на меры поддержки, такие как предоставление субсидий и имущества в пользование, не все СО НКО имеют равный доступ к данным ресурсам. Конкурсные процедуры требуют значительных административных усилий, что может быть сложным для малых организаций.

2. Недостаточная информированность. Многие активные граждане и небольшие организации недостаточно информированы о доступных мерах поддержки. Это снижает уровень вовлеченности населения в социально значимые проекты.

3. Бюрократические барьеры. Процессы получения субсидий и участия в государственных программах требуют значительного документального сопровождения. Это может препятствовать участию инициативных групп и начинающих организаций.

4. Неравномерное развитие муниципальных программ. В разных районах области уровень поддержки СО НКО существенно различается. Это связано с различиями в бюджетах муниципальных образований и их приоритетах.

5. Проблемы целевой подготовки кадров. На сегодняшний день система профессионального образования в Новосибирской области сталкивается с рядом проблем в подготовке кадров для социальной сферы, в частности:

- недостаток образовательных программ, адаптированных под потребности современной социальной защиты и социального обслуживания;

- ограниченное взаимодействие между учебными заведениями, работодателями и органами власти, что приводит к несоответствию уровня подготовки специалистов реальным требованиям;

— нехватка финансовых и организационных ресурсов для повышения квалификации и переподготовки уже работающих кадров.

В качестве перспектив решения данных проблем можно предложить уменьшение административной нагрузки при оформлении заявок на субсидии и получение имущества в пользование, что позволит стимулировать рост числа СО НКО, участвующих в реализации социально значимых проектов. Расширению информационной поддержки будет способствовать создание доступных информационных платформ для информирования граждан и организаций о возможностях участия в программах и мерах поддержки [2], включающих семинары, вебинары и публикации в региональных СМИ. Активное привлечение частного сектора в поддержку инициатив гражданского общества может стать ещё одним источником финансирования и ресурсов [3], что даст дополнительные возможности для развития партнёрства между СО НКО и бизнесом. При этом введение единых стандартов для муниципальных программ поддержки СО НКО позволит устранить неравномерность их реализации в различных районах области.

Решение кадровой проблемы, безусловно, требует комплексного подхода, включающего:

— расширение спектра образовательных программ, ориентированных на подготовку специалистов в сфере социальной защиты и обслуживания;

— установление партнёрства между образовательными учреждениями, СО НКО и государственными органами для формирования практико-ориентированных курсов и адаптацию учебных программ под реальные потребности региона;

— организацию стажировок и практики для студентов в действующих учреждениях социальной сферы, что позволит адаптировать их знания к реальным условиям;

— разработку и внедрение системы грантов и субсидий для студентов, обучающихся по профильным специальностям, и работников социальной сферы, повышающих квалификацию.

Таким образом, апробация механизмов социального заказа в Новосибирской области показывает перспективность модели вовлечения негосударственных организаций в оказание социальных услуг. Однако для её успешной реализации требуется устранение существующих проблем, связанных с недостаточной информированностью, сложностью процедур, дефицитом кадров и слабой финансовой мотивацией участников. Преодоление существующих проблем и активное использование перспектив позволит создать условия для устойчивого социально-экономического роста региона. Особое внимание следует уделить развитию целевой подготовки кадров для социальной сферы, что станет ключевым фактором повышения качества социальных услуг и эффективности их реализации.

Список литературы

1. Ежегодный доклад «О состоянии гражданского общества Новосибирской области за 2023 год» / Общественная палата Новосибирской области; ООО «ГЭПИцентр-1». — Омск, 2024. — 143 с.

2. О государственных информационных системах, государственных информационных ресурсах, территориальной информационной системе Новосибирской области: Закон Новосибирской области от 15.10.2007 № 138-ОЗ (с изм. на 27 сентября 2024 года). — URL: <https://docs.cntd.ru/document/5426586> (дата обращения: 14.01.2025).
3. О государственной поддержке социально ориентированных некоммерческих организаций в Новосибирской области: Закон Новосибирской области от 07.11.2011 № 139-ОЗ (с изм. на 3 октября 2024 года). — URL: <https://docs.cntd.ru/document/465703448> (дата обращения: 14.01.2025).
4. Постановление Правительства Новосибирской области от 19.03.2019 № 105-п «Стратегия социально-экономического развития Новосибирской области на период до 2030 года». — URL: <https://docs.cntd.ru/document/465728379> (дата обращения: 15.01.2025).
5. Постановление Правительства Новосибирской области от 28.12.2020 № 558-п «Об организации оказания государственных услуг в социальной сфере на территории Новосибирской области» (с изм. на 19 сентября 2023 года). — URL: <https://docs.cntd.ru/document/465741193> (дата обращения: 14.01.2025).
6. Постановление Правительства Новосибирской области от 17.11.2021 № 464-п «Об утверждении государственной программы Новосибирской области «Развитие институтов региональной политики и гражданского общества в Новосибирской области» (с изм. на 15 июля 2024 года). — URL: <https://docs.cntd.ru/document/465727275> (дата обращения: 15.01.2025).

Сведения об авторе

Малахова Наталья Николаевна, канд. пед. наук, доцент, доцент кафедры трудового права и социального обеспечения, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Malakhova Natalia N., Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor, Department of Labor Law and Social Security, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk, Russia; 630087; e-mail: eccooper@sibupk.nsk.su.

Маслов С. В.

Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права

Бирюкова Л. И.

Красноярский филиал им. В. С. Молокова Санкт-Петербургского государственного университета гражданской авиации

БЕЗОПАСНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В КРАСНОЯРСКОМ КРАЕ

В статье рассматриваются вопросы безопасной организации сельского туризма с учётом экологической обстановки в регионах с крупными промышленными центрами на примере Красноярского края.

Ключевые слова: безопасность, сельский туризм, экологическая обстановка, гигиенические требования, транспорт.

Maslov S. V.

Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law

Biriukova L. I.

Krasnoyarsk branch named after V. S. Molokov of the Saint Petersburg State University of Civil Aviation

SAFE ORGANIZATION OF RURAL TOURISM IN KRASNOYARSK REGION

The article examines the issues of safe organization of rural tourism taking into account the environmental situation in regions with large industrial centers using the example of Krasnoyarsk region.

Keywords: safety, rural tourism, environmental situation, hygienic requirements, transport.

В современных условиях изменения в сфере туризма ведут к развитию внутреннего рынка. Направление развития РФ до 2035 года и национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» определили приоритет сферы внутреннего туризма над международным. Расширение возможностей полноценного отдыха внутри страны затрагивает интересы широкого круга участников рынка. Развивающаяся составляющая экологического туризма — сельский туризм — способствует расширению возможностей территорий в социально-экономической сфере за счёт частно-государственного партнёрства, получения дополнительных рабочих мест, повышения качества жизни.

Существующие национальные стандарты устанавливают общие требования к экологическому туризму и требования по обеспечению безопасности жизни, здоровья, личной неприкосновенности, а также имущества туристов (экскурсантов) при совершении путешествий и экскурсий [1, 2].

Организаторы агротуров и сельских «зелёных» туров должны учитывать, что, помимо ряда преимуществ проживания в сельской местности туристов,

возникают вопросы, связанные с безопасностью. Доставка до места, размещение туристов, питание, досуг, личная безопасность могут быть организованы и в дальнейшем контролироваться лично организаторами туров, либо за счёт привлечения специализированных подрядных организаций, но сфера экологической безопасности ограничивает возможности из-за первопричин их возникновения. Если мы и можем, используя уже существующую инфраструктуру сельских поселений, где существенным источником загрязнения окружающей среды является печное отопление и котельные, применяющие в качестве топлива каменный уголь, уменьшить количество выбросов за счёт перевода на электрическое отопление, газоснабжение или применение специально доработанного топлива, то на наличие крупных промышленных центров, чьё дистанционное воздействие на экологию прилегающих территорий измеряется десятками, а то и сотнями километров, повлиять не в силах. Примером может служить Красноярский край.

Градообразующие, крупные предприятия металлургической, топливно-энергетической промышленности воздействуют на атмосферный воздух и водные запасы, повышая риск возникновения онкологических, иммунных заболеваний [3].

Исследования питьевой воды в районах Красноярского края выявили её неудовлетворительное качество на значительных территориях: об этом свидетельствуют данные, приведённые в статье Д. В. Горяева [и соавт.], главного государственного санитарного врача по Красноярскому краю [4].

Показатели по воздуху и питьевой воде свидетельствуют о неблагоприятной экологической обстановке в районах, прилегающих к городам, где находятся крупные промышленные предприятия. Тенденция на снижение показателей заметна, сказывается реализация федеральных проектов в области экологии, модернизация оборудования и внедрение новых технологических процессов, в том числе при производстве алюминия и очистке питьевой воды.

Большинство существующих сельских поселений, находящихся на значительном расстоянии от краевого центра, дышат чистым воздухом, но при этом имеют проблемы с обеспечением качественной питьевой водой не только из-за природных, но и антропогенных факторов (сельскохозяйственный комплекс: растениеводство и животноводство).

Один из вопросов организации сельского туризма — транспортная доступность. Наземный, воздушный, железнодорожный и водный транспорт расширяет границы путешествий для туристов и предоставляет широкий спектр дополнительных и сопутствующих услуг с использованием собственной материально-технической базы.

Деятельность транспортных компаний вне зависимости от вида транспорта регулируется соответствующими нормативными документами. Например, для воздушного транспорта — Воздушный кодекс Российской Федерации, который регламентирует перевозку пассажиров, багажа, грузов, почты, а также устанавливает правила сертификации и лицензирования. Права, обязанности, ответственность перевозчика, пассажира, грузоотправителя и грузополучателя, прекращение договора воздушной перевозки определены в соответствии с российским законодательством [5].

Использование воздушного транспорта для доставки туристов в отдалённые районы, не имеющие серьёзной экологической нагрузки от промышленных предприятий, позволяет сократить время в пути, а, например, применение вертолётной техники обеспечивает возможность заброски отдыхающих на автономные базы и комплексы, располагающиеся в горной или лесной местности, где туристы могут реализовать возможность участия в сборе грибов, ягод, дикоросов, организации пасек и так далее.

Чаще всего существующая инфраструктура населённых пунктов потенциально пригодна для обеспечения агротуров, но при этом необходимо учитывать, что дополнительная нагрузка от транспорта, имеющего двигатели внутреннего сгорания, на окружающую среду неизбежно потребует перевода на экологически чистое топливо. В Красноярском крае с его энергоресурсами наиболее логичным будет применение электротранспорта, что автоматически подразумевает разветвлённую сеть заправок и соответствующие возможности по мелкосрочному ремонту электромобилей.

Удобство при эксплуатации электротранспорта, его бесшумность, мобильность, экологическая чистота — неоспоримые преимущества перед транспортом с ДВС, но одновременно с этим серьёзные требования по мощности к электросетям, зарядному оборудованию могут существенно ограничить возможности владельцев вне крупных поселений. Например, группой компаний «Россети» разработан стандарт организации по электрозарядным станциям для электромобилей, требования которого обязательны для исполнения.

Вопросы пожаро- и электробезопасности на сельских территориях не могут не учитывать особенности жилого фонда. Большая часть строений деревянные: с одной стороны, экологически чистый, доступный, сейсмоустойчивый материал, с другой — высокая пожароопасность.

Наиболее частыми причинами пожаров становятся неисправная электропроводка, неосторожное обращение с огнём при использовании печного отопления, неисправность бытовых приборов. На территории Красноярского края, даже в южных районах в летний период, температура может опускаться до отрицательных значений, что требует поддержания комфортного баланса в помещениях для размещения туристов. Современные бытовые приборы обладают мощностью свыше 1,5 кВт (бойлеры, проточные нагреватели, утюги, чайники и т. п.), что необходимо учитывать при организации бытовых услуг для туристов, используя домовладения старой постройки, имеющие проводку несоответствующих параметров и отсутствие автоматических средств защиты.

Лесные массивы, степи, луга с обширной растительностью, окружающие места размещения туристов, представляют собой серьёзную опасность при несоблюдении правил пользования открытым огнём. Основные причины возникновения природных пожаров в Красноярском крае носят антропогенный характер. Хозяйственная деятельность лесозаготовителей, производителей сельхозпродукции подразумевает контролируемое выжигание подлеска, сухой травы, но не всегда это ограничивается территориями, входящими в план работ.

Сознательное, ответственное отношение глав сельских поселений, на территории которых возможно размещение участников «зелёных» туров,

к обеспечению пожаро- и электробезопасности вселяет надежду избежать трагедии 2015 года в Красноярском крае и Хакасии.

При разработке, организации и реализации проектов в сфере сельского туризма на территории Красноярского края необходимо учитывать особенности, связанные с близостью к местам расположения и размещения туристов, предприятий с серьёзной экологической нагрузкой (ПАО «ГМК «Норильский никель»», предприятия, входящие в состав ОАО «РУСАЛ», КраМЗ, ТЭЦ-1 и 2, Назаровская ГРЭС, Ачинский глинозёмный комбинат, Енисейский ЦБК и так далее), климатические особенности региона (достаточно короткий период плюсовых температур), увеличение численности и площади распространения клещей, переносящих клещевой энцефалит и болезнь Лайма.

Необходимо заранее предупреждать о возможных последствиях длительного нахождения на этих территориях, обеспечивать отдыхающих качественной и безопасной питьевой водой за счёт применения технических средств очистки воды не только от механических примесей, организовывать безопасную доставку туристов в отдалённые территории, используя сертифицированные виды транспорта, квалифицированный персонал водителей и сопровождающих.

Развитие сельского туризма не должно ограничиваться использованием существующей материально-технической базы. Соблюдение норм, правил и обеспечение безопасности при организации отдыха потребует достаточно значительных вложений, что может вызвать необходимость привлечения средств инвесторов. Важной составляющей является заинтересованность государства в развитии этого направления внутреннего туризма.

Список литературы

1. ГОСТ Р 56642–2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования. Введ. 2016-07-01. — Москва, 2016. — 12 с.
2. ГОСТ Р 56643–2015. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Личная безопасность туриста. Введ. 2016-07-01. — Москва, 2016. — 13 с.
3. Сибгатулин В. Г., Шишацкий Н. Г. Красноярский алюминиевый завод: экологический фактор // ЕКО. — 2018. — № 48 (4). — URL: <http://ecotrends.ru/index.php/eco/article/view/1189>.
4. Горяев Д. В., Тихонова И. В., Торотенкова Н. Н. Гигиеническая оценка качества питьевой воды и риски для здоровья населения Красноярского края // Анализ риска здоровью. — 2016. — № 3. — С. 35–43.
5. Воздушный кодекс Российской Федерации : Федеральный закон от 19.03.1997 № 60-ФЗ в ред. от 08.08.2024 [Электронный ресурс] // СПС «КонсультантПлюс».

Сведения об авторах

Маслов Сергей Владимирович, преподаватель высшей квалификационной категории, ЧПОУ «Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права»; 660022, Россия, г. Красноярск, ул. Аэровокзальная, 2И; e-mail: maslov67@bk.ru.

Бирюкова Любовь Ивановна, преподаватель высшей квалификационной категории, ФГБОУ ВО СПбГУ ГА им. А. А. Новикова, Красноярский филиал им. В. С. Молокова СПбГУ ГА; 660016, Россия, г. Красноярск, ул. Гладкова, 4; e-mail: lbiryukoval@mail.ru.

Maslov Sergey V., Teacher, Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law; 660022, Russia, Krasnoyarsk, Aerovokzalnaya st., 2 i; e-mail: maslov67@bk.ru.

Biryukova Lyubov I., Lecturer, Saint Petersburg State University of Civil Engineering named after A. A. Novikov, Krasnoyarsk branch named after V. S. Molokov; 660016, Russia, Krasnoyarsk, Gladkova St. 4; e-mail: lbiryukoval@mail.ru.

Мороз О. Н., Бакарасов Е. О.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

МАТРИЦА БКГ И РЕКОМЕНДУЕМАЯ СТРАТЕГИЯ ДЛЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Цель научной статьи — провести оценку матрицы БКГ для организации потребительской кооперации с учетом ее отраслевой специфики. Исследование базируется на общенаучных и опытно-статистических методах. Источниками информационного обеспечения для анализа матрицы БКГ выступают данные финансовой (бухгалтерской) отчетности Центросоюза РФ за 2022–2023 гг. Практическая значимость исследования заключается в разработке рекомендуемых стратегий для устойчивого развития предприятий Новосибирского облпотребсоюза на региональном потребительском рынке.

Ключевые слова: матрица БКГ, портфельный анализ, потребительский союз, стратегия, темпы роста рынка, доля рынка.

Moroz O. N., Bakarasov E. O.

Siberian University of Consumer Cooperation

THE BCG MATRIX AND THE RECOMMENDED STRATEGY FOR ORGANIZING CONSUMER COOPERATION

The purpose of the scientific article is to evaluate the BCG matrix for the organization of consumer cooperation, taking into account its industry specifics. The research is based on general scientific and experimental statistical methods. The sources of information for the analysis of the BCG matrix are data from the financial (accounting) statements of the Central Union of the Russian Federation for 2022–2023. The practical significance of the study lies in the development of recommended strategies for the sustainable development of the Novosibirsk Regional Consumer Union in the regional consumer market.

Keywords: BCG matrix, portfolio analysis, consumer union, strategy, market growth rate, market share.

Матрица БКГ — это модельная стратегия портфельного анализа, позволяющая провести оценку деятельности организации потребительской кооперации путём сравнения темпов роста рынка и доли рынка.

Матрица БКГ отображает положение конкретного вида финансово-хозяйственной деятельности субъекта хозяйствования в стратегическом пространстве, которое образовано двумя осями координат. Ось ОХ отображает долю данной организации в общем объёме данной сферы деятельности, а ось ОУ — темп роста соответствующего рынка [1].

Матрица состоит из четырёх квадрантов, каждый из которых предполагает ведение определённой политики и наличие особых денежных потоков.

1. В правом нижнем углу располагаются «дойные коровы» — организации с высокой долей на медленно растущем рынке. Они являются довольно прибыльными и дают средства для инвестирования в другие организации на быстро растущих рынках.

2. В квадранте «собаки» находятся бизнес-области с незначительной долей на медленно растущем рынке. Чаще всего они убыточны и для удержания позиций нуждаются в дополнительных инвестициях. Как правило, от «собак» стараются избавляться.

3. «Звёзды» — это лидеры на быстро растущих рынках (темпы прироста более 10 % в год).

Целью исследования является оценка матрицы БКГ для организации потребительской кооперации и определение рекомендуемой стратегии.

Научная новизна исследования состоит в использовании матрицы БКГ для организации потребительской кооперации с учетом ее отраслевой специфики, что позволяет учитывать динамику развития региональных рынков.

Методы исследования: сравнительный, контент-анализ, кейс-стади, группировка данных.

Информационной основой исследования послужила финансовая (бухгалтерская) отчетность Центросоюза РФ за 2022–2023 годы [4, 5].

Создание матрицы Бостонской консалдинговой группы (БКГ) начинается с выбора предмета исследования, которым выступает Новосибирский областной союз потребительских обществ (НОПС) г. Новосибирска.

Для аналитического исследования оценим несколько организаций, которые объединяет Новосибирский областной союз потребительских обществ. В их число входят: ООО «Управление торговли»; ООО «Ленинский рынок»; ЗАО «Октябрьский рынок»; ООО «Вексельный центр Новосибирского облпотребсоюза»; ООО «Магазин «Сотый»; ЧПОУ «НКТ им. А. Н. Косыгина Новосибирского облпотребсоюза».

По каждому из предприятий находим объём продаж за 2022 и 2023 годы. Далее определяем объём продаж конкурента каждого предприятия, опираясь на одинаковый общероссийский классификатор видов экономической деятельности.

Результаты вычислений темпа роста рынка и относительной доли рынка представим в таблице [4, 5].

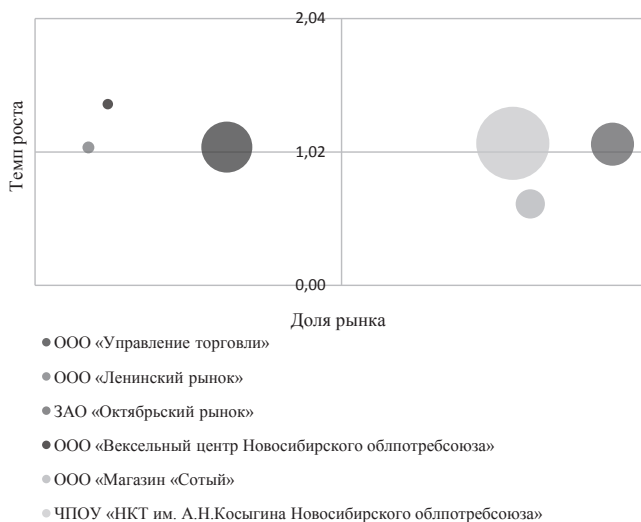
Объём продаж, темп роста и относительная доля рынка предприятий НОПС

Предприятия Новосибирского облпотребсоюза	Объём продаж, тыс. руб.		Объём продаж конкурента, тыс. руб.	Темп роста рынка, %	Относительная доля рынка, %
	2022 г.	2023 г.			
ООО «Управление торговли»	101 446	107 246	171 418	1,06	0,63
ООО «Ленинский рынок»	5 550	5 853	33 628	1,05	0,17
ЗАО «Октябрьский рынок»	70 892	76 534	40 624	1,08	1,88
ООО «Вексельный центр Новосибирского облпотребсоюза»	3 277	4 541	19 135	1,39	0,24

Окончание табл.

Предприятия Новосибирского облпотребсоюза	Объём продаж, тыс. руб.		Объём продаж конкурента, тыс. руб.	Темп роста рынка, %	Относительная доля рынка, %
	2022 г.	2023 г.			
ООО «Магазин «Сотый»	56 651	35 275	21 832	0,62	1,62
ЧПОУ «НКТ им. А. Н. Косыгина Новосибирского облпотребсоюза»	203 020	220 498	141 461	1,09	1,56
Итого:	237 816	229 449	286 637	0,96	—

На основе получившихся данных таблицы в программе Excel создадим пузырьковую диаграмму (рисунок).



Матрица БКГ Новосибирского областного потребительского союза

На основе полученной матрицы БКГ для Новосибирского облпотребсоюза можно сделать следующие выводы:

1. Стратегия «Дойные коровы»:

ООО «Магазин «Сотый» с объемом продаж 35 275 тыс. руб. имеет низкий темп роста, но имеет стабильный денежный поток доходов. Предприятие генерирует денежные потоки, которые могут быть использованы для финансирования других более перспективных направлений. Для данного предприятия можно предложить следующие рекомендации:

- оптимизировать затраты, сосредоточивая снижение операционных расходов и повышение эффективности;

- поддерживать финансовое равновесие: убедиться, что качество обслуживания и продукции остается на высоком уровне для поддержания лояльности клиентов;

- инвестировать в маркетинг: рассмотреть возможность небольших инвестиций в маркетинг для увеличения клиентской базы, но без значительных рисков.

2. Стратегия «Звёзды»:

- ЧПОУ «НКТ им. А. Н. Косыгина» с объёмом продаж 220 498 тыс. руб. — это «звезда» с высоким объёмом продаж, что указывает на высокий рост;

- ЗАО «Октябрьский рынок» с объёмом продаж 76 534 тыс. руб. тоже демонстрирует успешные результаты, хотя и с меньшим объёмом продаж.

Эти бизнес-единицы находятся в сегментах с высоким темпом роста и высокой долей рынка, требуют значительных инвестиционных вложений для поддержания роста, но также приносят значительные доходы. Рекомендуемая стратегия:

- увеличение инвестиций: инвестировать в расширение операций, улучшение технологий и внедрение новых продуктов или услуг;

- маркетинг и продвижение: увеличить маркетинговые усилия для захвата большей доли рынка и укрепления позиций;

- развитие инфраструктуры: рассмотреть возможность расширения физической инфраструктуры (например, открытие новых точек продаж или логистических центров).

3. Стратегия «Знаки вопроса»:

ООО «Ленинский рынок» с объёмом продаж 5853 тыс. руб., ООО «Вексельный центр Новосибирского облпотребсоюза» с 4541 тыс. руб. и ООО «Управление торговли» с 107 246 тыс. руб. показывают многообещающие перспективы, но требуют дальнейших вложений для достижения стабильного роста. Рекомендуемая стратегия:

- анализ рынка: провести детальный анализ рынка и конкурентной среды, чтобы понять, как можно повысить долю рынка;

- инвестиции в развитие: рассмотреть возможность привлечения инвестиций для расширения предложения и повышения качества услуг или товаров;

- тестирование новых подходов: применять инновационные методы продаж, такие как онлайн-продажа или улучшение клиентского сервиса, чтобы привлечь больше клиентов.

На основе проведённого исследования можно сделать общий вывод о том, что Новосибирский областной потребительский союз должен сосредоточиться на поддержании и оптимизации стратегии «дойных коров», активно развивать «звёзды» и тщательно анализировать «знаки вопроса» с целью определения их потенциала. В целом НОПС необходимо рассмотреть возможность создания единой стратегии для координации и интеграции усилий между всеми бизнес-единицами. Также оценить возможность выхода на новые рынки сбыта или введения новых продуктов, чтобы уменьшить зависимость от текущих бизнес-единиц. Чаше проводить анализ и мониторинг рыночной ситуации

потребительского рынка и производительности каждой бизнес-единицы для своевременной корректировки текущей бизнес-стратегии на региональном рынке.

Список литературы

1. Глинский В. В. Портфельный анализ в типологии данных: методология и применение в поддержке управленческих решений // Вестник НГУЭУ. — 2012. — С. 61–64.
2. Ислакаева Г. Р. Использование матрицы Бостонской консалтинговой группы в разработке стратегий развития корпораций и государства // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. — 2020. — С. 116–122.
3. Смирнова А. А., Антонова И. С. Модификация матрицы БКГ для оценки портфеля проектов компании // Вестник УГНТУ. Наука, образование, экономика. Серия: Экономика. — 2020. — С. 116–122.
4. Ресурс БФО [Электронный ресурс]. — URL: <https://bo.nalog.ru/>.
5. Центросоюз РФ [Электронный ресурс]. — URL: <https://rus.coop/>.

Сведения об авторах

Мороз Оксана Николаевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26, e-mail: ksenijasib@mail.ru.

Бакарасов Евгений Олегович, преподаватель кафедры менеджмента, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: managem@sibupk.nsk.su.

Moroz Oksana N., Candidate of Science in Economics, Associate Professor, Department of Theoretical and Applied Economics, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26, e-mail: ksenijasib@mail.ru.

Bakarasov Evgeny O., Lecturer of the Department of Management, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26, e-mail: managem@sibupk.nsk.su.

Мороз О. Н., Медведский Д. А.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ, ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ И ДРАЙВЕРЫ РОСТА ЭКОНОМИКИ АПК РОССИИ

В данной статье приводится анализ современных тенденций, трендов развития и драйверов роста экономики отечественного АПК на фоне сформировавшейся амбивалентной конъюнктуры геополитического характера на мировом и национальном уровнях.

Ключевые слова: тенденции, тренды развития, драйверы роста, агропромышленный комплекс, экономика, сельское хозяйство, аграрный сектор.

Moroz O. N., Medvedsky D. A.

Siberian University of Consumer Cooperation

CURRENT TRENDS, DEVELOPMENT TRENDS AND GROWTH DRIVERS OF THE RUSSIAN AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

This article provides an analysis of current trends, development trends and drivers of economic growth in the domestic agro-industrial complex against the background of the formed ambivalent geopolitical situation at the global and national levels.

Keywords: trends, development trends, growth drivers, agro-industrial complex, economics, agriculture, agricultural sector.

В условиях современных кардинальных перемен и трансформации экономических отношений агропромышленный комплекс как особый сектор экономики является одним из основополагающих компонентов отечественной экономики, включающий в себя комплекс отраслей народного хозяйства, среди которых формируются отношения экономической направленности, напрямую связанные с процессами производства, распределения, обмена, переработки и потребления сельскохозяйственной продукции. На текущий момент аграрный сектор России переходит на принципиально новую стадию своего развития, заключающую в себе применение рыночных взаимодействий в роли ключевого механизма управления деятельности экономических агентов [10].

Согласно данным Министерства сельского хозяйства РФ, в 2023 году подотрасли агросектора продемонстрировали превосходные результаты. Так, был собран второй по величине урожай зерновых культур за всю историю развития страны, объем которого составил 143 млн тонн, а при включении новых регионов — 147 млн тонн. Наряду с этим животноводы увеличили производство молока и мяса на 500 и 300 тыс. тонн соответственно, в то время как рыбопромышленники достигли наивысший за последние 30 лет показатель вылова водных биоресурсов, поймав 5,3 млн тонн. Россия вышла на мировую лидирующую позицию по добыче лосося, величина объема которого составила свыше 600 тыс. тонн [5].

В очередной раз производственные показатели сельскохозяйственной продукции подтвердили позицию России как нетто-экспортера продукции

агропромышленного комплекса. По данным информационного агентства Интерфакс, вырученные средства от поставок на внешние рынки в 2023 году впервые пересекли границу контрольного показателя на 12 %, составив 46 млрд долл. США по сравнению с 41,6 млрд долл. США в 2022 году. В 2023 году российская агропродукция экспортировалась в 150 стран мира, при этом ориентир переместился в направлении дружественных стран. По итогам года показатель экспорта в них вырос на 20 %, а их доля в общих объемах поставок достигла 87 %. В частности, экспортные поставки в Китай выросли более чем на 50 %, в Индию — на 46 %, в Египет — на 13 %, в Пакистан — на 40 %. При этом поставки в Индонезию показали увеличение в 6 раз, а в Мексику — в 3 раза [9].

В 2023 году 17 государств предоставили доступ к своим рынкам с целью осуществления экспорта 48 разновидностей аграрной продукции из России, что позволило существенно диверсифицировать ее экспортный портфель. Среди новых рынков сбыта открыты Алжир для поставок мяса птицы, Тунис — для рыбы, Малайзия и Гонконг — для молочной продукции. Значимым поворотом стало открытие рынка Китая для российской свинины. Вместе с тем в ближайшее время стратегия экспорта российского агробизнеса будет включать в себя развитие инфраструктуры и дистрибуции в зарубежных странах, формирование брендов для конкретных экспортных рынков и интенсификация деятельности в секторе ретейла. Например, в КНР открыли свои филиалы компании «ЭкоНива», «Комос Групп», «Русская рыбопромышленная компания», «Таргет-Агро», «Белевская пастильная мануфактура». Отдельные компании в Китае заключили договоры аренды складских помещений для последующего развития дистрибьюторских сетей [9].

Невзирая на существующий широкий пакет санкций со стороны недружественных государств, Российская Федерация продолжает укреплять партнерские отношения, предпринимая активные меры по усилению показателей обеспечения технологической независимости и продовольственной безопасности. Так, по состоянию на начало 2023 года уровень обеспеченности населения России основной агропродовольственной продукцией демонстрирует устойчивую тенденцию развития, в частности зерном — 185,5 %, растительным маслом — 221,1 %, рыбой — 153,2 %, сахаром — 103,2 %, мясом — 101,6 %, а также молочными продуктами — 85,7 % [1]. Значительно ухудшилось текущее состояние по показателям обеспеченности овощебахчевых культур, несмотря на то, что показатель превысил 80 %. Тем не менее, трудности, связанные с гарантией национальной продовольственной безопасности, по-прежнему релевантны. К ним относятся дефицит семян и племенного материала, сложности в получении продукции высокого качества и отсутствие полной сформированности потребностей населения в продуктах здорового питания.

С позиции анализа материально-технических ресурсов (МТР) для предстоящего посевного сезона, обеспеченность аграриев семенами зерновых культур оценивается на уровне 93 %, сои — на уровне 105 %, рапса — на уровне 70 %. Основной стратегически важный приоритет в данной области состоит в политике импортозамещения семян, в соответствии с чем приведена в актуальное

состояние Федеральная научно-техническая программа развития сельского хозяйства на период 2017–2030 гг. и усовершенствованы меры государственной поддержки [6]. В целях проведения контроля показателей самообеспеченности семенами отечественной селекции Правительство РФ утвердило перечень по импортозамещению основных агрокультур, по каждой из которых установлены ежегодные плановые показатели (табл. 1) [8].

Таблица 1

**Целевые значения уровня самообеспеченности России
семенами отечественной селекции, %**

Наименование сельхозкультур	Год						
	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Пшеница озимая	93	93,5	94	95	95	95	95
Пшеница яровая	78	78,5	79	79,5	80	81	82
Рис	95	95	95	95	95	95	95
Зернобобовые	46	48	50	55	60	70	75
Овес	82	82,5	83	83,5	84	85	85
Ячмень яровой	72	75	76	77	78	79	80
Соевые бобы	50	52	54	60	65	70	75
Рапс яровой	32	33	40	50	60	70	75
Подсолнечник	30	50	55	60	65	70	75
Кукуруза	48	50	55	60	65	70	77
Картофель	10	11	12	13	14	15	50
Сахарная свекла	3	4	6	9	11	15	50

Источник: составлено авторами по данным ресурса [8].

В соответствии с распоряжением Правительства РФ к 2030 году предполагается достижение следующих показателей уровня самообеспечения семенами отечественной селекции: по озимой пшенице — 95 % (рост на 2,5 п. п. в сравнении с показателем 2023 года, когда обеспеченность озимой пшеницей была на уровне 92,5 %), по яровой пшенице — 82 % (увеличение на 4,5 п. п. по сравнению с 2023 годом, была 77,5 %), по кукурузе — 77 % (повышение на 32 п. п., на момент 2023 года показатель обеспеченности кукурузой составлял 45 %), по сое — 75 % (рост на 27 п. п. по сравнению с показателем 2023 года, который составлял 48 %), по рапсу — 75 % (увеличение на 44 п. п. в сравнении с показателем 2023 года в 31 %). Наивысшие показатели уровня самообеспеченности отечественными селекционными семенами будут достигнуты по подсолнечнику, сахарной свекле и картофелю. В частности, для подсолнечника в ближайшие семь лет планируется увеличение обеспеченности в три раза (с 25 до 75 %), для сахарной свеклы прогнозируется рекордный показатель роста — с 2,5 % в 2023 году до 50 % к 2030 году, а рост для картофеля подобен росту сахарной свеклы — с 9 % в 2023 году до 50 % к 2030 году [5].

Сохраняется реализация мер по обеспечению ценовой стабильности на отечественном рынке минеральных удобрений в 2023 году было закуплено 5,3 млн тонн удобрений, что обновило исторический максимум 2022 года, который составлял порядка 5 млн тонн. Благодаря этому к началу полевых работ накопления составляют около 600 тыс. тонн. В соответствии с планом осуществляется деятельность по закупке средств защиты растений (СЗР). Наряду с этим только за первые две недели 2024 года закуплено 50 тракторов (на уровне 2023 года), 17 зерноуборочных комбайнов и свыше 130 единиц прочей сельхозтехники. Помимо этого, в силу действия льготного кредитования и программ льготного лизинга, в 2023 году было закуплено почти 13 тыс. тракторов, свыше 4,5 тыс. зерноуборочных комбайнов и 37 тыс. единиц прочей сельхозтехники. Также благополучно проходит реализация плана по закупке российско-белорусской техники по фиксированным ценам и со скидками до 20 % — в 2023 году закуплено 5 700 единиц [3].

Актуальной задачей является увеличение посевных площадей. Так, в 2024 году общая посевная площадь яровых и озимых культур составит 84,5 млн га, что превышает на 300 тыс. га значение 2023 года. Под озимые культуры будет выделено 20 млн га, под яровой сев будет отведено 56 млн га, а оставшаяся площадь, равная 8,5 млн га, будет предназначена под многолетние кормовые культуры [6]. Важным аспектом выступает необходимость реализации обозначенной задачи госпрограммой эффективного вовлечения в оборот земель сельхозназначения и развития мелиоративного комплекса РФ, достижение которой, в свою очередь, позволит России в обозримом будущем нарастить производство зернобобовых культур до 180–200 млн тонн и молока до 50 млн тонн, а также занять ведущие позиции на мировом рынке продовольствия.

В период 2023–2024 гг. действуют квоты в отношении импорта определенных видов семян из недружественных государств, суммарный объем которых составляет 33,1 тыс. тонн (табл. 2). Представленное значение установлено, исходя из потребностей отечественных семеноводов с учетом соотношения между внутренним производством, импортом и экспортом семян. Прогнозируется, что данные меры по ограничению импорта семян будут способствовать укреплению и ускоренному развитию российской селекционно-семеноводческой отрасли [6].

Таблица 2

Перечень квот на импорт семян из недружественных стран, тыс. т

Наименование сельхозкультур	Квота
Картофель свежий или охлажденный семенной	16
Пивоваренный ячмень	0,6
Кукуруза семенная с индексом спелости (ФАО) более 300, за исключением восковидной	4,4
Кукуруза семенная с индексом спелости (ФАО) более 300, восковидная	0,6
Кукуруза семенная, за исключением кукурузы семенной с индексом спелости (ФАО) более 300, в том числе восковидной	0

Наименование сельхозкультур	Квота
Гибриды рапса	2
Семена рапса для посева, за исключением семян рапса для посева гибридных	0
Семена подсолнечника для посева гибридные, высокоолеиновые	0,5
Гибриды подсолнечника, за исключением высокоолеиновых	7
Семена подсолнечника для посева, за исключением семян подсолнечника для посева гибридных, в том числе высокоолеиновых	0
Гибриды сахарной свеклы	2
Семена сахарной свеклы, за исключением семян сахарной свеклы гибридных	0
Пшеница, рожь, соя, ячмень семенной, за исключением пивоваренного	0

Источник: составлено авторами по данным ресурса [7].

Отечественный аграрный сектор экономики вошел в число приоритетных сфер, обладающих существенными перспективами в экспорте, и стал одним из катализаторов экономического роста. В то же время, учитывая расширение отечественных сельскохозяйственных производителей, необходимо проводить интенсивную политику развития и вести поиск альтернативных каналов для экспортных поставок семенного материала [4].

Начиная с 2024 года запускается реализация национального проекта «Беспилотные авиационные системы», в рамках которой предусматривается приобретение в течение трех лет беспилотных летательных аппаратов (БПЛА) стоимостью 360 млн рублей в целевом применении для обеспечения широкого диапазона потребностей агропромышленного комплекса России. Проведение данного проекта позволит значительно усилить контроль за фитосанитарной ситуацией, семеноводческими посевами, состоянием почв сельскохозяйственных угодий, а также мелиоративными объектами.

Вместе с тем произошло слияние компенсирующей и стимулирующей субсидий в единую, сочетающую в себя ряд мероприятий, крайне необходимых в растениеводческой отрасли. Также претерпевают изменения условия предоставления льготных кредитов в связи с произошедшим повышением ключевой ставки ЦБ РФ. Данное направление может быть дополнительно профинансировано в размере 20 млрд рублей. В 2024 году для обеспечения адресной поддержки зернопроизводителей будет дополнительно выделено 10 млрд рублей к утвержденным 60 млрд рублей в 2023 году.

Вопреки нестабильному временному периоду, который сформировался под влиянием изменившихся геополитических приоритетов и новых условий, отечественные сельскохозяйственные товаропроизводители характеризуются абсолютной готовностью в обеспечении национальной продовольственной безопасности, а также развитием потенциальных возможностей экспортной деятельности российской продовольственной продукции и сельхозсырья, востребованных на мировом продовольственном рынке.

Список литературы

1. Анищенко, А. Н. Обеспечение продовольственной безопасности России в условиях санкционного давления и мобилизационной экономики / А. Н. Анищенко, Д. И. Усманов // Креативная экономика. — 2023. — Т. 17, № 8. — С. 3039–3054. — DOI 10.18334/ce. 17.8.118 729.
2. Каракотов озвучил данные по самообеспеченности РФ отечественными семенами к 2030 году // ГлавАгроном. — URL: <https://glavagronom.ru/news/karakotov-ozvuchil-dannye-po-samoobespechennosti-rf-otechestvennymi-semenami-k-2030-godu?ysclid=lt8h1rttz675991%202979> (дата обращения: 06.01.2025).
3. Комитет Государственной думы по аграрным вопросам на расширенном заседании 24 января совместно с представителями Минсельхоза России и Россельхозбанка рассмотрел вопрос о подготовке к проведению весенней посевной кампании 2024 года // Комитет Государственной думы по аграрным вопросам. — URL: <http://komitet-agro.duma.gov.ru/novosti/8ff53d74-4366-4bc4-b2d3-28e5a16a39a4> (дата обращения: 06.01.2025).
4. Мороз, О. Н. Экономические аспекты развития и инвестиционно-инновационное обеспечение сельского хозяйства России в условиях интеграционных процессов / О. Н. Мороз, Д. А. Медведский // Естественно-гуманитарные исследования. — 2023. — № 6 (50). — С. 353–359.
5. На оперштабе Минсельхоза России подвели итоги работы АПК в 2023 году и обсудили подготовку весенней посевной // Министерство сельского хозяйства РФ. — URL: <https://mcx.gov.ru/press-service/news/na-opershtabe-minselkhoza-rossii-podveli-itogi-raboty-apk-v-2023-godu-i-obsudili-podgotovku-v-vesenn/?ysclid=lt7jevdjou527489131> (дата обращения: 06.01.2025).
6. Посевная площадь в 2024 году вырастет на 300 тыс. гектаров // Поле. РФ. — URL: <https://xn--elalid.xn--p1ai/journal/publication/3695?ysclid=lt8eqetr6v967393220> (дата обращения: 06.01.2025).
7. Постановление Правительства Российской Федерации от 27 января 2024 г. № 72 «О введении временного количественного ограничения на ввоз отдельных видов семян сельскохозяйственных растений» // Правительство России. — URL: <http://static.government.ru/media/files/7Ms13yFQidJF9CLKgFeF05sSgjlQPB5.pdf> (дата обращения: 06.01.2025).
8. Распоряжение Правительства РФ от 23.12.2022 № 4133-р «Об утверждении перечня основных сельскохозяйственных культур и ежегодных плановых значений уровня самообеспечения страны семенами отечественной селекции по каждой из таких культур (до 2030 года), а также перечня основных видов сельскохозяйственных животных и ежегодных плановых значений уровня самообеспечения страны племенной продукцией (материалом) отечественного производства по каждому из таких видов (до 2030 года)» // Правительство России. — URL: <http://government.ru/docs/all/145161/> (дата обращения: 06.01.2025).

9. Россия в 2023 году увеличила экспорт сельхозпродукции на 12 % // Интерфакс. — URL: <https://www.interfax.ru/business/944602> (дата обращения: 06.01.2025).
10. Валиева, Д. Г. Современное состояние и тенденции инновационного развития агропромышленного комплекса России / Д. Г. Валиева [и др.] // Региональные проблемы преобразования экономики. — 2021. — № 10 (132). — С. 30–40. — DOI 10.26726/1812-7096-2021-10-30-40.

Сведения об авторах

Мороз Оксана Николаевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: ksenijasib@mail.ru.

Медведский Дмитрий Алексеевич, обучающийся, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: m. dmitriy23@mail.ru.

Moroz Oksana N., Candidate of Science in Economics, Associate Professor, Department of Theoretical and Applied Economics, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: ksenijasib@mail.ru.

Medvedsky Dmitry A., Student, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: m. dmitriy23@mail.ru.

Мороз О. Н.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ПОКАЗАТЕЛИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ КООПЕРАТИВОВ

В работе исследуются показатели эффективности сельскохозяйственной кооперации. Исследование базируется на общенаучных и опытно-статистических методах. Источники информации — публичные статистические данные. Практическая ценность заключается в разработке рекомендаций для устойчивого развития сельхозкооперативов в новых условиях.

Ключевые слова: сельскохозяйственный кооператив, механизм, устойчивое развитие, показатели эффективности.

Moroz O. N.

Siberian University of Consumer Cooperation

PERFORMANCE INDICATORS OF AGRICULTURAL COOPERATIVES

The purpose of the article is to study the efficiency indicators of agricultural cooperation. The research is based on general scientific and experimental statistical methods. Sources of information are public statistics. The practical value lies in the development of recommendations for the sustainable development of agricultural cooperatives in the new conditions.

Keywords: agricultural cooperative, mechanism, sustainable development, performance indicators.

Сельскохозяйственная кооперация имеет преимущества, обеспечивающие эффективное функционирование в новых экономических условиях, вызванных глобальными изменениями:

- улучшая доступ малых и средних сельхозтоваропроизводителей к рынкам сбыта, технике и технологиям;
- системно развивая производство — переработку — сбыт агропродукции;
- повышая уровни конкурентоспособности и доходности участников кооперации;
- обеспечивая занятость и повышая доходы сельского населения;
- эффективно и рационально используя ресурсы отрасли с целью получения выгоды для участников кооператива;
- защищая сельскохозяйственных товаропроизводителей от монопольных структур.

В новых экономических условиях под влиянием институциональных преобразований и инновационных изменений произошли структурные сдвиги в отраслях деятельности системы сельскохозяйственной кооперации. В связи с этим актуальна проблема научного исследования в части анализа показателей эффективности деятельности для понимания механизма устойчивого развития.

Целью исследования является оценка показателей эффективности деятельности сельхозкооперативов России.

Научная новизна исследования определяется выявлением оценочных показателей эффективности, которые не включены в перечень аналитических отчетов по сельскому хозяйству.

Для проведения исследования использованы такие методы, как анализ и синтез, наблюдение, сравнение, группировка данных.

Информационной основой послужили статистические источники Росстата и Министерства сельского хозяйства РФ.

Результаты исследования. Динамика развития сельскохозяйственных кооперативов: по состоянию на 2022 год в России зарегистрировано 1867 сельскохозяйственных потребительских кооперативов, из которых 333 — это обслуживающие кооперативы [3]. На 2023 год в России удельный вес действующих сельскохозяйственных кооперативов находился на уровне 42,6 %, ликвидированных — 53,8 %, реорганизованных и ликвидированных на уровне 3,6 % [1].

Количество действующих сельхозкооперативов в России показано в табл. 1.

Таблица 1

Число действующих сельхозкооперативов в РФ за 2019–2022 гг., ед.

Округ	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
РФ	1798	1959	1921	1867
ЦФО	418	456	419	398
СЗФО	52	53	67	79
ЮФО	139	159	162	171
СКФО	157	180	191	176
ПФО	500	543	492	502
УФО	78	81	83	79
СФО	161	180	173	205
ДФО	293	306	334	257

Примечание: данные составлены автором по информации Росстата.

Приволжский федеральный округ занимает первое место по количеству сельскохозяйственных кооперативов с 502 единицами (26,9 %). Наименьшие показатели наблюдаются в Северо-Западном и Уральском округах, где количество кооперативов составляет лишь 79 (4,2 % от общего числа).

Количество зарегистрированных кооперативов хотя и демонстрирует колебания, тем не менее остается значительным, что говорит о наличии устойчивого интереса к этой форме организации. Согласно аналитическим данным, Приволжский федеральный округ, лидируя по числу сельскохозяйственных кооперативов, подтверждает свою значимость в агропромышленном комплексе страны. В то же время в некоторых округах наблюдаются негативные тенденции, такие как сокращение количества кооперативов и их участников. Это подтверждает необходимость дальнейшего развития

механизмов поддержки кооперативов и создания благоприятных условий для их функционирования.

В условиях изменения экономики и новых вызовов отечественные сельскохозяйственные кооперативы можно охарактеризовать как динамично развивающуюся сферу [2]. С момента их реструктуризации возникло множество новых кооперативов, но значительное их количество также ликвидировалось. За период 2019–2023 гг. развитие кооперативов проходило с большими колебаниями. Причина — отсутствие механизмов для развития мелких сельхозтоваропроизводителей, рыночный дисбаланс в пользу крупного капитала, отсутствие эффективных механизмов ценообразования. Спекулятивные цены часто завышены из-за недостатков в налоговой системе и законодательстве [4], табл. 2.

Таблица 2

Индикаторы цен на сельскохозяйственную продукцию за 2023 год

Продукт	Средняя цена (руб. за кг)	Изменение к 2022 г. (%)
Хлеб	30	+5
Мясо куриное	200	+10
Молоко	70	+15
Овощи	60	+8
Фрукты	100	+12

Примечание: данные представлены на основе аналитических отчетов по сельскому хозяйству.

Показатели эффективности сельхозкооперативов в России за 2023 год представлены в табл. 3.

Таблица 3

Показатели эффективности сельскохозяйственных кооперативов в России за 2023 год

Показатель	Значение
Общая численность кооперативов, ед.	1867
Число участников, чел.	52 603
Среднее количество участников на кооператив, чел.	28
Количество обслуживающих кооперативов, ед.	333
Изменение числа обслуживающих кооперативов	–19,2 %

Примечание: данные составлены по результатам исследований и информации Росстата.

Анализ представленных данных показывает, что на текущий момент сельскохозяйственные кооперативы имеют существенное влияние на развитие аграрного и кооперативного сектора экономики России.

Следует обратить внимание на показатели эффективности сельскохозяйственных кооперативов за последние пять лет, которые важно включить в перечень аналитических отчетов по сельскому хозяйству. К ним относятся рентабельность продаж и собственного капитала, оборачиваемость активов, коэффициент реинвестирования прибыли. В зависимости от конкретных направлений работы важно использовать критерии, определяющие реализацию и выполнение целей: темпы роста объемов производственной деятельности сельхозпродукции, среднюю стоимость услуг на душу населения, диверсификацию видов кооперативных услуг.

По результатам исследования следует выделить аспекты, способствующие эффективному и устойчивому развитию сельскохозяйственных кооперативов:

1. Способны успешно конкурировать на рынке, снижая цены и устраняя посредников, что позволяет конечным потребителям получать продукцию по доступным ценам, производителям — увеличивать свои доходы.

2. Обладают потенциалом для формирования устойчивости маркетинговых сетей и реализации проектов на национальных и международных рынках.

3. Увеличивают занятость в сельской местности и влияют на модернизацию материально-технической базы АПК (на конец 2024 года в агропромышленном комплексе не хватает 200 тыс. трудовых ресурсов).

4. Выступают механизмом устойчивого развития аграрного сектора экономики, повышая качество и уровень жизни граждан сельской местности.

Развивая и поддерживая сельскохозяйственные кооперативы, можно создавать устойчивые и жизнеспособные экономические бизнес-структуры, способствующие процветанию отдельных людей и общества в целом.

Список литературы

1. Министерство сельского хозяйства Российской Федерации: Минсельхоз России. — URL: <https://mcx.gov.ru/>.
2. Архипова, Н. Д. Импортзамещение в АПК: вызовы и возможности / Н. Д. Архипова, В. М. Яковлев // Аграрная экономика России. — 2023. — № 4. — С. 88–95. — DOI 10.21859/agr-econ-2023-4-88.
3. Федеральная служба государственной статистики: Росстат. — URL: <https://rosstat.gov.ru/>.
4. Филимонов, А. В., Зайцева, Е. А. Проблемы и успехи сельскохозяйственных кооперативов в России / А. В. Филимонов, Е. А. Зайцева // Журнал аграрной политики. — 2022. — Т. 9, № 2. — С. 55–63.
5. Ковальчук, Л. Б. Перспективы развития сельскохозяйственной кооперации в условиях цифровизации / Л. Б. Ковальчук // Научный вестник КубГАУ. — 2021. — № 4. — С. 117–124.

Сведения об авторе

Мороз Оксана Николаевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры теоретической и прикладной экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: ksenijasib@mail.ru.

Moroz Oksana N., Candidate of Science in Economics, Associate Professor, Department of Theoretical and Applied Economics, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: ksenijasib@mail.ru.

Морозова Н. И.

Казанский кооперативный институт (филиал) Российского университета кооперации

СИСТЕМА МОНИТОРИНГА КАК ИНСТРУМЕНТ ОЦЕНКИ ПОТРЕБНОСТИ РЕГИОНА И ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В КАДРАХ

Успешное функционирование основных секторов экономики в условиях цифровой экономики невозможно без профессионально подготовленных кадров. Цель исследования — разработать инструментарий, позволяющий компании и сотрудникам понять качество и профессиональную применимость полученных ими компетенций. В ходе исследования использовался системный подход и ряд общенаучных методов познания. Мониторинг персонала помогает сформировать цифровой профиль специалиста, определяющий требуемый набор компетенций, который дает представление о соответствии претендента эталонному образу.

Ключевые слова: цифровая трансформация, кадры, кооперативный сектор экономики, качество жизни, кадровый мониторинг, потребительская кооперация, компетенции.

Morozova N. I.

Kazan Cooperative Institute (branch) of the Russian University of Cooperation

MONITORING SYSTEM AS AN INSTRUMENT FOR ASSESSING THE DEMAND OF REGIONS AND CONSUMER COOPERATION FOR HUMAN RESOURCES

The successful functioning of major economic sectors in the digital economy is impossible without professionally trained personnel. The purpose of the study is to develop a toolkit that allows companies and employees to understand, the quality and professional applicability of the competencies they have acquired. The study used a systematic approach and a number of general scientific research methods. Personnel monitoring helps to form a digital profile of a specialist, defining the required set of competencies, which gives an idea of the applicant's compliance with the reference image.

Keywords: digital transformation, personnel, cooperative sector of economy, quality of life, personnel monitoring, consumer cooperation, competencies.

Сегодня в России в качестве основного приоритета экономического развития взят курс на создание информационного общества. В связи с этим у страны появилась реальная возможность перейти в группу высоко развитых стран. Однако цифровая экономика предусматривает не только использование систем электронного документооборота и автоматизацию бизнес-процессов, но и применение новых цифровых технологий для решения задач с большим объемом информации с помощью искусственного интеллекта в различных секторах экономики. Выбрав инновационный путь развития, необходимо, чтобы управление кадровыми ресурсами носило инновационный характер. Управленческие процессы в сфере кадровой политики не должны входить в диссонанс с вновь развивающимися технологическими процессами хозяйственной деятельности.

Таким образом, успешное развитие основных секторов экономики, в том числе и кооперативного, и их эффективный переход на новую ступень развития, называемую Индустрией 4.0, невозможен без профессионально подготовленных кадров, обладающих новыми знаниями и компетенциями, востребованными в цифровой экономике.

Цель исследования состоит в совершенствовании теоретико-методологического и практического инструментария мониторинга персонала как механизма формирования эффективной кадровой политики, особенно в кооперативном секторе экономики, адекватной вызовам цифровой экономики.

Мониторинг персонала помогает сформировать цифровой профиль специалиста, определяющий требуемый набор компетенций для выполнения конкретных профессиональных задач. Данный подход, в отличие от традиционных методов оценки профессионального соответствия, позволит стандартизировать процесс оценки кадровых ресурсов и сформировать кадровый резерв с заданным профилем компетенций. Несомненное достоинство цифрового мониторинга состоит в его полной объективности. Это позволит предупредить проблемы и конфликты в производственном коллективе, особенно в части карьерного продвижения.

Как основополагающий в ходе исследования использовался системный подход, а также ряд общенаучных методов исследования, таких как анализ и синтез, приемы научной абстракции, графический и табличный методы. Определенным потенциалом для создания новой системы мониторинга персонала может обладать система оптимизационно-квалиметрического моделирования, предоставляющая возможность вариативного управления в условиях неопределенности внешней среды и в оценке эффективности выполняемой работы. Её использование позволит решить ряд проблем, связанных с обеспечением руководящего состава достоверной, надежной и оперативной информацией для принятия обоснованных управленческих решений в сфере кадровой политики и разработки стратегии развития организации в целом. Несмотря на значительное количество исследований по данной проблеме [1–6], нерешенными остаются вопросы, связанные с практическим применением инструментальной модели контроля и оценки персонала предприятия в условиях высокодинамичной внешней среды.

Кадровая политика организации выступает одним из ключевых факторов, влияющих на качество реализации общей стратегической цели предприятия. Традиционные методы статистического учета работников и времени их работы не дают полного представления о сложности выполняемого ими задания. А методы эконометрического моделирования не способны отобразить расчет специфических признаков трудового ресурса и его компетентностных характеристик. Необходима новая система, осуществляющая мониторинг кадровых ресурсов адекватно сложности реализуемых проектов и оценивающая их соответствие имеющимся запросам со стороны бизнеса.

Кроме того, важно, чтобы предлагаемая система оценки кадровых ресурсов носила универсальный характер и могла находить свое применение в любой бизнес-структуре национальной экономики, в том числе и для оценки кадрового

В качестве критериев оценки целесообразно использовать качественные и количественные характеристики персонала, к которым можно отнести социологические и психологические показатели. Можно выделить несколько групп показателей.

Первая группа включает в себя показатели, оценивающие базовые профессиональные компетенции. Сюда можно отнести показатели профессионального саморазвития и самореализации. Они характеризуют способность работника к построению индивидуальной траектории развития и самореализации в профессиональной деятельности. Учет этих показателей играет важное значение при разработке системы стимулирования и мотивации персонала.

Вторая группа показателей включает в себя показатели, характеризующие кадровую политику предприятия: это показатели сменяемости кадров, индекс оборота по приему и выбытию; индекс постоянства кадров. Эта группа показателей определяет эффективность управленческой деятельности в области кадровой политики. Концептуально модель мониторинга персонала можно представить в следующем виде (рис. 2).

Направление мониторинга персонала									
Внутренняя среда							Внешняя среда		
Количественные характеристики	Качественные характеристики персонала			Технологии и инструменты управления персоналом			Правовые основы деятельности организации	Состояние рынка труда	Уровень развития экономики и ее состояние
Движение и перемещение кадров	Социальные показатели	Профессиональные показатели	Психологические показатели	Организация работ и условий труда	Система мотивации персонала	Кадровая политика компании			
Индикаторы и показатели оценки эффективности функционирования компании в области кадровой политики									

Рис. 2. Концептуальная модель мониторинга персонала

Алгоритм оценки персонала включает в себя: цель, оцениваемые кадровые ресурсы, информационную базу, индикаторы оценки компетенций, отклонения от идеального профиля компетенций, мероприятия по их возможной корректировке. Все элементы модели находятся в тесной взаимосвязи между собой. Объем информации, необходимый для проведения качественного анализа, будет достаточно большим. В этой ситуации необходимо обратиться к системе линейного программирования. Компьютерные технологии создают объективные возможности для создания эффективной модели мониторинга кадровых ресурсов [4–8].

Основным результатом становится возможность получения цифрового маркера «портрет специалиста», который с помощью метода сравнения дает представление о соответствии претендента эталонному образу.

Наглядно результаты анализа представляются в виде лепестковой диаграммы, на которой можно увидеть требуемый набор критериев для выполнения профессиональной деятельности, их эталонные значения и реальные показатели

претендентов. Данный подход позволит стандартизировать процесс оценки и объективно формировать кадровый резерв с заданной достоверностью и необходимым набором компетенций.

Уже сам факт наличия элементов цифрового мониторинга кадровых ресурсов может стать достаточным для уменьшения количества отрицательных инцидентов в организации. Несомненное достоинство средств цифрового мониторинга — их полная объективность. Такой подход позволит предупреждать проблемы и конфликты в производственном коллективе, особенно в части карьерного движения.

Одним из условий успешного функционирования предлагаемой цифровой системы мониторинга кадровых ресурсов является непрерывность процесса сбора и оценки информации, прозрачность и оперативность, а также возможность внесения уточняющих корректировок.

Заключение. Мониторинг персонала помогает сформировать цифровой профиль специалиста, определяющий требуемый набор компетенций в качестве эталона. Это помогает управляющим компаниям и самим сотрудникам понять, насколько хорошо они работают, понять стоящие перед ними задачи и определить вектор дальнейшего самосовершенствования.

Последовательный анализ признаков, необходимых для эффективного выполнения профессиональной деятельности, помогает конкретизировать критерии оценки и максимально приблизить анализ к математическому методу многомерного шкалирования латентных переменных.

Недооценка потенциала и возможностей системы мониторинга кадровых ресурсов, применение порой несогласованных между собой критериев не получают ожидаемого эффекта и только усложняют работу кадровой службы предприятия.

Список литературы

1. Мониторинг и системы контроля за деятельностью персонала [Электронный ресурс]. — URL: <http://www.kadrovik.ru/modules.phpop=modload&name=News&filearticle&sid=95> (дата обращения: 10.01.2025).
2. Мониторинг удовлетворенности персонала [Электронный ресурс]. — URL: http://pr-rost.ru/ekspertiza/arhiv_statej/kadrovyyj_monitoring_v_organizacii/ (дата обращения: 10.01.2025).
3. Проняева Л. И., Амелина А. В. Контроллинг в процессе эволюции системы управления персоналом [Электронный ресурс]. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontrolling-v-protseesse-evolyutsii-sistemy-upravleniya-personalom> (дата обращения: 10.01.2025).
4. Рычихина, Э. Н. Мониторинг как общая функция управления /Э. Н. Рычихина. — Ухта : УГТУ, 2007. — 168 с.
5. Савина, А. Кадровый мониторинг в организации [Электронный ресурс]. — URL: <http://hr-portal.ru/varticle/monitoring-udovletvorennosti-personala> (дата обращения: 10.01.2025).

6. Трухина М. Г., Короленко Ю. Н. Современные подходы к организации контроля в сфере труда на предприятии. — URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_47412390_92365548.pdf (дата обращения: 10.01.2025).
7. Tinyakova V. I., Morozova N. I., Karyagina K. Sustainable development of the digital economy: global challenges to Russia's national security and prospects for its innovative breakthrough // *Digital Technologies and Institutions for Sustainable Development*. — Cham, 2022. — С. 471–475.
8. Morozova N. I., Tinyakova V. I., Gunin V. K., Kireeva O. I. Revival of the system of consumer cooperation in Russia; sustainable development of the territory and growth of quality life / N. I. Morozova, V. I. Tinyakova, V. K. Gunin, O. I. Kireeva // *Amazonia Investiga*. — 2019. — Vol. 8, no. 18. — P. 351–358. — EDN SQFSPV.

Сведения об авторе

Морозова Наталья Ивановна, д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры экономики и управления, Казанский кооперативный институт (филиал) АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»; 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Николая Ершова, 58; e-mail: miss.natalay2012@yandex.ru.

Morozova Natalia I., Doctor of Economics, Associate Professor, Professor of the Department of Economics and Management Kazan Cooperative Institute (branch) Russian University of Cooperation; 58 Nikolay Yershov str., Kazan; 420081, Republic of Tatarstan; e-mail: miss. natalay2012@yandex.ru.

Надточина Е. Ю.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЕРСТВО В СФЕРЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ УСЛУГ: ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье рассматривается анализ роли государственно-частного партнерства в развитии сферы потребительских услуг. На основе проведенного исследования выявлены взаимодействия, проблемы и перспективы развития государственно-частного партнерства в Новосибирской области.

Ключевые слова: сфера потребительских услуг, государственно-частное партнерство, Новосибирская область, муниципальные районы, инвестиционные проекты.

Nadtochina E. Yu.

Siberian University of Consumer Cooperation

PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIP IN CONSUMER SERVICES: INTERACTION AND DEVELOPMENT PROSPECTS

The article examines the role of public-private partnership in the development of consumer services. Based on the conducted research, interactions, problems and prospects for the development of public-private partnership in the Novosibirsk region were identified.

Keywords: consumer services, public-private partnership, Novosibirsk region, municipal districts, investment projects.

Актуальность исследования государственно-частного партнерства в современной экономике России обусловлена необходимостью налаживания сотрудничества власти и сферы потребительских услуг, сочетающим институциональный характер и социально-экономическую направленность. В условиях цифровой трансформации сфера потребительских услуг претерпевает кардинальные изменения, связанные с развитием цифровых технологий, появлением цифровых услуг и цифровых рынков.

Цель исследования — изучить роль государственно-частного партнерства в сфере потребительских услуг, проанализировать взаимодействие, проблемы и перспективы развития.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

- теоретические основы государственно-частного партнерства в сфере потребительских услуг;
- анализ успешного взаимодействия государства и частного сектора;
- исследование современного состояния государственно-частного партнерства и сферы услуг;
- выявление ключевых проблем и перспектив развития.

Методами исследования являлись: системный подход к анализу государственно-частного партнерства в сфере потребительских услуг как

социально-экономическое взаимодействие; анализ вторичных данных (научные публикации, официальная статистика); сравнительный анализ.

Сфера потребительских услуг представляет собой результаты деятельности юридических или физических лиц, удовлетворяющие личным потребностям населения, но не направленным на потребление продуктов. В данной статье рассматриваются способы взаимодействия государства и сферы потребительских услуг через государственно-частное партнерство, способствующие развитию социальной экономики, анализируются их преимущества и проблемы, а также приводятся перспективы развития [5].

Особенности потребительских услуг и их отличия друг от друга делают невозможным создание системной классификации. Обычно потребительские услуги подразделяют по сферам деятельности или характеру оказания услуг. Некоторые виды потребительских услуг представлены на рис. 1.

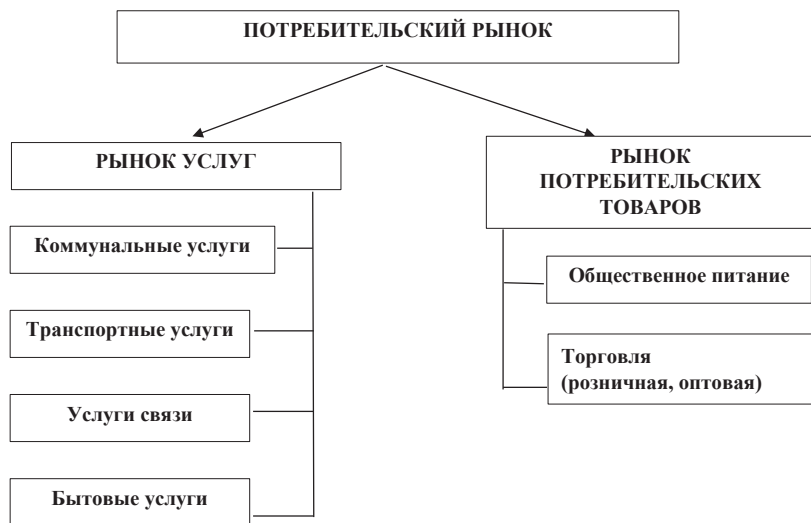


Рис. 1. Виды потребительских услуг

В рамках поддержки развития сферы потребительских услуг со стороны органов государственной власти является государственно-частное партнерство, сторонами которого являются: публичный партнер — государство (орган исполнительной власти) и частный партнер — предприниматель (юридическое лицо).

Государственно-частное партнерство — взаимодействие частного сектора и государства для решения общественно значимых задач на выгодных условиях. Характеристика государственно-частного партнерства (ГЧП) представлена на рис. 2.



Рис. 2. Характеристика государственно-частного партнерства

Цель государственно-частного партнерства — привлечь частные инвестиции и бизнес для решения задач преимущественно социального характера: товары, услуги, строительство объектов социального и инженерного обеспечения.

Но не все партнерство можно отнести к государственно-частному. В соответствии с законодательством выделяют ряд признаков, по которым можно определить направленность проектов [1]:

- сфера публичных интересов, определяющая социальную, коммунальную, транспортную и прочие направленности;
- обязательства частного партнера, имеющие юридическую значимость;
- долгосрочный характер партнерства;
- обязательное имущественное участие публичной стороны;
- полное или частичное финансирование создания объекта частным инвестором за счет собственных и привлеченных средств;
- распределение рисков и ответственности между партнерами.

Рассматривая формы инвестиционных проектов с государственным участием, закрепленные законодательством, можно выделить основные, часто используемые: концессия, аренда, контракт, соглашение, совместные предприятия.

Рассмотрим опыт реализации проектов государственно-частного партнерства в Новосибирской области.

Самыми популярными формами государственно-частного партнерства являются концессионные соглашения и договоры инвестиционных обязательств [2].

На протяжении нескольких лет Новосибирская область входит в число регионов-лидеров по уровню развития государственно-частного партнерства. В настоящее время более 60 инвестиционных проектов реализуются в Новосибирской области с применением соглашений государственно-частного партнерства. Наиболее востребованной отраслью реализации проектов является коммунальная инфраструктура, в которой действуют 28 проектов. Общий объем инвестиций по реализуемым на сегодняшний день на территории Новосибирской области проектам государственно-частного партнерства и МЧП составляет более 112,9 млрд рублей, из которых более 65,8 млрд рублей — частные инвестиции [6].

В соответствии с Инвестиционной стратегией Новосибирской области до 2030 года принят Закон Новосибирской области о создании регионального инвестиционного фонда.

Несмотря на изменения и совершенствование нормативной базы по регулированию государственно-частного партнерства в Новосибирской области, существуют как положительные моменты государственно-частного партнерства, так и проблемные, ограничивающие развитие проектов в области. Это:

1. Низкий уровень развития государственно-частного партнерства на муниципальном уровне, когда со стороны государства участником соглашения выступает регион, а не муниципалитет. Например, из 30 муниципальных районов Новосибирской области только в некоторых реализуются проекты. Можно предположить, что муниципальные районы непривлекательны для инвесторов из-за большого срока окупаемости проекта [6].

2. Низкий уровень кадрового обеспечения в сопровождении проектов государственно-частного партнерства на муниципальном уровне. Отсутствие квалифицированных кадров, организаторов финансирования, в том числе небольших проектов.

3. Отсутствие понимания, доверия между государством и частным бизнесом.

В отличие от крупных проектов, где участником выступает федеральное финансирование, проекты государственно-частного партнерства в сельских территориях реализуются в меньшем масштабе, так как местные власти из-за нехватки бюджета не могут обеспечить свою часть финансирования в полном объеме. В связи с этим найти партнеров частных инвесторов, готовых вложить средства в проект, проблематично.

Несмотря на наличие определенных проблем и барьеров, развитие государственно-частного партнерства является важным в сфере потребительских услуг как с финансовой, так и с социальной точки зрения, поскольку такое партнерство позволяет обновить инфраструктуру, сформировать систему поддержки инвестиционных процессов на уровне муниципалитетов, равномерно распределить инвестиции по всей области, улучшить качество услуг, привлечь компетенции частного сектора за счет передачи функциональной и технической эксплуатации.

Список литературы

1. О государственно-частном партнерстве, муниципально-частном партнерстве в Российской Федерации : ФЗ от 13 июля 2015 г. № 224-ФЗ (ред. 30 ноября 2024 г.).
2. О концессионных соглашениях : ФЗ от 21 июля 2005 г. № 115-ФЗ (ред. 28 февраля 2025 г.).
3. Борщевский, Г. А. Государственно-частное партнерство: учебник и практикум для вузов / Г. А. Борщевский. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Юрайт, 2025. — 314 с.
4. Еремина, О. И. Государственно-частное партнерство как инструмент финансирования социальной сферы в России / О. И. Еремина, Е. Е. Родина // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2024. — № 9 (ч. 2). — С. 195–201.
5. Кубарь, М. А. Потребительские услуги и их виды / М. А. Кубарь // Форум молодых ученых. — 2022. — № 9 (61). — С. 90–93.
6. URL: <https://econom.nso.ru>.

Сведения об авторе

Надточина Елена Юрьевна, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и аудита, Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК); 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, д. 26; e-mail: neu72@mail.ru.

Nadtochina Elena Yu., Senior Lecturer, Department of Accounting, Analysis and Audit, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: neu72@mail.ru

Никонов М. А.

Московский финансово-промышленный университет «Синергия»

ИНСТРУМЕНТЫ МАРКЕТИНГА, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Современный маркетинг играет ключевую роль в развитии организаций, особенно в условиях динамичной экономики. В статье рассматриваются особенности маркетинга в потребительской кооперации, где приоритетом является удовлетворение потребностей пайщиков. Автор анализирует инструменты маркетинга, актуальные для кооперативных организаций, и факторы, влияющие на их выбор, включая социально-экономическую политику государства, уровень доходов населения, конкурентоспособность и цифровизацию экономики.

Особое внимание уделяется стратегическим задачам развития России до 2030 года, таким как поддержка малого и среднего бизнеса, повышение качества жизни и укрепление кооперативного сектора. В статье также представлен обзор современных маркетинговых инструментов, включая цифровые технологии, контент-маркетинг, SMM и программы лояльности, которые помогают кооперативам удерживать клиентов и расширять свою деятельность.

Ключевые слова: маркетинг, потребительская кооперация, инструменты маркетинга, социально-экономическое развитие, конкурентоспособность, цифровизация, стратегии продвижения.

Nikonov M. A.

Moscow University of Finance and Industry «Synergy»

MARKETING TOOLS USED IN CONSUMER COOPERATION

Modern marketing is a cornerstone of organizational development in today's dynamic economic environment. This article explores the specifics of marketing in consumer cooperatives, where the primary focus is on meeting the needs of members. The author analyzes marketing tools relevant to cooperative organizations and the factors influencing their selection, including state socio-economic policies, population income levels, competitiveness, and digitalization trends.

Special attention is given to Russia's strategic development goals until 2030, such as supporting small and medium-sized businesses, improving quality of life, and strengthening the cooperative sector. The article also provides an overview of contemporary marketing tools — such as digital technologies, content marketing, SMM, and loyalty programs — that help cooperatives retain customers and expand their operations.

Keywords: marketing, consumer cooperatives, marketing tools, socio-economic development, competitiveness, digitalization, promotion strategies.

Современный маркетинг — это основа развития каждой организации в реальных современных условиях. Ученые по-разному называют и дают определение маркетинга. На наш взгляд, в первую очередь, маркетинг — это изучение спроса на товары и услуги, во вторых, то, для чего используется маркетинг. Его

предназначение зависит от самого предприятия, его деятельности и основных задач, требующих оперативного решения. Это может быть увеличение продаж, расширение ассортимента, реклама нового товара, развитие различных услуг, повышение конкурентоспособности на современном рынке и главное — получение прибыли [1, с. 25]. Кооперативные организации ставят перед собой задачу — удовлетворение потребности пайщиков.

Инструменты маркетинга, которые встречаются в работе организаций на современном рынке, имеют свои особенности. Все зависит от отрасли народного хозяйства, чем предприятие занимается — производством товаров или выполняет услуги, которые сегодня так популярны [2].

В системе потребительской кооперации есть свои подходы для использования маркетинга в кооперативных организациях в разных регионах России. В самом законодательстве и нормативно-правовых актах имеется преимущество перед другими коммерческими организациями.

Система потребительских кооперативов сегодня — это социальные предприятия, для которых прибыль имеет второстепенное значение. Они занимаются производством товаров, сельскохозяйственной продукции, оказывают различные виды услуг. В целом это производственный комплекс, который включает производство продукции, заготовку, переработку, логистику и торговлю. Особенную роль играет продажа товаров независимо от места его проживания для пайщика — члена кооператива. Самая главная задача кооперативного маркетинга, чтобы член кооператива не пошел покупать товар или услуги у конкурента, а пришел в магазины, сервисные центры, образовательные учреждения кооперативного сектора экономики. Практика подсказывает, что некоторые пайщики покупают отдельные группы непродовольственных товаров в сетевых магазинах.

Маркетинговые стратегии в потребительской кооперации начинаются из самой идеологии кооперации, ее принципов и значимости в современном мире. Третьей экономикой России является кооперативная экономика и ее возможности резко увеличиваются перед другими видами экономики.

В свою очередь, инструменты современного маркетинга присущи и потребительским кооперативам, но со своей спецификой. Проведем анализ основных инструментов маркетинга, которые работают на современном рынке.

Отдельные ученые считают, что на современном рынке существует 30 эффективных инструментов маркетинга, другие считают топ 50 инструментов маркетинга по состоянию на 2024 год (рис. 1).

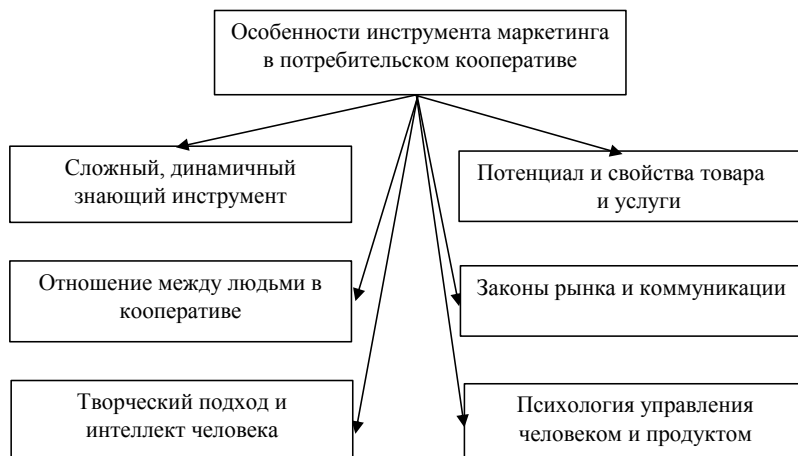


Рис. 1. Инструменты маркетинга в потребительской кооперации [составлено автором]

Какие инструменты важны для потребительских кооперативов? Сам маркетинг — очень нестандартный инструмент, сложный, динамичный и требует постоянного совершенствования знаний.

Причины, условия и существующие факторы обновления инструментов маркетинга:

1. Социально-экономическая политика государства.
2. Приоритет тех или других отраслей народного хозяйства.
3. Макроэкономические показатели деятельности на уровне нашей экономики.
4. Уровень доходов и расходов населения.
5. Конкурентоспособность организации.
6. Внешнеэкономические связи и санкции, вводимые против России.
7. Развитие территорий и микроэкономические показатели.
8. Финансово-экономические и целевые особенности развития рынка (рис. 2)

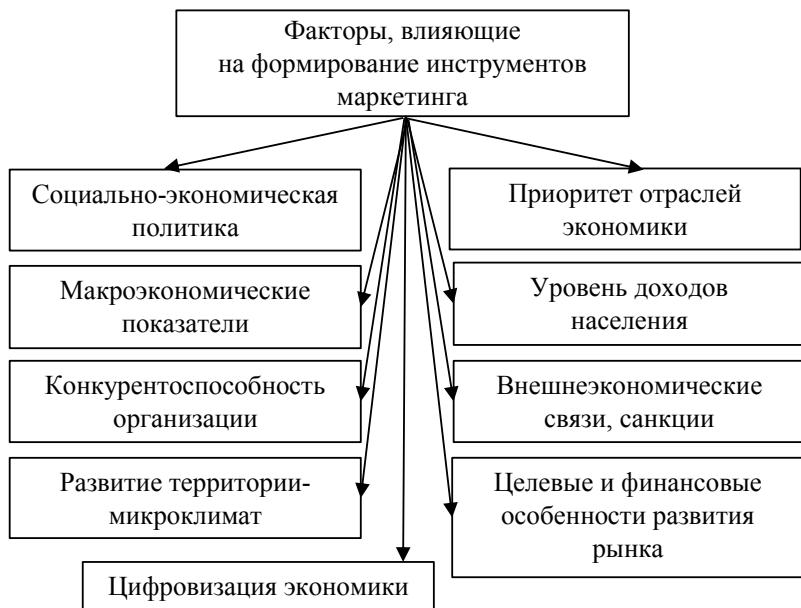


Рис. 2. Факторы, влияющие на формирование инструмента маркетинга
[составлено автором]

Социально-экономическая политика, проводимая государством, направленная, по мнению автора, в первую очередь на защиту Отечества и развитие военно-промышленного комплекса. Во вторую очередь это решения, связанные с развитием социального общества. Суть их заключается в том, чтобы сформировать новый средний класс в России и довести его до уровня 50–60 % от всего количества проживающих. По прогнозам, уровень среднего класса в России сегодня составляет 35 %.

Необходимо отметить, что потребительская кооперация в этом плане играет значимую роль в экономике страны.

Одна из стратегических задач государственной политики — это развитие малого и среднего бизнеса в России. Прежде всего, необходимо создавать новые рабочие места с целью укрепления экономики. Сегодня одно рабочее место, созданное государством, обходится ему в 3 млн рублей. Развитие малых форм хозяйствования и кооперация — это новые рабочие места. Малые формы хозяйствования выполняют сельскохозяйственные и потребительские кооперативы, фермерские хозяйства, индивидуальные предприниматели, личные подсобные хозяйства, самозанятые и так далее.

И наконец, еще одна важная составляющая политики государства — это цифровизация экономики. Суть сегодняшней цифровизации — это поиск инноваций, инвестиций для качества работы предприятий и качества жизни человека. Качество жизни человека — это благополучие, образ жизни и ее продолжительность. Всё это ключевые вопросы, связанные с развитием потребительских кооперативов (рис. 3).

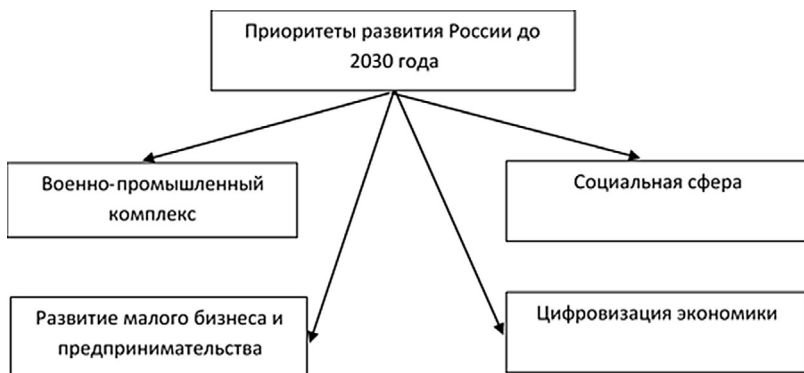


Рис. 3. Приоритеты развития России до 2030 года [составлено автором]

Современный маркетинг связан с приоритетными задачами развития отраслей народного хозяйства, такими как:

- военно-промышленный комплекс;
- образование;
- здравоохранение;
- продовольственный комплекс;
- социально-экономическая сфера;
- строительная сфера;
- сфера торговли и услуг;
- другие сферы.

Эти основные отрасли народного хозяйства будут наиболее часто применять инструменты маркетинга до 2030 года. Необходимо отметить, что все они связаны с человеком, его образом и качеством жизни. Кооперация сегодня — это таблица Д. И. Менделеева, но не в природе, а в отношениях между людьми в обществе.

Уровень доходов и расходов населения сегодня имеет особое значение — он растет. За 2024 год реальная заработная плата возросла на 9 %, что является положительным этапом. На ее рост повлиял и рынок труда, и развитие отдельных отраслей народного хозяйства.

Конкурентоспособность организации на современном рынке усилилась. Это значит, что только правильно созданный инструмент маркетинга может обеспечить будущее развитие. При высокой ставке рефинансирования ставка по кредитам для всех организаций малого и среднего бизнеса повысилась. Что это значит? В конкурентной борьбе за покупателя выживут не все, а только те, у кого есть «подушка» безопасности и правильно подобранный инструмент маркетинга. С точки зрения стратегии маркетинга те предприятия, которые становятся неконкурентоспособными, могут объединяться в потребительские кооперативы.

За последний период против России ввели большое количество санкций. Многие западные компании ушли с российского рынка. Сам инструмент маркетинга сегодня должен измениться и работать на российские товары и услуги.

С точки зрения стратегического развития России до 2030 года кооперативный сектор экономики будет развиваться успешнее. Маркетинговые стратегии и инструменты будут направляться на качество жизни человека, на развитие малого бизнеса и предпринимательства, на сохранение истории, культуры, традиций, национальностей, что отвечает основным принципам и ценностям потребительской кооперации.

В свою очередь, инструмент маркетинга необходим, чтобы донести покупателям информацию. Инструменты маркетинга увеличивают количество клиентов, количество подписчиков, повышают лояльность, расширяют продажи, продвигают продукт на существующем рынке, помогают выйти на новые рынки, создают новый сегмент рынка и новую синергию, сохраняют бренд, повышают престижность компании.

Задачи, которые решает инструмент маркетинга, — это формирование новой целевой аудитории и сохранение прежней, повышение узнаваемости компании, бренда товара, формирование новой ниши на рынке товаров и услуг. Для внедрения поставленных задач необходим ряд коммуникаций, которые являются основой инструмента маркетинга.

К их числу можно отнести видеоролики, рекламу блогеров, контент-маркетинг, SMM, промостанцию Яндексa, e-mail-маркетинг, программу лояльности, различные виды рекламы, коллтрекинг, голосовой поиск, искусственный интеллект, социальные медиа, аналитику и мониторинг, мобильный и событийный маркетинг, интернет и его виды (брендрование, репутация, позиционирование, конкурентоспособность, контент) (рис. 4).



Рис. 4. Инструменты маркетинга в потребительской кооперации [составлено автором]

Маркетинг — это деятельность человека, направленная на продвижение товаров и услуг, законов и состоянии рынка. Маркетинг объединяет творческий подход и интеллект человека, свойства товара и услуги, знания, стоимость и возможности покупателя. В потребительской кооперации к инструменту маркетинга добавляются отношения между людьми, психология и управление человеком.

Список литературы

1. Котлер, Ф. Маркетинг 5.0. Технологии следующего поколения / Ф. Котлер, А. Сетиаван, Х. Картаджайа; пер. с англ. А. Горман. — Москва : Эксмо, 2023. — 272 с.
2. Барден Ф. Взлом маркетинга: наука о том, почему мы покупаем. — URL: https://my-insta.space/images/faq/pdf/Vzлом_marketinga.pdf.

Сведения об авторе

Никонов Михаил Александрович, аспирант, Московский финансово-промышленный университет «Синергия»; 129090, г. Москва, Ленинградский пр-т, 80, корп. 8, e-mail: 7748882@mail.ru.

Nikonov Mikhail A., Postgraduate Student, Moscow University of Finance and Industry «Synergy»; 129090, Moscow, 80 Leningradsky Ave., bldg. 8; e-mail: 7748882@mail.ru.

Новосёлова Э. А.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ КООПЕРАТИВЫ КАК ДРАЙВЕРЫ СОЦИАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ: АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

В статье проводится анализ роли потребительских кооперативов в развитии социальной экономики. На основе сравнительного исследования международного опыта и российских практик выявлены ключевые тенденции, проблемы и перспективы кооперативного движения. Обозначена роль цифровизации в решении проблем кооперативных организаций и в устойчивом развитии социальной экономики. Приведены примеры успешного использования цифровых технологий в деятельности кооперативов. Обозначены вызовы и основные решения данных проблем в целях развития кооперативного сектора экономики.

Ключевые слова: потребительские кооперативы, социальная экономика, устойчивое развитие, кооперативное движение, экономика участия.

Novoselova E. A.

Siberian University of Consumer Cooperation

CONSUMER COOPERATIVES AS DRIVERS OF THE SOCIAL ECONOMY: IMPACT ANALYSIS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

The article analyzes the role of consumer cooperatives in the development of the social economy. Based on a comparative study of international experience and Russian practices, key trends, problems and prospects of the cooperative movement have been identified. The role of digitalization in solving the problems of cooperative organizations and in the sustainable development of the social economy is outlined. Examples of successful use of digital technologies in the activities of cooperatives are given. The challenges and main solutions to these problems are outlined in order to develop the cooperative sector of the economy.

Keywords: consumer cooperatives, social economy, sustainable development, cooperative movement, participatory economics.

Актуальность исследования потребительских кооперативов в современной экономической науке обусловлена растущим интересом к альтернативным моделям хозяйствования, сочетающим экономическую эффективность и социальную направленность. В условиях глобализации и цифровой трансформации кооперативы демонстрируют удивительную жизнеспособность, предлагая инклюзивные решения актуальных социально-экономических проблем.

Цель исследования — изучить роль потребительских кооперативов в развитии социальной экономики, проанализировать их влияние на общественное благосостояние, устойчивое развитие и этичное потребление, а также выявить ключевые факторы их успеха и проблемы.

Для достижения цели были поставлены и решены следующие задачи:

— теоретическое осмысление места кооперативов в системе социальной экономики;

- анализ международного опыта успешных кооперативных практик;
- исследование современного состояния российского кооперативного движения;
- выявление ключевых проблем и перспектив развития;
- разработка практических рекомендаций.

Методами исследования являлись: системный подход к анализу кооперативов как социально-экономических систем; анализ вторичных данных (научные публикации, отчеты кооперативов, официальная статистика); сравнительный анализ успешных кейсов потребительских кооперативов из разных стран, а также обобщение практик внедрения технологий и их влияния на эффективность кооперативов.

Потребительские кооперативы представляют собой уникальную модель экономической деятельности, ориентированную на удовлетворение потребностей своих членов, а не на максимизацию прибыли. Их демократическая структура и социальная направленность делают их важным элементом социальной экономики, которая сочетает экономическую эффективность с общественной пользой. В данной статье рассматривается, как потребительские кооперативы способствуют развитию социальной экономики, анализируются их преимущества и вызовы, а также приводятся конкретные примеры их влияния на общество.

Социальная экономика основана на принципах солидарности, демократии и устойчивого развития [1]. Потребительские кооперативы полностью соответствуют этим принципам [2].

1. Обеспечение справедливого распределения благ. Например, Coop Italia предлагает продукты по доступным ценам, уделяя особое внимание качеству и экологичности, что способствует улучшению уровня жизни членов кооператива.

2. Поддержка местных сообществ. Кооператив Mondragon в Испании создает рабочие места и инвестирует в образование, укрепляя социальную инфраструктуру региона [3].

3. Продвижение устойчивого развития. REI (США) активно внедряет экологические инициативы, такие как программы по сокращению отходов и использование возобновляемых источников энергии.

Потребительские кооперативы вносят значительный вклад в развитие социальной экономики, создавая рабочие места и снижая социальное неравенство. Например, ICA Gruppen (Швеция) обеспечила занятость работников в 2024 году в размере 24 000 человек, при этом работники имеют право голоса в управлении компанией. Кооперативная модель позволяет распределять прибыль среди членов, как это делает REI (США), выплачивая ежегодные дивиденды [4]. Сельскохозяйственные кооперативы в Белгородской области (Россия) обеспечивают фермеров доступом к рынкам сбыта, увеличивая их доходы на 30–40 %.

Существенную роль кооперативная модель играет в развитии локальных экономик. Кооперативы часто сотрудничают с местными производителями, как, например, Coop UK (Великобритания), поддерживая малый бизнес и сокращая логистические издержки. Кооператив Park Slope в Нью-Йорке не только

предоставляет доступ к качественным продуктам, но и вовлекает членов в управление, укрепляя социальные связи внутри сообщества [4].

Современные потребительские кооперативы активно интегрируют цифровые технологии, что способствует повышению операционной эффективности, прозрачности деятельности и уровня вовлеченности членов. В отличие от традиционного восприятия кооперативов как консервативных и инертных структур, современные организации данного типа демонстрируют способность к адаптации, используя передовые технологические решения для трансформации бизнес-процессов [5].

Среди ключевых инноваций можно выделить применение блокчейна для обеспечения прослеживаемости цепочек поставок, а также использование искусственного интеллекта с целью персонализации покупательского опыта. Данные инструменты позволяют кооперативам сохранять конкурентоспособность в условиях динамично развивающегося рынка розничной торговли.

Кроме того, цифровизация способствует укреплению связей между потребителями и производителями, что соответствует этическим принципам и концепции устойчивого развития, лежащим в основе кооперативной модели.

Многие кооперативы разрабатывают собственные онлайн-платформы, позволяющие их членам совершать покупки в цифровом формате с возможностью доставки товаров на дом. Это способствует повышению удобства для потребителей и укреплению локальных экономических связей. В качестве примера можно привести интернет-магазин Co-op UK (Великобритания), который предлагает продукцию местных поставщиков, что соответствует кооперативному принципу поддержки региональных производителей.

Внедрение мобильных приложений стало важным шагом в цифровизации кооперативов. Данные приложения включают функционал мобильных платежей, программ лояльности и предоставления информации о товарах. Например, приложение REI Co-op (США) предлагает пользователям рекомендации по выбору снаряжения для активного отдыха, интерактивные карты маршрутов и возможность совершения покупок через смартфоны.

Потребительские кооперативы активно применяют методы анализа данных для изучения предпочтений своих членов и оптимизации ассортимента. Ярким примером является швейцарский кооператив Migros, который использует big data для персонализации маркетинговых кампаний и повышения уровня удовлетворенности клиентов.

Технология блокчейн применяется кооперативами для повышения прослеживаемости и прозрачности в цепочке поставок. Это особенно важно для организаций, ориентированных на этическое устойчивое развитие. Фонд FairChain сотрудничает с кооперативами, внедряя блокчейн-решения, которые гарантируют справедливое вознаграждение фермерам и позволяют потребителям отслеживать происхождение продукции (например, путь кофе от плантации до конечного продукта).

Ряд кооперативов внедряют решения в области возобновляемых источников энергии в свою операционную деятельность, снижая углеродный след и демонстрируя обязательство к экологически устойчивым практикам. Например,

британский кооператив Midcounties инвестировал в установку солнечных панелей для своих магазинов, подчеркивая свою приверженность принципам устойчивого развития.

Искусственный интеллект и машинное обучение используются кооперативами для оптимизации управления запасами и прогнозирования потребительских предпочтений. Эти технологии способствуют сокращению потерь и обеспечению стабильного наличия востребованных товаров. Кооператив Coop Italia реализовал пилотный проект «Супермаркет будущего», в котором задействованы интерактивные дисплеи и «умные полки» для улучшения обслуживания клиентов.

Общественные цифровые платформы играют ключевую роль в обеспечении коммуникации и взаимодействия между членами кооперативов. Данные платформы служат инструментом для обсуждения инициатив, совместного принятия решений. Канадский кооператив MEC (Mountain Equipment Co-op) поддерживает активное онлайн-сообщество, где участники могут взаимодействовать и влиять на стратегию развития организации.

Таким образом, внедрение технологий не только оптимизирует управленческие и операционные процессы, но и усиливает социально ориентированную миссию кооперативов, направленную на поддержку локальных сообществ и продвижение ответственного потребления.

Потребительские кооперативы сталкиваются с рядом системных проблем, ограничивающих их рост и операционную эффективность. Данные вызовы обусловлены комплексом факторов, включая экономические, регуляторные и управленческие аспекты [6]. Кооперативная модель, в отличие от традиционных коммерческих предприятий, приоритезирует благосостояние своих членов над максимизацией прибыли, что создает объективное противоречие с конкурентной средой современного розничного рынка. Это противоречие выражается в трудностях масштабирования деятельности, привлечения инвестиций и конкуренции с корпоративными ретейлерами, обладающими преимуществами экономии на масштабе и возможностями агрессивного ценообразования.

Потребительские кооперативы функционируют на розничном рынке жесткой конкуренции крупных торговых сетей. Последние, обладая значительной покупательной способностью, получают доступ к более выгодным условиям закупок у поставщиков, что ставит кооперативы (в силу их меньших размеров) в заведомо невыгодное положение. Кроме того, приверженность кооперативов принципам этичного потребления, включая ориентацию на локальных поставщиков и экологически устойчивую продукцию, зачастую приводит к увеличению себестоимости, снижая их ценовую конкурентоспособность.

Деятельность потребительских кооперативов регулируется сложной системой законодательных норм, которые могут существенно отличаться в регионах. Данная правовая неоднородность усложняет процессы их расширения на новые рынки, а также требует значительных административных ресурсов, которые могли бы быть направлены на повышение операционной эффективности или оптимизацию ценовой политики.

В отличие от акционерных обществ, потребительские кооперативы лишены возможности привлекать капитал через выпуск акций, что существенно сужает их инвестиционный потенциал. Основными источниками финансирования для кооперативов остаются членские взносы, заемные средства и гранты, однако их объемы часто недостаточны для обеспечения устойчивого роста или модернизации инфраструктуры.

Демократический характер принятия решений, являясь фундаментальным принципом кооперативной модели, может обуславливать снижение операционной гибкости. Достижение обоюдного согласия членов кооператива, как правило, требует значительных временных затрат, что затрудняет оперативное реагирование на динамичные изменения рыночной конъюнктуры.

Кооперативы сталкиваются с рядом вызовов, требующих стратегического подхода для обеспечения устойчивости и конкурентоспособности. Ниже рассмотрены основные проблемы и возможные пути их преодоления.

1. Вовлечение и удержание участников. Одной из ключевых проблем является поддержание активного участия членов кооператива в управленческих процессах и обеспечении экономической стабильности организации.

2. Оптимизация цепочек поставок. Кооперативы часто испытывают трудности в формировании эффективных цепочек поставок. Это приводит к увеличению затрат и менее выгодным условиям сотрудничества. Решением может стать кооперация между кооперативами, объединяющая усилия для улучшения логистических процессов.

3. Интеграция технологических инноваций. В условиях роста значимости цифровых платформ и электронной коммерции кооперативы сталкиваются с дефицитом ресурсов и экспертизы в данной сфере. Инвестиции в цифровизацию, как в случае кооператива Midcounties (Великобритания), позволяют повысить конкурентоспособность на рынке.

4. Соблюдение баланса между ростом и принципами кооперации. Расширение деятельности кооперативов требует сохранения их ключевых принципов, включая демократическое управление и социальную ориентированность. Успешным примером является корпорация Mondragon (Испания), сочетающая масштабирование бизнеса с приверженностью кооперативной модели.

5. Повышение осведомленности потребителей. Недостаточная информированность общества о кооперативной модели ограничивает её распространение. Решение включает образовательные и маркетинговые инициативы, такие как глобальные кампании Международного кооперативного альянса.

6. Доступ к финансовым ресурсам. Особенности структуры кооперативов могут затруднять привлечение финансирования со стороны традиционных кредитных организаций. Специализированные институты, например Национальный кооперативный банк (США), играют важную роль в обеспечении финансовой поддержки кооперативов.

Потребительские кооперативы представляют собой устойчивую модель социально ориентированного бизнеса, доказавшую свою эффективность в различных странах и экономических условиях. Российское кооперативное движение, имея богатые исторические традиции, в настоящее время нуждается

в системной модернизации с учетом лучших международных практик. Реализация предложенных рекомендаций позволит усилить вклад потребительских кооперативов в развитие социальной экономики России.

Список литературы

1. OECD Recommendation on the Social and Solidarity Economy and Social Innovation / Adopted on 10/06/2022. — URL: <https://legalinstruments.oecd.org/en/instruments/OECD-LEGAL-0472%20>.
2. A people-centered path for a second cooperative decade. ICA 2020–2030 Strategic Plan. — URL: <https://ica.coop/en/media/library/ica-2020-2030-strategic-plan>.
3. Соловьева, В. Н. Корпорация MONDRAGON: вклад в экономическое и социальное развитие / В. Н. Соловьева, Т. А. Железова // Вестник Сибирского университета потребительской кооперации. — 2022. — № 4 (42). — С. 29–44.
4. Exploring the cooperative economy. The world cooperative monitor, 2023. — URL: https://monitor.coop/sites/default/files/2024-01/wcm_2023_2.pdf.
5. Ватлина, Л. В. Проекты цифровых решений социального предпринимательства потребительской кооперации / Л. В. Ватлина, О. Н. Мороз // Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. — 2021. — № 3 (88). — С. 246–254.
6. Мороз, О. Н. Потребительская кооперация России в условиях рыночных изменений и преобразований / О. Н. Мороз, Е. О. Бакарасов // Вестник Академии знаний. — 2024. — № 3 (62). — С. 332–336.

Сведения об авторе

Новосёлова Эльвина Александровна, канд. экон. наук, доцент кафедры менеджмента, Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК); 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: nea333@mail.ru.

Novoselova Elvina A., Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor of Department of Management, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; e-mail: nea333@mail.ru.

Печалова Л. В., Печалов А. К.

Ставропольский институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права

КООПЕРАТИВНЫЕ ФОРМЫ ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ И ОТЕЧЕСТВЕННЫЙ ОПЫТ

В статье исследована актуальная проблема развития сельскохозяйственной потребительской кооперации. Проанализированы возможности кооперации как фактор развития сельских территорий, рассмотрены некоторые данные международного и отечественного опыта. Установлены основные причины упущения возможностей сельскохозяйственной потребительской кооперации. Сделан вывод о том, что на современном этапе сельскохозяйственная потребительская кооперация имеет значительный потенциал для решения проблем развития сельских территорий, повышении качества жизни населения. При этом важными условиями реализации потенциала кооперации являются: соблюдение законов экономики и базовых принципов кооперации; использование международного и отечественного опыта; активизация государственной политики по поддержке кооперативных форм хозяйствования; обеспечение содействия органов местного самоуправления сельскохозяйственным товаропроизводителям в развитии потребительной кооперации.

Ключевые слова: сельские территории, сельскохозяйственная потребительская кооперация, факторы, агропромышленный сектор, продовольственная безопасность, сельское хозяйство.

Pechalova L. V., Pechalov A. K.

Stavropol Institute of Cooperation (branch) Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

COOPERATIVE FORMS OF MANAGEMENT AS A FACTOR OF SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT: INTERNATIONAL AND DOMESTIC EXPERIENCE

The article examines the current problem of the development of agricultural consumer cooperation. The possibilities of cooperation as one of the factors of rural development are analyzed, and some data from international and domestic experience are considered. The main reasons for the missed opportunities of agricultural consumer cooperation have been identified. It is concluded that at the present stage, agricultural consumer cooperation has significant potential to solve the problems of rural development and improve the quality of life of the population. At the same time, important conditions for realizing the potential of cooperation are: compliance with the laws of economics and the basic principles of cooperation; the use of international and domestic experience; activation of state policy to support cooperative forms of management; ensuring the assistance of local governments to agricultural producers in the development of consumer cooperation.

Keywords: rural areas, agricultural consumer cooperation, factors, agro-industrial sector, food security, agriculture.

В современных условиях одной из актуальных проблем социально-экономической политики Российской Федерации является обеспечение развития сельских территорий. Особое важное значение этих территорий для Российской

Федерации сложно переоценить. Испокон века в жизни нашей страны существенную роль играло сельское хозяйство. А вопрос обеспечения продовольственной безопасности стоял довольно остро, особенно в периоды войны, засухи, эпидемий и так далее.

В нынешнее время сельское хозяйство продолжает быть жизненно важной отраслью существования России. На долю сельских территорий «приходится две трети площади страны. При этом объем валового национального продукта составляет 4 %, более четверти населения и свыше 9 % занятых в экономике. Следовательно, без создания условий для сохранения и развития сельских территорий невозможно гармоничное развитие нашей страны, обеспечение её национальной безопасности», — к таким выводам в своих исследованиях пришли учёные Е. Г. Коваленко, Т. М. Полушкина, О. Ю. Якимова, Е. В. Аватайкина и О. П. Зайцева [1].

Устойчивое развитие сельских территорий является одной из приоритетных задач, которую Правительство Российской Федерации считает стратегической и прилагает все усилия для её решения как сегодня, так и в будущем. Поэтому эту проблему надо рассматривать не единично, а комплексно, с научными выводами и поэтапными решениями.

Базовыми трудами в области изучения данной проблемы являются идеи зарубежных классиков: Дж. Кейнса, К. Маркса, А. Маршалла, У. Ростоу, А. Смита, Т. Шульца и др. Не менее ценными и поэтому столь же значимыми мы можем назвать труды русского государственного политического деятеля С. Ю. Витте и советского учёного-генетика Н. И. Вавилова. В одну когорту с ними можно объединить не менее известных учёных: русского геолога, почвовед В. В. Докучаева, основоположника теории экономических циклов Н. Д. Кондратьева и создателя теории трудового коллектива и всех форм кооперации в сельском хозяйстве А. В. Чаянова.

Если рассматривать исследовательские работы в этом плане учёных нашего времени, то здесь необходимо отметить труды Н. Г. Нечаева, Н. С. Четверикова, Н. П. Макарова, И. П. Бойко, П. Д. Половинкина, З. П. Меделяевой и др.

Изучение и анализ научных трудов в области устойчивого развития сельскохозяйственных территорий показали отсутствие единого взгляда учёных-теоретиков и учёных-практиков на решаемую проблему и, как следствие, различные подходы как в теоретическом плане, так и в практике. Обоснованные ими теории ещё несколько лет назад были актуальными, однако на сегодняшний день, по нашему мнению, нужен более прогрессивный подход к решению проблемы устойчивого развития сельских территорий. Мы исходим из того, что нужно учитывать не только опыт прошлых лет, но и брать за ориентир быстро изменяемые, опирающиеся на достижения современной науки механизмы и модели, непосредственно влияющие на устойчивость развития сельскохозяйственных территорий Российской Федерации.

Исследуя обобщённый опыт как теоретиков, так и практиков, которые занимались и занимаются проблемой устойчивого развития сельских территорий, мы пришли к твёрдому убеждению, что здесь было бы уместно начать

использовать в полной мере кооперативные формы хозяйствования, имеющие внушительный практический опыт как в России, так и за рубежом.

Основываясь на статистические данные за разные периоды времени, учёные Л. Т. Яхина и В. З. Миннигалеева утверждают, что «в кооперативном секторе экономики в различных странах мира общим числом более 100 занято более 800 миллионов человек» [2, с. 136].

Кооператоры довольно успешно реализуют свой потенциал во многих жизненно важных сферах, в том числе умело используют накопленный десятилетиями опыт массового производства, сбыта и заготовок сельхозпродукции для внутреннего и внешнего рынка.

Переработка и сбыт сельскохозяйственной продукции являются для кооперативного сектора российской экономики первостепенными задачами.

Интерес представляет международный опыт использования возможностей потребительских обществ. Данные виды кооперативных объединений носит массовый характер.

Например, каждый шестой житель Японии — член кооператива. А это более 14 млн пайщиков, которые являются активными членами потребительского общества. При этом оборот потребительских обществ Японии составляет более 30 млрд долларов в год [3, с. 119].

Если рассматривать опыт, накопленный потребительскими союзами, к примеру, стран Азиатско-Тихоокеанского региона, таких как Южная Корея, Япония или Сингапур, то в сложный период мирового экономического спада они пошли по пути отказа от коммерческой составляющей. Товарообмен происходит исключительно среди членов потребительских обществ.

В Швеции кооперативы выбрали путь создания крупных гипермаркетов, активного внедрения прогрессивных технологий и методов бизнеса. Например, популярностью пользуется технология глубокой заморозки продуктов, что позволяет значительно увеличить срок их хранения.

Напротив, такие страны, как Таиланд и Малайзия, решили не отказываться от рыночных методов хозяйствования и наоборот: только усилили коммерческую составляющую в своей деятельности.

При этом необходимо подчеркнуть, что общими чертами потребительских объединений государств Азиатско-Тихоокеанского региона является приоритет интересов пайщиков [4, с. 49].

Перечисленные страны имеют высокий уровень производительности труда, стабильную прибыль, возможности расширения своих хозяйств. Это во многом обусловлено широкой механизацией сельскохозяйственного производства. В значительной части развитых капиталистических стран сельскохозяйственные кооперативы являются массовой экономической организацией фермеров.

Например, шведы, датчане, норвежцы, финны, голландцы и японцы не просто знакомы с кооперативным движением, а всецело его поддерживают. Почти 100 % сельскохозяйственного населения этих стран являются членами кооперативного движения.

Кооперативы способны производить не только промышленную продукцию, как это принято считать, а и продовольственные товары как для внутреннего рынка, так и активного экспорта. Здесь важно подчеркнуть, что помимо качественных продовольственных товаров кооператоры экспортируют и сельскохозяйственное сырьё.

На основании исследования можно сделать вывод о том, что мировой опыт, накопленный сельскохозяйственными потребительскими кооперативами за много десятилетий, играет важную роль в деле увеличения уровня производства продовольственных товаров и сельскохозяйственного сырья.

Сегодня в России, к сожалению, потенциал кооперации как фактора устойчивого развития сельских территорий остаётся недооценённым, а на государственном уровне — невостребованным. Несмотря на то, что отечественное кооперативное движение имеет определённый положительный опыт решения проблем, занимает важное место в отечественном агропромышленном комплексе. В современной России потребительская кооперация охватывает более 50 % сельского населения страны, имеет довольно прочную материально-техническую базу, осуществляет многоотраслевую деятельность. А именно: кооперативные объединения занимаются торговой, заготовительной, производственной деятельностью, оказывают услуги населению.

Что касается места кооперации в общем объеме оборота розничной торговли России, то в среднем по стране на долю розничной торговли потребсоюзов отдельных территорий приходится от 5 до 10 % [5].

Исследование показывает, что наблюдается явное упущение возможностей сельскохозяйственной потребительской кооперации в решении проблем развития сельских территорий, повышении качества жизни населения.

Авторы уверены, что изучение и внедрение передового международного и отечественного опыта кооперативного движения будет способствовать активизации процессов развития сельских территорий. Необходимо создание условий для дальнейшего совершенствования законодательной и нормативно-правовой базы, развития малых форм хозяйствования и кооперативного движения, развитие местного самоуправления, расширение единого информационного пространства и установления контроля за целевым использованием ресурсов сельских территорий.

На современном этапе развития российской экономики потенциал сельскохозяйственной потребительской кооперации должен быть использован в полном объёме. Это необходимо для качественного повышения уровня жизни людей, проживающих и работающих в сельской местности.

При этом важными условиями реализации потенциала кооперации являются соблюдение законов экономики и базовых принципов кооперации, использование международного и отечественного опыта, активизация государственной политики по поддержке кооперативных форм хозяйствования, обеспечение содействия органов местного самоуправления сельскохозяйственным товаропроизводителям в развитии потребительской кооперации.

Список литературы

1. Полушкина, Т. М. Социология управления : учебник и практикум для вузов / Т. М. Полушкина, Е. Г. Коваленко, О. Ю. Якимова; под ред. Т. М. Полушкиной. — Москва : Юрайт, 2023. — 264 с. — URL: <https://urait.ru/bcode/511099> (дата обращения: 25.01.2025).
2. Яхина, Л. Т. Потребительская кооперация и ее роль в развитии рыночной экономики [Электронный ресурс] / Л. Т. Яхина, В. З. Миннигалеева // Концепт. — 2017. — Т. 31. — С. 136. — URL: <https://ekoncept.ru/2017/970042.htm> (дата обращения: 20.06.2018).
3. Егоров, В. Г. Потребительская кооперация: современный мировой опыт развития / В. Г. Егоров // Вестник МГУЛ — Лесной вестник. — 2015. — № 4. — Мытищи, 2015. — С. 119.
4. Нижельская, О. А. Кооперация в Австралии и Новой Зеландии / О. А. Нижельская // Финансы и кредит. — 2007. — № 2. — С. 49.
5. Путинцев, В. В. Социально-экономический потенциал сельскохозяйственной потребительской кооперации / В. В. Путинцев, О. Е. Гудкова // Социально-экономические явления и процессы. — 2015. — Т. 10. — № 11. — С. 120.

Сведения об авторах

Печалова Лариса Викторовна, д-р ист. наук, доцент кафедры социально-гуманитарных дисциплин, Ставропольский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 355008, Россия, г. Ставрополь, ул. Голенева, 36; e-mail: common@stavik.ru.

Печалов Анастас Константинович, канд. ист. наук, доцент кафедры государственно-правовых дисциплин, Ставропольский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 355008, Россия, г. Ставрополь, ул. Голенева, 36; e-mail: common@stavik.ru.

Pechalova Larisa V., Doctor of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Social and Humanitarian Disciplines, Stavropol Institute of Cooperation (branch) of the Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 355008, Russia, Stavropol, Goleneva str., 36; e-mail: common@stavik.ru.

Pechalov Anastas K., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of State and Legal Disciplines, Stavropol Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 355008, Russia, Stavropol, Goleneva str., 36; e-mail: common@stavik.ru.

Пугацкий М. В., Савинова И. В.

Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права

РОЛЬ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ В СОЗДАНИИ УСЛОВИЙ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Цель статьи — показать роль правового регулирования в создании условий для повышения эффективности образовательной деятельности в системе потребительской кооперации через использование правовых норм о лицензировании образовательной деятельности, поддержку со стороны центральных и местных органов власти, поиск путей и методов укрепления сотрудничества потребительской кооперации с органами государственной власти, создание кооперативных образовательных кластеров в рамках заключаемых соглашений о партнёрстве для решения проблемы совместного финансирования кооперативного образования и развития материально-технической базы образовательных учреждений.

Ключевые слова: правовое регулирование, кооперация, соглашения о партнёрстве, образовательные кластеры.

Pugatskiy M. V., Savinova I. V.

Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law

THE ROLE OF LEGAL REGULATION IN CREATING CONDITIONS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF EDUCATIONAL ACTIVITIES IN THE SYSTEM OF CONSUMER COOPERATION

The purpose of the article is to show the role of legal regulation in creating conditions for increasing the efficiency of educational activities in the system of consumer cooperation through the use of legal norms on licensing of educational activities, support from central and local authorities, and the search for ways and methods to strengthen cooperation consumer cooperation with public authorities, the creation of cooperative educational clusters within the framework of partnership agreements to solve the problem of joint financing of cooperative education and the development of the material and technical base of educational institutions.

Keywords: legal regulation, cooperation, partnership agreements, educational clusters.

В настоящее время в нашей стране происходят значительные экономические, политические и социальные изменения, главной задачей которых является обеспечение прав и свобод человека и гражданина. Согласно статье 2 Конституции Российской Федерации, человек, его права и свободы являются высшей ценностью [1]. Неотъемлемыми от человека являются его конституционные права и свободы в сфере профессионального образования.

Свобода образования включает право выбора человеком форм получения образования, форм обучения, организации, осуществляющей образовательную деятельность, направленности образования в пределах, предоставленных системой образования. При этом свобода образования не может носить абсолютного характера и ограничивается целями образования, которые отражают основополагающие ценности человеческого сообщества. Эти цели должно

устанавливать государство и закреплять их в образовательном законодательстве, что обусловлено интересами общества.

Возможность образовательной деятельности в рамках потребительской кооперации закреплена в ст. 1 закона РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» от 19.06.1992 № 3085-1 [2]. Для организации образовательной деятельности в рамках кооператива необходимо получить соответствующую лицензию. Это предусмотрено ст. 91 федерального закона № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» [3].

В соответствии со ст. 8 федерального закона от 29 декабря 2012 года № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации», органы государственной власти субъектов РФ предоставляют частным образовательным организациям субсидии на возмещение затрат, включая расходы на оплату труда, приобретение учебников и учебных пособий, средств обучения, игр, игрушек (за исключением расходов на содержание зданий и оплату коммунальных услуг).

Согласно ст. 31 федерального закона от 12 января 1996 года № 7-ФЗ «О некоммерческих организациях», организации, осуществляющие деятельность в области образования, отнесены к социально ориентированным, и для них предусмотрено право органов местного самоуправления оказывать финансовую, имущественную, информационную и консультационную поддержку [4].

Поддержка частных образовательных организаций органами власти и местного самоуправления может осуществляться в виде имущественной поддержки путём передачи во владение и (или) в пользование государственного или муниципального имущества; в виде предоставления льгот по налогам и сборам социально ориентированным некоммерческим образовательным организациям. Методическое сопровождение образовательных организаций кооперации может осуществляться через создание ассоциаций частных образовательных организаций, обеспечение возможности повышения квалификации руководителей и педагогов, оказание консультативной помощи в регистрации и лицензировании частных организаций.

Для укрепления сотрудничества частных образовательных организаций потребительской кооперации с органами государственной власти можно предпринять следующие шаги:

1) создать кооперативные образовательные кластеры. Это совокупность взаимосвязанных организаций начального, среднего и высшего кооперативного образования и организаций потребительской кооперации. В рамках партнёрства можно решать проблемы совместного финансирования образования и развития материально-технической базы образовательных учреждений;

2) включить систему кооперативного образования в государственные, региональные и корпоративные программы с государственной поддержкой. Например, для включения руководителей потребительских кооперативов в систему образовательной и консалтинговой поддержки в рамках программ поддержки малого и среднего бизнеса;

3) формировать отраслевые стандарты и нормативы минимального развития квалификаций управленческого и среднего персонала организаций потребительской кооперации;

4) развивать взаимодействие с органами государственной власти для получения работниками потребительской кооперации прав на дополнительные льготы. Например, для создания достойных условий труда и отдыха, повышения социальной защищённости работников;

5) важно повышать квалификацию преподавателей, осваивать новые направления, формы и методы образовательной деятельности, регулярно проводить переаттестацию работников образовательных организаций по результатам обучения.

Соглашения о партнёрстве могут быть инструментом для решения проблем совместного финансирования кооперативного образования и развития материально-технической базы образовательных учреждений. Эти вопросы регулируют нормативные правовые акты:

— Письмо Минпросвещения России от 23.05.2022 № 05–728, в котором утверждено Положение о развитии образовательно-производственных центров (кластеров) на основе интеграции образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования, и организаций, действующих в реальном секторе экономики, в рамках федерального проекта «Профессионалитет» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования» [5]. Положение устанавливает механизмы взаимодействия и определяет систему управления образовательно-производственными центрами (кластерами);

— Гражданский кодекс Российской Федерации, на основе которого заключаются двухсторонние договоры о сотрудничестве, предусматривающие участие социальных партнёров в обеспечении содержания образования, контроля качества образования, материально-технического обеспечения образовательного процесса, в частности, путём передачи денежных средств или имущества образовательному учреждению;

— Федеральный закон от 21 июля 2005 года № 115-ФЗ «О концессионных соглашениях», который регулирует отношения сторон концессионного соглашения, по которому одна из сторон обязуется за свой счёт создать и (или) реконструировать определённое недвижимое имущество и осуществлять с использованием этого недвижимого имущества деятельность, определённую концессионным соглашением [6];

— Федеральный закон от 13 июля 2015 года № 224-ФЗ «О государственно-частном партнёрстве, муниципально-частном партнёрстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации», который регламентирует реализацию проектов на принципах государственно-частного партнёрства [7].

Например, в нашей стране такие соглашения позволяют:

— совмещать оплату обучения учащимися и организациями потребительской кооперации;

— повышать квалификацию преподавателей, осваивать новые направления, формы и методы образовательной деятельности;

— формировать и реализовывать заказы организаций потребительской кооперации на целевую подготовку специалистов по востребованным специальностям;

- повышать экономическую эффективность деятельности организаций высшего и среднего профессионального образования;
- реализовывать новые образовательные стандарты и программы, отвечающие современным профессиональным требованиям и потребностям работодателя;
- развивать взаимодействие образовательных организаций с общеобразовательными школами, углублять профориентацию, привлекать школьников в систему потребительской кооперации.

Также в России соглашения о партнёрстве используются в рамках федерального проекта «Профессионалитет» для взаимодействия образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования, с организациями реального сектора экономики.

Большое значение для повышения эффективной образовательной деятельности в системе потребительской кооперации имеет локальное правовое регулирование, что предусмотрено ст. 30 федерального закона «Об образовании в Российской Федерации»: образовательная организация принимает локальные нормативные акты в пределах своей компетенции в соответствии с законодательством РФ в порядке, установленном её уставом.

Локальные нормативные акты образовательных организаций системы потребительской кооперации регулируют основные вопросы образовательной деятельности, в том числе правила приёма обучающихся; режим занятий обучающихся; формы, периодичность и порядок текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся; порядок и основания перевода, отчисления и восстановления обучающихся; порядок оформления возникновения, приостановления и прекращения отношений между образовательной организацией и обучающимися и (или) родителями (законными представителями) несовершеннолетних обучающихся.

При принятии локальных нормативных актов, затрагивающих права обучающихся и работников образовательной организации, учитывается мнение советов обучающихся, советов родителей, представительных органов обучающихся, а также в порядке и в случаях, которые предусмотрены трудовым законодательством, представительных органов работников (при наличии таких представительных органов). Нормы локальных нормативных актов, ухудшающие положение обучающихся или работников образовательной организации по сравнению с установленным законодательством об образовании трудовым законодательством положением либо принятые с нарушением установленного порядка, не применяются и подлежат отмене образовательной организацией.

В Красноярском кооперативном техникуме экономики, коммерции и права в качестве руководящих направлений образовательной деятельности приняты следующие:

- акцент на духовности, нравственных и патриотических началах. В учебных планах предусмотрено изучение дисциплин, формирующих нравственные начала, мировоззрение и кругозор молодёжи, знакомящих её с историей потребительской кооперации и кооперативным движением;

— включение в систему непрерывного образования: большинство выпускников нашего техникума продолжают обучение в вузах системы потребительской кооперации;

— подготовка выпускников по направлениям и специальностям в соответствии с потребностями рынка труда. Например, для таких секторов экономики, как индустрия гостеприимства, торговля и контроль качества продукции, сфера ИТ, экономика и управление, юриспруденция и другие.

Таким образом, федеральные законы и законы субъектов Российской Федерации закрепляют исходные, первичные нормы в сфере образования. Они дополняются и конкретизируются системой подзаконных нормативных правовых актов. Локальные нормативные акты разрабатываются непосредственно в организации на основе действующего законодательства. Они регулируют правовые отношения в рамках конкретной организации и адаптируют законодательство к её особенностям. Очевидно, что сочетание федерального и локального правового регулирования позволяет упорядочить взаимодействие субъектов правоотношений в сфере образования и обеспечить эффективность, стабильность и инновации образовательных процессов.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020) // СПС «КонсультантПлюс».
2. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации: закон Рос. Федерации от 19 июня 1992 г. № 3085-1 (в ред. от 02.07.2013) // СПС «КонсультантПлюс».
3. Об образовании в Российской Федерации: ФЗ от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ // Собрание законодательства РФ. — 2012. — № 53 (ч. 1). — Ст. 7598.
4. О некоммерческих организациях: ФЗ от 12 января 1996 года № 7-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. — 1996. — № 1. — Ст. 2.
5. О направлении Положения: Письмо Минпросвещения России от 23.05.2022 № 05-728 (вместе с Положением о развитии образовательно-производственных центров (кластеров) на основе интеграции образовательных организаций, реализующих программы среднего профессионального образования, и организаций, действующих в реальном секторе экономики, в рамках федерального проекта «Профессионалитет» государственной программы Российской Федерации «Развитие образования», утв. Минпросвещения России 11.05.2022) // Администратор образования. — № 13. — 2022.
6. О концессионных соглашениях: ФЗ от 21 июля 2005 г. № 115-ФЗ // Собрание законодательства РФ. — 2005. — № 1. — С. 14.

7. О государственно-частном партнёрстве, муниципально-частном партнёрстве в Российской Федерации и внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации: ФЗ от 13.07.2015 № 224-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации от 20 июля 2015 г. № 29 (часть I). — Ст. 4350.

Сведения об авторах

Пугацкий Михаил Владимирович, канд. филос. наук, доцент, почётный работник высшего профессионального образования Российской Федерации, полномочный член Российского психологического общества, клинический психолог, педагог-психолог; ЧПОУ «Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права»; SPIN-код: 4847-9295, AuthorID: 416360; 660022, г. Красноярск, ул. Аэровокзальная, 2и; e-mail: 777maikl@mail.ru.

Савинова Ирина Викторовна, директор, почётный работник среднего профессионального образования Российской Федерации; ЧПОУ «Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права»; 660022, г. Красноярск, ул. Аэровокзальная, 2и; e-mail: kktmail@mail.ru.

Pugatsky Mikhail V., Candidate of Sciences in Philosophy, Associate Professor; Honorary Worker of Higher Professional Education of the Russian Federation; Full Member of the Russian Psychological Society; clinical psychologist, educational psychologist, Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law. 660 022, Russia, Krasnoyarsk, Aerovokzalnaya Str., 2i; SPIN-code: 4847-9295; AuthorID: 416360; e-mail: 777maikl@mail.ru.

Savinova Irina V., Director, Honorary Worker of Secondary Professional Education of the Russian Federation, Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law; 660022, Russia, Krasnoyarsk, Aerovokzalnaya Str., 2i; e-mail: kktmail@mail.ru.

Ряховская Н. И.

Камчатский филиал Российского университета кооперации

КАДРОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СФЕРЫ СЕЛЬСКОГО (АГРАРНОГО) ТУРИЗМА В КАМЧАТСКОМ КРАЕ

Сельский туризм является перспективным направлением развития туристической Камчатского края, обладающего значительным природным, культурным и аграрным потенциалом. В статье рассматриваются ключевые аспекты развития сельского туризма на территории 11 сельских районов края, включая анализ существующих туристических объектов, маршрутов и программ. Особое внимание уделено Елизовскому району как наиболее густонаселенной сельской территории, где сосредоточены уникальные достопримечательности, такие как Паратунские горячие источники, этнографические комплексы и передовые сельскохозяйственные предприятия. Автор анализирует социально-экономические преимущества сельского туризма, включая сокращение безработицы, сохранение культурного наследия и увеличение доходов местных бюджетов. Приводятся данные о динамике турпотока и прогноз потребности в кадрах до 2029 года. Отмечается, что в настоящее время существует дефицит профессиональных кадров, что требует усиления взаимодействия между администрацией края и образовательными учреждениями. Автор предлагает меры по привлечению инвестиций, популяризации сельского туризма и развитию инфраструктуры, что будет способствовать устойчивому развитию региона.

Ключевые слова: сельский туризм, Камчатский край, кадровое обеспечение, туристические маршруты, аграрный туризм, этнографический туризм, устойчивое развитие.

Ryakhovskaya N. I.

Kamchatka Branch of Russian University of Cooperation

HUMAN RESOURCE PROVISION IN THE FIELD OF RURAL AGRITOURISM IN KAMCHATKA KRAI

Rural tourism is a promising direction for the development of the tourism industry in the Kamchatka Territory, which possesses significant natural, cultural, and agricultural potential. This article examines key aspects of rural tourism development across 11 rural districts of the region, including an analysis of existing tourist attractions, routes, and programs. Special attention is given to the Yelizovsky District as the most densely populated rural area, home to unique attractions such as the Paratunka hot springs, ethnographic complexes, and advanced agricultural enterprises. The author analyzes the socio-economic benefits of rural tourism, including job creation, preservation of cultural heritage, and increased local budget revenues. Data on tourist flow dynamics and labor market projections up to 2029 are presented. The paper highlights the current shortage of qualified professionals, emphasizing the need for stronger collaboration between regional authorities and educational institutions. In conclusion, recommendations are provided for attracting investments, promoting rural tourism, and improving infrastructure to ensure sustainable regional development.

Keywords: rural tourism, Kamchatka Territory, workforce development, tourist routes, agritourism, ethnographic tourism, sustainable development.

Одним из перспективных направлений развития туризма является сельский туризм на территориях Камчатского края. Сельская территория края включает 11 сельских районов (46 сельских поселений) с площадью 463 645 км², с населением 66,5 тыс. человек, в том числе самый густонаселенный Елизовский район

с площадью 40 996 км², с населением на селе 22,981 тыс. человек. В этом районе много достопримечательностей для туристов как на селе, так и в округе, что представляет безусловный интерес для разработки новых программ, маршрутов и апробации новых знаний. Сельская муниципальная территория — это занятость населения, отрасли хозяйствования, традиции, сельскохозяйственные ландшафты, развитие сельского хозяйства как основной вид деятельности населения. Туризм на сельских территориях станет новым объектом в переводе части населения из сферы сельскохозяйственного производства в сферу услуг нового сектора региональной экономики [1].

Цель исследования — оценка потребности в кадровом обеспечении сельского туризма и гостеприимства, а также разработка мер по подготовке квалифицированных специалистов для этой сферы.

К социально-экономическим преимуществам сельского туризма можно отнести: сокращение безработицы; сохранение местных, национальных обычаев, фольклора, народных промыслов; организацию выставок местного производства; демонстрацию современных технологий в сельском хозяйстве, новых достижений в сельскохозяйственной науке, растениеводстве и животноводстве; пополнение местного и регионального бюджета [6]. Во многих сельских поселениях имеются увлекательные места, интересные, познавательные маршруты, технологические решения, и перед краем стоят важные задачи в подборе кадров для сельского туризма. Рассмотрим несколько поселений края с точки зрения их туристского потенциала. Паратунское поселение с населением 3493 человека, уникальное место для туристического посещения, знаменито горячими, целебными источниками, малой долиной гейзеров, парком «Три вулкана», «Снежной долиной», многими базами отдыха, лечебными санаториями и так далее. Николаевское сельское поселение с населением 2840 человек знаменито камчадалской деревней «Пимчах» — это уникальное место для туристического посещения. Здесь можно познакомиться с культурой коренных народов, расширить свои знания в ремесле и быте народа, национальных традициях, обрядах коренных жителей Камчатки. В п. Сосновка находится научное учреждение по сельскому хозяйству, где можно на полях познакомиться с достижениями в области сельского хозяйства, с садом, в котором имеются свои сорта жимолости, а также большая коллекция ягодных культур. Раздольнинское поселение с населением 2666 человек знаменито также горячими источниками, на территории построен современный комплекс по выращиванию овощей в закрытом грунте, этнопарк «Зеленовские озерки», комплекс, в котором можно посетить питомник ездовых собак, побывать в настоящих чумах аборигенов, попробовать национальные блюда и обучиться местным танцам. Корякское сельское поселение: численность составляет 3646 человек, можно посмотреть передовые технологии в области животноводства и овощеводства — сельскохозяйственный производственный кооператив «Кам-Агро». Основной вид деятельности кооператива — это разведение крупного молочного скота, производство сырого молока (удой на одну фуражную корову 6098 кг молока), оптовая торговля мясом говядины и птицы, включая супродукцию, производство мяса и пищевых субпродуктов

в замороженном виде, предоставление услуг в области растениеводства, выращивание овощей.

В настоящее время нет профессиональных кадров для развития сельского туризма или низкий уровень их подготовки. Формирование кадрового потенциала для сельского туризма стоит главной задачей перед администрацией края, учебными заведениями.

Необходим креативный обмен опытом представителей различных сфер, организаций и направлений бизнеса в направлении поиска коллабораций и новых форм взаимодействия, способствующих повышению качества обеспечения в индустрии туризма и гостеприимства. Губернатор Камчатского края заявил, что к 2025 году необходимо 10 тыс. рабочих мест в сфере туризма. В перспективе новые виды туризма — гастрономический, круглогодичная рыбалка, активный отдых, сельский, фермерский, экологический [3].

Прогноз потребности рынка труда в крае в работниках, прошедших профессиональное обучение или получивших дополнительное профессиональное образование по программам подготовки и переподготовки, повышения квалификации рабочих и служащих, представлен в таблице.

Потребность рынка труда в Камчатском крае в сфере туризма

Годы	Потребность в кадрах, чел.
2025	323
2026	382
2027	341
2028	350
2029	359

В Камчатском крае в сфере туризма и гостеприимства подготовкой кадров занимаются следующие учебные учреждения: Российский университет кооперации Камчатский филиал, Камчатский государственный университет им. Витуса Беринга, Камчатский колледж технологии и сервиса и Камчатский кооперативный техникум [2].

При выполнении программ и проектов, утвержденных Правительством Камчатского края в сфере туризма, при создании дополнительных рабочих мест будет ощущаться нехватка специалистов по туризму.

Многие туристы — исследователи природы сталкиваются с уникальностью нашей растительности, особенно туристы из Японии и Китая. Их привлекают растительность края, гигантизм растений, новые селекционные сорта и технологии, новые образцы ягодных культур, многолетних трав, дикоросов, особенно возможность приготовления из них продуктов питания и т. д. Эти путешествия и экскурсии предполагают знания, специальную подготовку гидов: проводников, инструкторов, специалистов. Экологический, сельский, фермерский туризм требует знание природы, бережное отношение к ней, сохранение в первозданном виде. К особенностям рынка современных реалий туристских

услуг Камчатского края можно отнести достаточно легкое вхождение в бизнес. Развитие конкуренции на рынке туристских услуг в Камчатском крае можно охарактеризовать как стабильно увеличивающуюся, что подтверждает и динамика турпотока: 2020 г. — 91 489 чел. (–62,1 %), 2021 г. — 245 380 чел. (+168 %), 2022 г. — 339 296 чел. (+38,0 %) [5].

Таким образом, сельский (аграрный, фермерский) туризм в нашем регионе имеет место быть, и необходимо провести работу по вовлечению не только частных инвесторов, желающих посвятить свою деятельность приему отдыхающих на территории села, но активизировать работу представителей местной администрации по популяризации сельского туризма. Необходимо разработать программы, пути решения социальных проблем и элементов социальной инфраструктуры в муниципальных образованиях.

Список литературы

1. Шакирова, Э. Н. Развитие сельского туризма в России / Э. Н. Шакирова // Экономическая наука и практика (II) : материалы международной заочн. научной конференции, Чита, февраль 2013. — Чита : Молодой ученый, 2013. — С. 110–112.
2. Метлюк В. В., Шарафанова Е. Е. Особенности формирования кадрового потенциала для сельского туризма в России // Сельский туризм: опыт, проблемы, перспективы : сборник трудов I Междунар. научно-практической конференции 23 мая 2012 / под ред. д. э. н. проф. Е. Е. Шарафановой. Т. 1. — Санкт-Петербург : Изд-во СПбГУС, 2012. — С 97–103.
3. Годовые отчеты о реализации государственной программы // Офиц. сайт исполнит. органов гос. власти Камчат. края. — URL: <https://kamgov.ru/mintur/godovye-otcety-o-realizacii-gosudarstvennoj-programmy> (дата обращения: 01.03.2024).
4. Камчатский туристический портал. — URL: <http://www.topkam.ru/tours/ethnotours/> (дата обращения: 11.03.2024).
5. Об утверждении государственной программы Камчатского края «Развитие культуры в Камчатском крае» : постановление Правительства Камчатского края от 15.03.2024 № 112-П. — URL: <https://www.kamgov.ru/document/frontend-document/view-npa?id=36460> (дата обращения: 12.03.2024).
6. Рогалева, Н. Л. Развитие туризма в условиях новой реальности (на примере Камчатского края) / Н. Л. Рогалева // Многополярный мир в фокусе новой действительности : материалы XIII Евразийского экономического форума молодежи, Екатеринбург, 24–28 апреля 2023 года / Уральский государственный экономический университет. Том 1. — Екатеринбург : Уральский государственный экономический университет, 2023. — С. 119–124.

Сведения об авторе

Ряховская Нина Ивановна, д-р с.-х. наук, научный сотрудник, Камчатский филиал АНОО ВО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации», г. Петропавловск-Камчатский; 683003, Камчатский край, г. Петропавловск-Камчатский, ул. Ключевская, 11, e-mail: Ryakhovskaya_nina@mail.ru.

Ryakhovskaya Nina I., Doctor of Agricultural Sciences, Researcher, Kamchatka branch of Russian University of Cooperation; 683003, Russian Federation, Petropavlovsk-Kamchatsky, Klyuchevskaya Str., 11, e-mail: Ryakhovskaya_nina@mail.ru.

Сапожников А. Н., Рахманина Е. М.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ИЗУЧЕНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРОЦЕССА ЦИФРОВИЗАЦИИ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗЕРНОПРОДУКТОВОГО ПОДКОМПЛЕКСА

Статья посвящена изучению особенностей процесса цифровизации предприятий зернопродуктового подкомплекса России. Показана важность дальнейшего развития цифровых технологий для подкомплекса. Рассматриваются проблемы, связанные с недостаточным уровнем цифровизации на предприятиях зернопродуктового подкомплекса, и предложены меры для улучшения существующей ситуации.

Ключевые слова: зернопродуктовый подкомплекс, агропромышленный комплекс, цифровизация, цифровая трансформация, программное обеспечение.

Sapozhnikov A. N., Rakhmanina E. M.

Siberian University of Consumer Cooperation

STUDY OF DIGITALIZATION PROCESS FEATURES IN GRAIN SUBCOMPLEX ENTERPRISES

The paper studies the features of digitalization process in Russian grain subcomplex enterprises. It highlights the importance of further digital technologies development for the subcomplex. Problems related to the insufficient level of digitalization in grain subcomplex enterprises are examined, and measures to improve the current situation are proposed.

Keywords: grain subcomplex, agricultural complex, digitalization, digital transformation, software.

К настоящему времени российская экономика в максимальной степени прошла стадию цифровизации. Все бизнес-процессы на предприятиях, начиная от малых форм бизнеса и заканчивая крупными корпорациями, осуществляются в цифровом формате, что позволяет обрабатывать большие объемы данных за относительно короткий период времени и вследствие этого оперативно принимать решения, направленные на оптимизацию процессов на различных уровнях.

Дальнейшим этапом развития цифровизации является совершенствование цифрового формата бизнес-процессов. Однако в настоящее время развитие цифровых технологий в различных отраслях осуществляется неравномерно. Одной из отраслей российской экономики, для которой важным является дальнейшее интенсивное развитие цифровых технологий, является агропромышленный комплекс и, в частности, зернопродуктовый подкомплекс.

Предприятия зернопродуктового подкомплекса России играют важную роль в обеспечении населения стратегически значимыми продуктами питания — зерном и продуктами его переработки, от бесперебойного снабжения которыми зависит продовольственная безопасность как всей страны, так и ее отдельных регионов. Вследствие этого важным является максимальное применение достижений научно-технического прогресса в деятельности зернопродуктового

подкомплекса, заключающееся в механизации, автоматизации и цифровизации предприятий отрасли.

Цифровизация подкомплекса также неразрывно связана с инновациями, внедрение которых, как правило, приводит к значительным изменениям в его функционировании. В настоящее время наиболее значимой инновацией можно назвать внедрение искусственного интеллекта для перехода информационно-обеспечения производственных и бизнес-процессов на предприятиях подкомплекса на новый уровень [1].

Решение существующих проблем в зернопродуктовом подкомплексе за счет развития его цифровизации позволяет оптимизировать как сам процесс производства зерна и продуктов его переработки [2–4], так и улучшить возможности анализа экономической и хозяйственной деятельности входящих в него предприятий, а также повысить уровень взаимодействия участников зернового рынка. В частности, была создана национальная платформа «Цифровое сельское хозяйство», направленная на совершенствование зернового экспорта в существующих экономических условиях [5].

В настоящее время для отслеживания поставок зерна и продуктов его переработки в России используется Федеральная государственная информационная система (ФГИС) «Зерно». Ее внедрение начиная с 2021 г. столкнулось, в частности, с рядом проблем совместимости различных программных модулей друг с другом, однако в целом процесс перехода зернопродуктового подкомплекса на использование системы осуществился успешно. Вместе с тем было предложено построение комплексной системы внутреннего контроля и аудита для предприятий подкомплекса в условиях развивающейся цифровизации и прозрачности бизнеса для государства [6].

Таким образом, несмотря на интенсивное развитие предприятий зернопродуктового подкомплекса в сфере их цифровизации, дальнейшее цифровое развитие предприятий отрасли сдерживается следующими факторами:

- отсутствие связи и совместимости между различными видами программного обеспечения и программными модулями в различных областях функционирования предприятий зернопродуктового подкомплекса;
- необходимость освоения работниками предприятий зернопродуктового подкомплекса новых видов программного обеспечения;
- неравномерность уровня цифровизации предприятий, относящихся к разным сферам подкомплекса;
- слабая внутренняя мотивация работников предприятий зернопродуктового подкомплекса к переходу на новые виды программного обеспечения;
- низкий уровень финансирования мероприятий по цифровизации предприятий зернопродуктового подкомплекса.

Представленные факторы свидетельствуют о необходимости развития процессов цифровизации на предприятиях зернопродуктового подкомплекса, которое предусматривает следующие мероприятия:

- анализ и всестороннее изучение используемого на предприятиях зернопродуктового подкомплекса программного обеспечения, в том числе его функциональности и совместимости различных программных модулей и средств;
- разработка новых видов программного обеспечения для предприятий зернопродуктового подкомплекса, совместимых с существующими решениями;
- расширение функциональности ФГИС «Зерно», в том числе обеспечение его совместимости с другими модулями и информационными подсистемами;
- организация обучения работников предприятий зернопродуктового подкомплекса по внедрению новых цифровых технологий в деятельность предприятий;
- привлечение в отрасль специалистов в области информационных технологий в качестве штатных сотрудников;
- использование искусственного интеллекта в проектировании и функционировании специализированного программного обеспечения для предприятий подкомплекса;
- финансирование мероприятий по цифровизации предприятий зернопродуктового подкомплекса из федерального и региональных бюджетов.

Список литературы

1. Ариничев И. В., Сидоров В. А. Цифровизация АПК: интеграция задач типологизации инноваций в систему управления производством зерна // Вестник Мичуринского государственного аграрного университета. — 2024. — № 2 (77). — С. 190–195.
2. Федотов В. А. Модернизация технологии переработки зерна современными информационными средствами // Международный научно-исследовательский журнал. — 2021. — № 11–1 (113). — С. 76–78.
3. Мизанбекова С. К., Богомолова И. П., Шатохина Н. М. Перспективы использования цифровых и инновационных технологий в управлении конкурентоспособностью предприятий // Техника и технология пищевых производств. — 2020. — Т. 50, № 2. — С. 372–382.
4. Стрикунов Н. И. Цифровизация послеуборочной обработки зерна / Н. И. Стрикунов [и др.] // Вестник молодежной науки Алтайского государственного аграрного университета. — 2020. — № 1. — С. 85–89.
5. Зюкин Д. А. Роль цифровизации в развитии зернопродуктового подкомплекса АПК / Д. А. Зюкин [и др.] // Международный сельскохозяйственный журнал. — 2022. — № 1 (385). — С. 94–98.
6. Созонов А. С., Тарасенко О. Н. Построение системы внутреннего контроля и аудита в условиях цифровизации сельского хозяйства на примере ФГИС «Зерно» // Вестник НГИЭИ. — 2024. — № 8 (159). — С. 120–132.

Сведения об авторах

Сапожников Александр Николаевич, канд. техн. наук, доцент, доцент кафедры информатики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: alexnsk@ya.ru.

Рахманина Евгения Михайловна, обучающийся, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: bringmesometea.plz@gmail.com.

Sapozhnikov Aleksandr N., Candidate of Science in Engineering, Associate Professor, Department of Computer Science, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk; 630087; e-mail: alexnsk@ya.ru.

Rakhmanina Evgeniya M., Student, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk; 630087; e-mail: bringmesometea.plz@gmail.com.

Стребкова Л. Н., Саначин В. П.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В статье проведен анализ факторов внешней и внутренней среды Тогучинского районного потребительского общества, обозначены направления его развития. Предложена стратегия развития организации, а также конкретные действия по ее реализации. Определен перечень первоочередных инвестиционных мероприятий по развитию торговой деятельности потребительского общества в ближайшие 5 лет.

Ключевые слова: стратегическое планирование, SWOT-анализ, потребительская кооперация, Тогучинское районное потребительское общество, стратегия развития.

Strebkova L. N., Sanachin V. P.

Siberian University of Consumer Cooperation

FORMATION OF A DEVELOPMENT STRATEGY FOR THE ORGANIZATION OF CONSUMER COOPERATION

The article analyzed the factors of the external and internal environment of the Toguchinsky district consumer society, determined the directions of its development. A strategy for the development of the organization and actions for its implementation are proposed. The list of priority investment measures for the development of trade activities of the consumer society in the next 5 years is indicated.

Keywords: strategic planning, SWOT-analysis, consumer cooperation, Toguchinsky district consumer society, development strategy.

В современных условиях динамичной и высококонкурентной бизнес-среды организации системы потребительской кооперации сталкиваются с необходимостью не только адаптироваться к постоянным изменениям, но и формировать стратегии долгосрочного развития. Авторы подчеркивают важность стратегии развития, анализа внешней и внутренней среды, а также внедрения стратегического контроллинга для управления потребительским обществом.

Тогучинское районное потребительское общество (райпо) является юридическим лицом и обслуживает 21 собственный магазин (из них 19 магазинов в собственных зданиях, 2 магазина в арендованных зданиях) в населенных пунктах района (деревни, отдаленные села) и в районном центре. Из них в 2 населенных пунктах проживает менее 30 человек, в 8 населенных пунктах проживает менее 100 человек; также 16 магазинов работают через прилавки, 5 магазинов самообслуживания.

Основной миссией Тогучинского райпо является обеспечение жителей Тогучинского района Новосибирской области товарами народного потребления, в частности, собственного производства.

В контексте стратегического развития организация выделяет следующие направления для дальнейшего роста:

1. Расширение сети торговых точек путем увеличения охвата основных рынков, а также за счет органического роста или закрытия точек в наименее развитых населенных пунктах.

2. Создание высокого уровня приверженности к продукции предприятий, входящих в кооперацию.

3. Достижение лидирующих позиций в населенных пунктах с активными конкурентами.

В процессе SWOT-анализа были выделены недостатки и сильные стороны деятельности Тогучинского райпо (табл. 1).

Таблица 1

Матрица SWOT-анализа Тогучинского райпо

Сильные стороны (S)	Слабые стороны (W)
Наличие производства и собственной продукции. Наличие собственной недвижимости для размещения магазинов. Лицензированный товар	Проблемы с качеством собственной продукции. Цена в среднем выше, чем у конкурентов. Отсутствие рекламы. Слабый/отсутствующий интернет в селах не позволяет вводить автоматизацию и работать по безналичному расчету. Высокая текучесть и нехватка кадров. Необучаемость кадров в силу возраста. Неэффективное использование производственных мощностей. Низкая конкурентоспособность. Высокая степень износа основных средств
Возможности (O)	Угрозы (Т)
Расширение производства и реализации. Вывод собственной продукции на рынки региона. Рациональное использование ресурсов. Получение субсидий от государства	Закрытие торговых точек из-за появления рядом сетевых магазинов. Изменение системы налогообложения в 2025 году

В настоящее время в Тогучинском райпо имеется разработанная стратегия развития потребительской кооперации Тогучинского района и план мероприятий по ее реализации на 2022–2026 годы. В результате проведенного исследования можно сделать вывод, что система стратегического планирования в организации является неэффективной и требует корректировки так же, как и стратегия развития райпо.

На данном этапе положение Тогучинского райпо весьма нестабильно, организация нередко сталкивается с проблемами. Во-первых, это постоянные затраты, такие как расходы на доставку товаров в отдаленные пункты, наем истопников в сельские магазины в зимний период и так далее. Во-вторых, прогнозирование увеличения товарооборота в вымирающих населенных пунктах

весьма затруднительно. Организации требуется регулярно проводить анализ внешней и внутренней среды, чтобы сохранить уже существующие конкурентные преимущества, а также создавать новые.

Наиболее подходящей базовой стратегией для Тогучинского райпо является стратегия укрепления позиций на рынке. В качестве дополнительной стратегии можно применить стратегию снижения затрат. Стратегия укрепления позиций на рынке заключается в поиске возможностей для увеличения объемов производства и продаж в пределах одного рынка [1]. Иными словами, организация стремится укрепить свои позиции на существующем рынке путем увеличения объема продаж. Основные направления и действия в соответствии с обозначенной стратегией развития райпо представлены в табл. 2.

Таблица 2

Стратегия развития

Факторы	Задачи	Действия
Основная стратегия — укрепление позиций на рынке		
Ценовая политика	Скорректировать уровень цен	1. Установить шкалу скидок и надбавок к среднему уровню цен. 2. Стимулировать сбыт льготными ценами и скидками. 3. Установить минимальные цены в сегменте товаров собственного производства. 4. Учитывать изменения на рынке, меняя цены в зависимости от структуры спроса, сезонности, конкурентной ситуации и т. д. 5. Провести рекламную кампанию
Репутация	Сохранять связь с постоянными покупателями, создавать позитивный социально-значимый имидж	1. Иметь индивидуальный подход к покупателю. 2. Своевременно решать возникающие проблемы покупателей. 3. Уведомлять о ближайших акциях и скидках. 4. Дарить подарки/бонусы за определенные виды покупок. 5. Разработать фирменный стиль оформления торговых точек. 6. Работать с отзывами и предложениями. 7. Создать лояльную группу клиентов для продвижения с помощью «сарафанного радио». 8. Упомянуть организацию в СМИ в положительном контексте
Опыт, кадры	Регулярно развивать профессиональные качества	1. Регулярно направлять персонал на курсы повышения квалификации, семинары. 2. Применять наставничество при приеме на работу нового специалиста. 3. Предоставлять социальный пакет для привлечения новых кадров. 4. Применять моральную мотивацию к работникам (похвала, создание доски почета и так далее.). 5. Применение бонусной системы (стимулирующие выплаты)

Факторы	Задачи	Действия
Сервис	Расширять сферы деятельности, улучшать качество	1. Поиск и открытие новых направлений деятельности. 2. Приобретение современного оборудования в магазины и под новые виды деятельности. 3. Освоение новых методик
Удобный график	Обеспечить доступность услуг	1. Скорректировать графики работы торговых точек в зависимости от месторасположения точки, графика работы конкурентов и т. п.
Дополнительная стратегия — снижение затрат		
Затраты	Разработка реализации программы финансового оздоровления	1. Создание мероприятий для снижения дебиторской и кредиторской задолженности. 2. Мониторинг соотношения собственных и заемных средств. 3. Согласование наличия оборудования и транспорта с объемами. 4. Исследование факторов, приводящих к потерям и списаниям товаров. 5. Автоматизация системы управления планированием и поставками товаров

Для Тогучинского районного потребительского общества оптимизация торговой деятельности будет способствовать его безубыточности и укреплению финансовой прочности. Такой подход позволит обеспечить эффективность организации и снижение цен на товары повседневного спроса.

Первоочередные инвестиционные мероприятия по развитию торговой деятельности за 2025–2029 гг.:

1. Сохранение действующей торговой сети при условии сохранения уровня компенсации части транспортных расходов по доставке товаров в отдаленные населенные пункты из областного бюджета.

2. Перевод торговых точек, размещенных в нестационарных помещениях в населенных пунктах с численностью менее 50 человек, в режим передвижной торговли.

3. Возобновление работы двух законсервированных торговых объектов.

4. Приобретение одной единицы автотранспорта для обслуживания населения в малочисленных и труднодоступных сельских населенных пунктах.

5. Проведение капитального ремонта, реконструкции, переоснащение современным холодильным и торговым оборудованием на объектах.

6. Развитие информационной системы потребительской кооперации, включающей в себя:

- автоматизацию распределительных складов и объектов торговли;
- установку в магазинах контрольно-кассовой техники нового образца, необходимой для выполнения требований ФЗ от 22.05.2003 г. № 54-ФЗ «О применении контрольно-кассовой техники при осуществлении наличных денежных расчетов и (или) расчетов с использованием электронных средств платежа»;

— внедрение электронного документооборота, необходимого для выполнения требований ряда законодательных актов РФ, касающихся системы обязательной маркировки товаров и прослеживаемости импортных товаров.

7. Эффективное использование возможностей для реализации, включая рекламу и методы стимулирования продаж.

План стратегического развития Тогучинского райпо предполагает реализацию ряда мероприятий, охватывающих различные аспекты деятельности организации (табл. 3), которые требуют определенных инвестиций, однако в конечном итоге они должны привести к укреплению конкурентных позиций и улучшению финансового состояния организации.

Таблица 3

Мероприятия по реализации стратегии развития

Мероприятия	Прогнозируемый эффект
Стимуляция сбыта льготными ценами и скидками	Увеличение продаж, привлечение новых покупателей, повышение лояльности
Размещение рекламы на стендах и в интернете, выпуск раздаточного материала	Повышение охвата аудитории, создание положительного образа, формирование и повышение спроса на собственную продукцию, рост продаж
Проведение обучения персонала	Повышение уровня компетенции, повышение уровня сервиса, снижение текучести кадров, улучшение репутации организации
Совершенствование системы планирования	Зависимость оплаты труда от выполнения плана, минимизация отклонений от желаемых показателей
Контроль системы планирования	Оформление стратегического планирования, строгое соблюдение выбранной стратегии со стороны высшего руководства компании, а также фиксация всех устных намерений в письменном виде
Внедрение новой стратегии развития организации	Прирост выручки на 15 %

После внедрения системы стратегического планирования организация сможет контролировать оборот продукции, получить полное представление о доступных мощностях и учитывать фактическую себестоимость товарных заказов, в области маркетинга и продаж — реализовать систему управления взаимодействием с клиентами, систему многоуровневого ценообразования и скидок, в области бухгалтерии и финансового отдела — осуществлять полный учет и контроль за движением товарно-материальных ценностей организации [2].

Исходя из вышеизложенного, можно заключить, что для обеспечения эффективного долгосрочного функционирования и успешного развития организации целесообразно сосредоточить внимание на стратегическом развитии, проводить анализ внешней и внутренней среды, а также внедрять стратегический контроллинг в практику организации.

Список литературы

1. Кубарь М. А. Стратегии развития организации // Экономика и социум. — 2021. — № 6-1 (85). — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/strategii-razvitiya-organizatsii> (дата обращения: 13.01.2025).
2. Суржиков, М. А. Формирование стратегии роста и развития торгового предприятия / М. А. Суржиков, С. В. Грицунова, Ю. А. Седых // Вестник Алтайской академии экономики и права. — 2023. — № 10–3. — С. 422–426.

Сведения об авторах

Стребкова Лидия Николаевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры торгового дела и рекламы, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: streln@sibupk.onmicrosoft.com.

Саначин Виталий Петрович, обучающийся, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: aigan9327@mail.ru.

Strebkova Lidiya N., Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Department of Trade and Advertising, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26, e-mail: streln@sibupk.onmicrosoft.com.

Sanachin Vitaly P., Student, Siberian university of consumer cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk, Russia; 630087; e-mail: aigan9327@mail.ru.

Суровцева В. А., Баркова С. А.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ: СОСТОЯНИЕ И ПРОБЛЕМЫ

В статье рассматривается эффективность деятельности потребительской кооперации с учетом стратегических приоритетов. Цель исследования — оценить динамику показателей эффективности системы потребительской кооперации и на основе результатов анализа выявить резервы роста долгосрочного развития. Исследование базируется на использовании традиционных методов статистики. По результатам анализа выявлены негативные тенденции и предложены пути решения проблем. В качестве основного инструмента роста эффективности деятельности рассматривается необходимость управления затратами.

Ключевые слова: потребительская кооперация, стратегия развития, эффективность деятельности, оценка эффективности, индикаторы эффективности.

Surovtseva V. A., Barkova S. A.

Siberian University of Consumer Cooperation

OPERATIONAL EFFICIENCY OF CONSUMER COOPERATION IN MODERN CONDITIONS: STATUS AND PROBLEMS

The article examines the effectiveness of consumer cooperation activities, taking into account strategic priorities. The purpose of the study is to evaluate the dynamics of the performance indicators of the consumer cooperation system and, based on the results of the analysis, identify reserves for long — term development growth. The research is based on the use of traditional statistical methods. Based on the results of the analysis, negative trends have been identified and ways to solve problems have been proposed. The need for cost management is considered as the main tool for increasing business efficiency.

Keywords: consumer cooperation, development strategy, efficiency, efficiency assessment, efficiency indicators.

Введение. В условиях усиления рыночной конкуренции и негативного влияния ряда объективных факторов для организаций системы потребительской кооперации актуальной становится проблема долгосрочного развития. В свою очередь, процесс долгосрочного развития опирается на эффективность деятельности, которая выступает в данном контексте индикатором достижения целевых ориентиров. Поэтому система управления должна быть заточена не только на формирование эффекта от результатов деятельности, но и на рост показателей эффективности как обязательное условие дальнейшего развития. Таким образом, оценка эффективности деятельности необходима для поиска новых управленческих решений, нацеленных на использование выявленных резервов роста.

Цель исследования — оценить динамику показателей эффективности системы потребительской кооперации и на основе результатов анализа выявить резервы роста в рамках долгосрочной стратегии развития.

Для достижения цели сформулированы следующие задачи:

- 1) выбор системы показателей эффективности;
- 2) анализ эффективности деятельности системы потребительской кооперации;
- 3) выявление проблем и резервов развития системы потребительской кооперации.

Научная новизна заключается в оценке эффективности в контексте достижения целевых ориентиров развития потребительской кооперации.

Исследование базируется на использовании традиционных методов статистики, таких как наблюдение, сравнение, методы анализа динамических рядов, метод коэффициентов и другие.

Информационной базой послужили данные ведомственной статистики Центросоюза Российской Федерации за 2018–2023 годы, а также результаты исследований российских ученых.

Результаты. Потребительская кооперация Российской Федерации как социально ориентированная система выполняет социальную миссию, в рамках которой обслуживает сельское население в отдаленных и труднодоступных районах. Содержание мелких магазинов или организация доставки материальных благ потребителям не обеспечивает формирование прибыли, но повышает качество жизни сельских жителей. Поэтому подходы к оценке эффективности системы потребительской кооперации должны учитывать многоотраслевой характер ее деятельности и необходимость реализации социальной миссии.

Дуализм в деятельности системы побуждает использовать комплексный подход, в рамках которого рекомендуется выделять три области исследования эффективности [3]:

- 1) целеполагание (эффективность управления, эффективность деятельности, эффективность процесса принятия решений);
- 2) управление достижениями (эффективность инвестиций, эффективность стратегии);
- 3) управление ресурсами (эффективность использования ресурсов, эффективность использования затрат, эффективность факторов производства).

Использование комплексного подхода позволяет провести всестороннюю оценку деятельности организаций потребительской кооперации, результаты которой должны учитываться при разработке и корректировке стратегии развития. Следует отметить, что данный подход вносит ограничения для внешних пользователей, так как базируется на доступе ко всему объему внутренней информации, часть которой является конфиденциальной. В первую очередь комплексный подход ориентирован на оценку конкретного субъекта хозяйствования, входящего в систему потребительской кооперации. Если речь идет об оценке системы в целом, то возникают ограничения, связанные с особенностями формирования ведомственной финансовой отчетности. Так, финансовые отчеты всех организаций аккумулируются в Центросоюзе РФ для обобщения

деятельности системы в целом. В публичном поле представлены сводные данные в региональном разрезе по тому кругу показателей, который Центросоюз РФ рассматривает как значимый. В связи с этим часть важной исходной информации не представлена, что заставляет искать альтернативные или ограниченные способы оценки эффективности.

В рамках поставленной цели исследования для анализа эффективности используем систему показателей из Программы развития потребительской кооперации системы Центросоюза Российской Федерации на 2023–2027 годы (далее — Программа). В число значимых целевых показателей долгосрочного развития включены такие, как объемы деятельности в разрезе ключевых отраслей деятельности потребительской кооперации. Так, Программа предусматривает рост совокупного объема деятельности за пятилетку до 1248,2 млрд руб. Данные по структуре прогнозируемого хозяйственного портфеля представлены на рис. 1 [1].

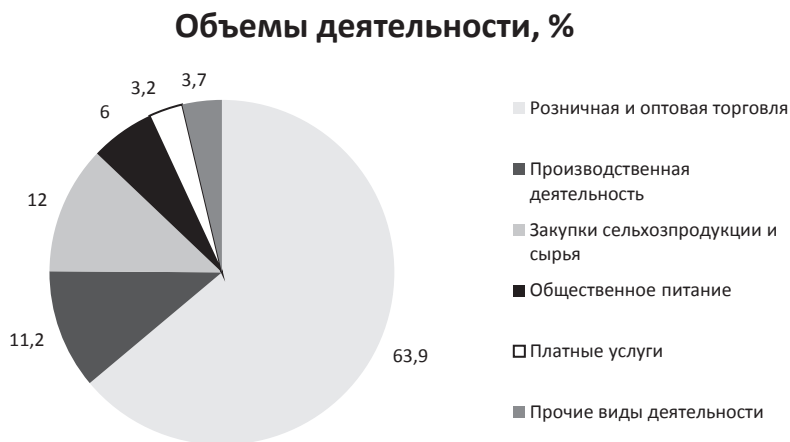


Рис. 1. Прогнозируемая структура хозяйственного портфеля системы Центросоюза РФ на 2023–2027 гг., %

Как видно из данных диаграммы, в структуре хозяйственного портфеля традиционно доминирует торговля, что составляет 63,9 % совокупного объема деятельности. На втором месте с практически равными пропорциями расположились производственная и заготовительная деятельность. В стратегии большое внимание уделяется наращиванию объемов по данным видам деятельности.

Рассмотрим динамику основных показателей системы Центросоюза за 2018–2023 годы в разрезе целевых показателей Программы (табл. 1) [4].

Как видно из данных табл. 1, за анализируемый период произошло снижение совокупного объема деятельности на 2,5 %.

Таблица 1

**Динамика основных показателей деятельности
системы Центросоюза РФ за 2018–2023 гг.**

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Темп роста за период, %
Совокупный объем деятельности, млрд руб., в том числе:	209,2	189,6	183,4	190,0	200,7	204,0	97,5
— оборот розничной и оптовой торговли, млрд руб.	137,0	122,3	122,6	123,6	127,6	127,2	92,8
— объем промышленной продукции, млрд руб.	20,9	19,0	18,1	18,9	21,6	22,0	105,3
— объем заготовительной деятельности, млрд руб.	24,7	22,6	21,5	22,6	24,4	25,5	103,2
— оборот общественного питания, млрд руб.	13,7	13,0	9,2	11,4	12,4	13,6	99,3
— объем платных услуг, млрд руб.	5,0	5,2	4,9	5,7	6,5	7,3	146,0
— прочие виды деятельности, млрд руб.	7,8	7,6	7,2	7,7	8,0	8,3	106,4
Число потребительских обществ, ед.	2197	2095	1997	1927	1827	1775	80,8
Численность пайщиков, тыс. чел.	1470	1293	1199	1123	1046	969	65,9
Средняя численность работников, тыс. чел.	115,0	103,0	91,8	84,8	80,5	75,2	65,4

В целом выявлена устойчивая тенденция снижения объемов деятельности за 2018–2020 гг. Однако 2021 год стал переломным, и в дальнейшем наметился тренд роста объемов деятельности в отраслевом разрезе. В 2023 году заметны структурные сдвиги в пользу производственной и заготовительной деятельности.

Базовая организационная форма в потребительской кооперации — это потребительское общество. Намети́лась негативная тенденция сокращения их числа. Если в 2018 г. их число составляло 2197 единиц, то уже в 2023 г. произошло снижение до 1775 единиц, что ниже уровня 2018 г. на 19,2 %. Еще более значимы потери численности пайщиков. За анализируемый период их численность снизилась на 34,1 % и составила 996 тыс. человек. Также снижается среднесписочная численность работников, занятых в системе потребительской кооперации.

Рассмотрим структурные сдвиги в хозяйственном портфеле для оценки соответствия целевым показателям (табл. 2) [4].

Таблица 2

**Структура хозяйственного портфеля системы Центросоюза РФ
за 2018–2027 гг.,%**

Показатели	Факт 2018 – 2022 гг.	Факт 2023 г.	Прогноз 2023 – 2027 гг.	Изменение (прогноз 2023/2027 – факт 2018/2022)	Изменение (прогноз 2023/2027 – факт 2023)
Совокупный объем деятельности, в том числе:	100,0	100,0	100,0	–	–
— оборот розничной и оптовой торговли	65,2	62,3	63,9	–1,3	+1,6
— объем промышленной продукции	10,1	10,8	11,2	+1,1	+0,4
— объем заготовительной деятельности	11,9	12,5	12,0	+0,1	–0,5
— оборот общественного питания	6,1	6,7	6,0	–0,1	–0,7
— объем платных услуг	2,8	3,6	3,2	+0,4	–0,4
Прочие виды деятельности	3,9	4,1	3,7	–0,2	–0,4

Как видно, в Программе на 2023–2027 гг. целевая отраслевая структура сформирована с учетом стратегических приоритетов и тенденций прошлых периодов (за 2018–2022 гг.). По-прежнему доминирующая доля отведена торговле. Запланировано наращение объемов деятельности по производственной и заготовительной деятельности, а также по платным услугам. Согласно Программе сокращается доля объемов по прочим видам деятельности.

В структуре объемов деятельности за 2023 год, с которого начинается реализация Программы, имеются отклонения от целевых параметров Программы. Сохранение этих тенденций не позволит достичь установленных целевых ориентиров. Так, в 2023 году возросла доля прочих видов деятельности. В состав объемов деятельности по данной позиции входят также доходы от сдачи имущества в аренду.

В системе потребительской кооперации уже давно сложилась негативная тенденция передачи объектов недвижимости в аренду вместо организации операционных процессов, что особенно характерно для розничной торговли. Это сопровождается сокращением штата работников в районных потребительских обществах, что не способствует развитию торговли [5]. Как следствие, коммерческие идеи начинают вытеснять социальную миссию потребительской кооперации. О снижении численности работников свидетельствуют данные табл. 1. Например, за 2018–2023 гг. численность работников системы потребительской кооперации снизилась на 35 % и составила в 2023 году только 75,2 тыс. человек. При этом в Программе заложено целевое значение численности в размере 80,3 тыс. чел. Как видим, данные за 2023 год остаются в негативном тренде, что при сохранении тенденций не позволит достичь целевых ориентиров [1].

Аналогичная ситуация сложилась по численности пайщиков, которые по действующему законодательству являются собственниками потребительского общества. Сложилась устойчивая тенденция сокращения их численности с 1470 тыс. чел. в 2018 году до 969 тыс. чел. в 2023 году, или на 34,1 %. В целевых показателях Программы численность пайщиков к концу 2027 года должна составить 2035 тыс. человек [1]. Это превышает показатели 2023 года более чем в 2 раза. Следовательно, в данном направлении в системе не прилагались усилия по достижению целевых параметров Программы, что свидетельствует о низкой эффективности работы по кооперированию населения.

Для достижения целевых объемов деятельности необходимо наращивать материально-техническую базу. Однако количество объектов материально-технической базы по всем отраслям устойчиво сокращается. Например, по розничной торговле сокращается как общее число магазинов, так и количество действующих объектов. Так, за 2018–2020 гг. доля действующих магазинов в общей численности сократилась с 62,2 % в 2018 году до 58 % в 2020 году [2].

В последующие годы негативная тенденция сохранилась. Например, в 2023 году общее количество магазинов розничной торговли составило 22 725 единиц. Из них только 55 % магазинов являются действующими, 27,4 % закрыты, а 17,6 % сданы в аренду. В 2018 году доля магазинов розничной торговли, переданных в аренду, была ниже и составляла 16,4 % [4].

Следовательно, при сохранении тенденций 2023 года многие показатели деятельности не достигнут целевых стратегических параметров, запланированных в Программе.

Для углубления анализа рассмотрим динамику и структуру финансовых результатов по системе Центросоюза РФ (табл. 3).

Таблица 3

**Динамика финансовых результатов в отраслевом разрезе по системе
Центросоюза РФ за 2018–2023 гг., млн руб.**

Показатели	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2023 г.	Темп роста за период, %
Всего, в том числе:	+2170,5	+2098,7	+2625,4	+4705,6	+5401,3	+4826,6	222,4
— розничная торговля	– 599,4	– 603,1	+203,0	+272,6	+553,9	+171,6	228,6
— оптовая торговля	+48,6	+34,6	+56,4	+46,8	+132,6	+84,4	173,7
— промышленность	+440,2	+287,6	+343,5	+494,2	+821,1	+657,5	149,4
— заготовки	+23,2	+35,8	+43,1	+67,9	+93,8	+55,4	404,3
— общественное питание	+188,8	+157,7	– 183,5	+317,7	+289,2	+432,0	228,8
— бытовые услуги	+99,5	+116,3	+210,9	+216,7	+697,2	+939,9	944,6
Прочие виды деятельности	+1970,6	+2069,8	+1952,0	+3289,7	+2813,5	+2485,8	126,1

На основе данных табл. 3 можно сделать выводы об увеличении объема прибыли по всем видам деятельности системы Центросоюза РФ. Существенный рост финансовых результатов наблюдается по итогам 2021 и 2022 годов. При этом за анализируемый период максимальный рост чистой прибыли сформировался по таким отраслям деятельности, как бытовые услуги (в 9,4 раза), заготовки (в 4 раза), общественное питание (в 3,2 раза).

Отраслевая структура финансового результата за 2023 год представлена на рис. 2.



Рис. 2. Отраслевая структура финансового результата по системе Центросоюза РФ за 2023 год

Как видно из диаграммы, значительную долю чистой прибыли приносят прочие виды деятельности, включая сдачу имущества в аренду. В общем объеме прибыли они составляют 51,5 %. На втором месте по размеру прибыли находятся бытовые услуги (19,5 %). Минимальный объем чистой прибыли в совокупный результат приносят такие традиционные виды деятельности потребительской кооперации, как розничная и оптовая торговля, а также заготовки. Вместе с тем в стратегии развития заложено развитие заготовительной деятельности, которая встроена в технологическую отраслевую цепочку. Поэтому проблема наращивания прибыли от заготовительной деятельности остается актуальной для системы потребительской кооперации.

Оценим эффективность деятельности системы Центросоюза РФ за анализируемый период (табл. 4).

Данные таблицы свидетельствуют о росте рентабельности по всем видам деятельности. Однако доходность в разрезе отраслей деятельности сильно отличается. Так, в традиционных отраслях наблюдается крайне низкая рентабельность деятельности. Например, за 2023 год в розничной торговле сложился

уровень рентабельности в размере 0,14 %, что ниже совокупного уровня в 17 раз. Также крайне низка рентабельность заготовительной деятельности — 0,22 %, в оптовой торговле — 0,96 %. И наоборот, очень высокая рентабельность по прочим видам деятельности.

Таблица 4

**Показатели рентабельности системы Центросоюза РФ
в отраслевом разрезе за 2018–2023 годы**

Показатели	2018 год			2023 год			Изменение (+, –), %
	объем продаж, млн руб.	чистая прибыль, млн руб.	рентабель- ность, %	объем продаж, млн руб.	чистая прибыль, млн руб.	рентабель- ность, %	
Всего, в том числе:	209 246	2170,5	1,04	203 953	4826,6	2,37	+1,33
— розничная торговля	127 744	–599,4	–0,47	118 442	171,6	0,14	+0,61
— оптовая торговля	9276	48,6	0,52	8805	84,4	0,96	+0,44
— промышлен- ность	20 943	440,2	2,10	21 979	657,5	3,00	+0,90
— заготовки	24 713	23,2	0,09	25 525	55,4	0,22	+0,13
— общественное питание	13 685	188,8	1,38	13 615	432,0	3,17	+1,79
— бытовые услуги	5044	99,5	1,97	7254	939,9	13,00	+11,03
Прочие виды деятельности	7841	1970,6	25,10	8332	2485,8	29,80	+4,70

По итогам 2023 года она составила 29,8 %. Вместе с тем в стратегии развития до 2027 года уделяется внимание развитию именно традиционных видов деятельности, которые генерируют низкий уровень рентабельности.

Заключение. Цель анализа эффективности деятельности — это выявление тенденций, которые необходимо учитывать при корректировке долгосрочной стратегии развития. Проведенный анализ позволяет сделать ряд обобщающих выводов:

1) в 2023 году совокупный объем деятельности, оборот торговли и общественного питания не достигли уровня 2018 года;

2) сложилась крайне негативная тенденция снижения числа потребительских обществ, среднесписочной численности работников и численности пайщиков. Перечисленные показатели в 2023 году существенно отклоняются от целевых значений, установленных в Программе на 2023–2027 годы;

3) в структуре хозяйственного портфеля за 2023 год доля торговли и выпуска промышленной продукции ниже целевых значений. При этом доля прочих видов деятельности превышает установленные значения. Рост объемов

по прочим видам деятельности связан с экономическими и организационными преимуществами сдачи объектов материально-технической базы в аренду. Это подтверждает уровень рентабельности за 2023 год, равный 29,8 %, что на порядок выше среднего значения по системе Центросоюза РФ;

4) наметился рост финансовых результатов по всем видам деятельности. Однако объем чистой прибыли по основным отраслям деятельности крайне мал. Как следствие, по итогам 2023 года рентабельность торговли составила лишь 0,20 % при объеме продаж 63,9 % в общей выручке.

Таким образом, низкий уровень рентабельности по системе в целом связан с недостаточным потоком прибыли в основных отраслях деятельности, которые доминируют в общей структуре выручки. При сохранении сложившихся тенденций целевые стратегические значения важнейших показателей Программы не будут достигнуты. Проблема заключается в объеме и структуре затрат. В связи с этим целесообразно проводить углубленный анализ затрат по экономическим элементам по каждой отрасли деятельности для выявления резервов экономии. Такой анализ опирается на поток внутренней информации. Поэтому в потребительских обществах эта работа должна быть организована на регулярной основе. Кроме того, развитие отдельных отраслей деятельности зависит от исходных условий бизнес-среды, которые необходимо изучать инструментами стратегического анализа. Полученные результаты позволяют гибко реагировать на внешние изменения. Совокупность управляющих воздействий позволит увеличить объемы прибыли и повысить эффективность деятельности организаций системы потребительской кооперации.

Список литературы

1. Ильина, Л. И. Роль инновационных проектов потребительской кооперации в реализации Стратегии пространственного развития России / Л. И. Ильина, Н. В. Ружанская, С. В. Бокова // Экономика и предпринимательство. — 2024. — № 9. — С. 45–49.
2. Капелюк, З. А. Интеграция как основа социально-экономического развития потребительской кооперации / З. А. Капелюк, В. А. Суровцева, С. Д. Капелюк, Е. Н. Лищук // Вестник НГИЭИ. — 2022. — № 7 (134). — С. 74–92. DOI: 10.24412/2227-9407-2022-7-74-92.
3. Махиненко, Е. А. Эффективность деятельности организаций потребительской кооперации и совершенствования инструментария ее оценки: экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами — сфера услуг) : автореф. дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Е. А. Махиненко; Белгород : Белгородский университет кооперации, экономики и права, 2013. — 26 с.
4. Основные показатели социально-экономической деятельности ПК (2018–2023 гг.). — URL: <http://docs.sibupk.su/%D1%F2%E0%F2%E8%F1%F2%E8%EA%E0/2024/> (дата обращения: 30.01.2025).

5. Пахомкин, А. Н. О проблемах потребительской кооперации в предпринимательской среде современной России / А. Н. Пахомкин, Э. А. Арустамов, В. А. Коленова // Интернет-журнал «Отходы и ресурсы». — 2019. — № 3. — URL: <https://resources.today/PDF/13ECOR319.pdf>. DOI: 10.15862/13ECOR319.

Сведения об авторах

Суровцева Вера Александровна, доцент кафедры менеджмента, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: managem@sibupk.nsk.su.

Баркова Светлана Алексеевна, канд. экон. наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: managem@sibupk.nsk.su.

Surovtseva Vera A., Associate Professor of the Department of Management, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk, Russia; 630087; e-mail: managem@sibupk.nsk.su.

Barkova Svetlana A., Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk, Russia; 630087; e-mail: managem@sibupk.nsk.su.

Тресницкий А. Б., Качан Н. А., Моренко А. А.

Белгородский университет кооперации, экономики и права

О ПРОБЛЕМАХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ СВОБОДНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗОНЫ НА СЕЛЬСКИХ ПРИГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

В последнее время экономика Белгородской области претерпела значительные изменения в результате сложной оперативной обстановки, вызванной проведением специальной военной операции. С учетом географического положения Белгородской области, имеющей общую границу с Украиной, множество предприятий и организаций получили серьезные повреждения или были полностью разрушены в результате обстрелов. В результате остановки производства, сокращения численности сотрудников предпринимательской деятельности приграничным экономическим субъектам нанесен ущерб. Юридические лица и ИП столкнулись с новыми вызовами и проблемами, что потребовало от них оперативной адаптации и поиска альтернативных решений. Изменение ситуации, вызванное проведением СВО, повысило инвестиционные риски для ряда сельских приграничных территорий. Благодаря усилиям правительства РФ и региональных властей экономическим субъектам постоянно предоставлялась консолидированная поддержка бизнесу, который пострадал от обстрелов. В последнее время власти региона активно занимаются вопросом обеспечения работы свободной экономической зоны (СЭЗ), которая будет функционировать в некоторых сельских приграничных муниципалитетах. В перспективе, рассчитанной на длительный срок, создание СЭЗ в Белгородской области позволит восстановить организации и предприятия, пострадавшие от обстрелов, и будет способствовать росту объемов производства и созданию новых рабочих мест.

Ключевые слова: Белгородская область, свободная экономическая зона, инвестиции, организация, льготы, налоги, взносы.

Tresnitsky A. B., Kachan N. A., Morenko A. A.

Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

THE PROBLEMS OF FUNCTIONING OF THE FREE ECONOMIC ZONE IN RURAL BORDER TERRITORIES OF BELGOROD REGION

Recently, the economy of Belgorod Region has undergone significant changes as a result of the difficult operational situation caused by the special military operation. Given the geographical location of Belgorod Region, which has a common border with Ukraine, many enterprises and organizations were seriously damaged or completely destroyed as a result of shelling. As a result of the shutdown of production, reduction in the number of employees, and entrepreneurial activity, border economic entities suffered damage. Legal entities and individual entrepreneurs faced new challenges and problems, which required them to quickly adapt and search for alternative solutions. The change in the situation caused by the SVO increased investment risks for a number of rural border areas. Thanks to the efforts of the Russian government and regional authorities, economic entities were constantly provided with consolidated support for businesses that suffered from shelling. Recently, the regional authorities have been actively engaged in the issue of ensuring the operation of a free economic zone (FEZ), which will operate in some rural border municipalities. In the long-term perspective, the creation of a FEZ in the Belgorod region will allow the restoration of organizations and enterprises affected by the shelling, and will contribute to the growth of production volumes and the creation of new jobs.

Keywords: Belgorod region, free economic zone, investments, organization, benefits, taxes, fees.

1 июля 2024 года Президентом России В. В. Путиным подписан закон, санкционирующий введение налоговых льгот для участников свободной экономической зоны (СЭЗ), которая будет образована на некоторых территориях в Белгородской, Брянской и Курской областях [1].

Свободная экономическая зона (СЭЗ) представляет собой территорию, обладающую уникальным юридическим статусом по сравнению с остальными регионами страны. Участниками СЭЗ могут быть как юридические лица, так и индивидуальные предприниматели (ИП), чьи земельные участки расположены на приграничной территории, а также предприятия, которые пострадали от обстрелов и разрушений.

Предприниматели Белгородской, Курской и Брянской областей, пострадавшие от вооруженной агрессии, рассматривают этап практического создания свободной экономической зоны как средство спасения своего бизнеса, в то время как экономические эксперты анализируют этот процесс с более широкой перспективой.

27 сентября 2024 года премьер-министром Михаилом Мишустинным было утверждено постановление Правительства № 1314 о расширении свободной экономической зоны в отдельных районах Белгородской, Брянской и Курской областей [2].

В свою очередь, губернатор Белгородской области Вячеслав Гладков одобрил и утвердил все необходимые региональные нормативные правовые акты, регулирующие механизм создания и функционирования свободных экономических зон приграничных муниципалитетов, в том числе в сельской местности, соседствующей с зоной проведения специальной военной операции [3].

В Белгородской области в состав свободной экономической зоны могут быть включены земельные участки, расположенные под предприятиями в семи приграничных районах: Красноружском, Борисовском, Грайворонском, Белгородском, Шебекинском, Валуйском, включая сельские поселения и в самом городе Белгороде.

Стоит отметить, что на сегодняшний день свободная экономическая зона в Белгородской области формируется исключительно для действующих инвесторов. В этой связи резидентами СЭЗ могут стать только те хозяйствующие субъекты, которые уже осуществляют свою деятельность в данном регионе. У новых организаций и предпринимателей пока нет возможности стать участниками проекта и, следовательно, они не имеют права на вступление в свободную экономическую зону.

Согласно региональным нормативно-правовым документам, функционирование свободной экономической зоны в Белгородской области началось с 16 октября 2024 года. С этого момента открыт прием заявок от организаций и предпринимателей на участие в СЭЗ [3].

Основные критерии для регистрации предприятий, организаций и ИП в число участников свободной экономической зоны:

- юридическое лицо или его филиал, а также индивидуальный предприниматель должны быть зарегистрированы на территории Белгородской области как в районных центрах, так и в сельской местности до момента подписания

законодательных и нормативных актов о создании СЭЗ на территории указанной агломерации;

— объем капитальных вложений в течение первых трех лет деятельности на территории СЭЗ должен составлять не менее 3 млн руб. При этом реализация инвестиционного проекта должна быть сконцентрирована по одному из следующих направлений:

1) приобретение или создание новых объектов основных средств и дальнейшая их эксплуатация;

2) модернизация действующих объектов основных средств;

3) восстановление функциональных характеристик объектов основных средств;

— показатель среднесписочной численности работников у индивидуального предпринимателя или у организации должен составлять не менее 80 % от показателя, зафиксированного на конец I квартала 2023 года. Это означает, что для вступления в специальные экономические зоны не будут допускаться экономические субъекты, которые на протяжении последних лет массово увольняли своих работников из-за обстрелов, а также в связи с разрушениями производственных помещений в результате вражеских атак.

К участникам СЭЗ предъявляются определенные требования в зависимости от месторасположения организации или ИП, объединенных в три основные группы.

К первой группе относятся организации, деятельность которых осуществляется в приграничных муниципальных образованиях Белгородского, Борисовского, Волоконовского, Краснояружского районов, а также Шебекинского; Грайворонском и Валуйском округах, включая сельские территории.

Если земельный участок расположен в приграничном муниципалитете, организация осуществляла свою деятельность до 1 января 2024 года включительно и продолжает по-прежнему работать, то у нее есть возможность заключения договора на весь период проведения специальной военной операции (СВО), который продолжит свое действие еще в течение трех лет после ее завершения.

Вторая группа включает действующие организации, расположенные в районных центрах и в сельской местности Белгородской области, чье имущество уже пострадало в ходе проведения СВО. Важным условием является то, что земля должна находиться в регионе, а также обязательное предоставление документов, подтверждающих наличие ущерба, причиненного экономическому субъекту. Для таких организаций и ИП договор будет заключаться на период проведения СВО и на три года после его завершения.

Третья группа — это бизнес в приграничных районах, которому причинен ущерб в ходе проведения специальной военной операции. Земельный участок должен располагаться в приграничных муниципалитетах или в пределах Белгородской области, если владелец бизнеса намеревается перенести производство. Таким организациям также потребуется документально подтвердить наличие причиненного им ущерба. В таком случае срок действия договора участия организации или ИП в СЭЗ составляет до 10 лет.

Однако не все юридические лица или ИП могут стать резидентами особой экономической зоны и воспользоваться предоставляемыми ею конкурентными преимуществами. Это обусловлено ограничениями по видам деятельности,

которые не разрешены для осуществления коммерческими организациями и ИП в специальных экономических зонах. К их числу относятся организации, занимающиеся добывающим производством, производящие подакцизные товары, а также компании, предоставляющие финансовые и консалтинговые услуги. Кроме того, льготный налоговый режим не будет доступен для продавцов автомобилей, станций технического обслуживания, страховых компаний, домашних хозяйств с наемными работниками, а также организаций, занимающихся азартными играми и иных подобных структур.

В таблице представлены льготы и преференции, заключающиеся в снижении ставок по определенным налогам и взносам, которые могут получать участники СЭЗ, действующей в Белгородской области, включая территории сельской местности. Кроме того, участники смогут воспользоваться ускоренной амортизацией объектов основных средств — законным методом налоговой оптимизации для хозяйствующих субъектов.

Льготы и преференции, предусмотренные для участников специальной экономической зоны в Белгородской области

Налог	Ставка на территории СЭЗ	Особенности применения льгот на территории СЭЗ
Налог на прибыль	0 %	— в федеральный бюджет — 0 % в течение 10 лет с момента получения прибыли; — в региональный бюджет — 0 % на период действия договора; — ускоренная амортизация в отношении основных средств с коэффициентом 2
Страховые взносы	7,6 %	— в течение 5 лет, при условии выполнения среднеквартальных показателей: — по средней численности работников; — по средней заработной плате; — начиная с 6 года льготы предоставляются в пределах объема осуществленных капитальных вложений
Налог на имущество	0 %	— в течение 10 лет с момента заключения договора (с момента его принятия на учет)
Земельный налог	0 %	— 3 года с месяца возникновения права собственности на земельный участок (с момента возникновения права собственности на земельный участок)

Чтобы получить статус участника СЭЗ, хозяйствующему субъекту требуется пройти несколько этапов. Прежде всего, земельный участок, на котором расположены активы организации, необходимо включить в состав свободной экономической зоны. Затем следует получить одобрение инвестиционного проекта в профильном совете. После этого нужно заключить договор с территориальными органами власти об условиях деятельности в свободной экономической зоне. Далее участнику СЭЗ необходимо строго придерживаться всех нормативных требований, поскольку есть риск утратить льготы и преференции.

Юридические лица и ИП, получившие статус участников СЭЗ, должны ежеквартально отчитываться Министерству экономического развития и промышленности Белгородской области о деятельности, а также о выполнении условий договора. С целью осуществления контроля специалисты данного ведомства могут проводить выездной мониторинг. В случае невыполнения обязательств по договору предприниматель утрачивает статус участника СЭЗ, возмещает государству предоставленные льготы и уплачивает штраф в размере 5 % от суммы неисполненных капитальных вложений.

В заключение следует сказать о том, что особой экономической зоной признается территория, предоставляющая бизнесу определенные преимущества и льготы.

Одним из преимуществ СЭЗ является государственная поддержка предпринимателей, деятельность которых осуществляется в условиях специальной военной операции на приграничных с Украиной территориях. Средства, сэкономленные на уплате налогов и сборов по пониженным ставкам, организации и ИП смогут направить на социальную поддержку своих работников, которые проявили мужество, выполняя свои трудовые функции в опасных условиях на благо экономического развития региона и страны. Прежде всего это касается экономических субъектов сферы производства.

Создание СЭЗ способствует развитию регионов, инфраструктуры рядом с ней. Такие нововведения позволяют предпринимателям снизить финансовые расходы, нарастить объемы производства, сохранить имеющиеся и создать новые рабочие места. Помимо этого, режим СЭЗ поможет обеспечить население приграничных районов необходимыми товарами и услугами, особенно на сельских территориях.

Важно подчеркнуть, что создание в Белгородской области свободной экономической зоны, скорее всего, не привлечет значительных сторонних инвестиций, тем не менее, может стимулировать местный бизнес. Льготы, предоставляемые в рамках этого режима, способны мотивировать предпринимателей к модернизации производства, а в некоторых случаях — к расширению его масштабов.

Помимо преимуществ, режим свободной экономической зоны в Белгородской области имеет и свои недостатки, которые не всегда заметны с первого взгляда. Во-первых, создавать новые рабочие места для оценки инвестиционного проекта в настоящее время нецелесообразно. Это не решит главной проблемы, так как люди, покинувшие регион из-за сложной оперативной ситуации, пока не спешат возвращаться на родину, в том числе на свои рабочие места.

Во-вторых, ведение раздельного учета является довольно непростой задачей. Это вызвано тем, что льготы по налогам и сборам предоставляются не всему экономическому субъекту, а лишь конкретному инвестиционному проекту.

В-третьих, сохранение 80 % сотрудников в организации связано с определенными рисками, особенно в городах Шебекино, Грайворон, а также в близлежащих к ним селах. Это связано с тем, что ситуация в этих муниципалитетах по-прежнему остается напряженной. В случае нарушения условий организации будет необходимо уплатить штраф, в то время как соинвестирование при этом не предусмотрено.

Большинство предпринимателей заранее лишены возможности стать резидентами СЭЗ, поскольку войти в нее могут только те экономические субъекты, которые непосредственно пострадали от обстрелов со стороны ВСУ.

Большое количество предприятий и организаций, а также ИП, расположенных на приграничных территориях, в том числе сельских, относятся к малому и среднему бизнесу и применяют упрощенную систему налогообложения. Это подразумевает, что рассчитывать им на вступление в СЭЗ не придется. Тем не менее, для некоторых коммерческих организаций и ИП это может стать шансом возобновить производство или перенести его в другой район Белгородской области.

Помимо уже осуществляемых мер с целью стабилизации экономической обстановки уполномоченный по защите прав предпринимателей в Белгородской области В. В. Епанчинцев озвучил меры поддержки для предпринимателей, которые необходимо реализовать в Белгородской области помимо режима СЭЗ:

- отменить арендные платежи и налог на имущество для предпринимателей, которые не могут пользоваться своим имуществом. В настоящее время часто встречаются организации, не имеющие возможности вести деятельность и получать прибыль, но все равно обязаны платить налоги и аренду;

- снизить арендные платежи и налог на имущество для предпринимателей, которые формально могут распоряжаться своим имуществом, но фактически утратили своих клиентов и/или работников и не имеют достаточного количества денежных средств для проведения расчетных операций с арендодателями;

- временно снизить ставку налога, уплачиваемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения;

- на некоторое время снизить ставку страховых взносов, в том числе для упрощенцев;

- сформировать специальную комиссию для оказания адресной помощи предпринимателям, которые не соответствуют общим критериям;

- компенсировать предприятиям из приграничных районов суммы уплаченного налога на доходы физических лиц — частично или полностью;

- ввести льготную ставку по ипотечному кредиту для жителей приграничных районов с целью приостановить миграцию населения.

На наш взгляд, функционирование в Белгородской области специальной экономической зоны, особенно в сельской местности, созданной по поручению президента РФ, поможет сохранить рабочие места в организациях, которые пострадали при обстрелах ВСУ, а также станет хорошей основой для улучшения экономической ситуации в регионе.

Список литературы

1. О внесении изменений в Федеральный закон «О свободной экономической зоне на территориях Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и Херсонской области» : ФЗ от 22.06.2024 № 147-ФЗ // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 10.02.2025).

2. Об особенностях функционирования свободной экономической зоны на отдельных территориях субъектов Российской Федерации, прилегающих к территориям Украины, Донецкой Народной Республики, Луганской Народной Республики, Запорожской области и (или) Херсонской области : постановление Правительства Российской Федерации от 27.09.2024 № 1314 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 11.02.2025).
3. Об утверждении Порядка функционирования свободной экономической зоны на территории Белгородской области : постановление Правительства Белгородской области от 14.10.2024 № 474-пп // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 13.02.2025).

Сведения об авторах

Тресницкий Алексей Борисович, канд. экон. наук, доцент кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики, АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 308023, Россия, г. Белгород, ул. Садовая, 116а; e-mail: kaf-bu@bukep.ru.

Качан Наталья Алексеевна, старший преподаватель кафедры бухгалтерского учета, анализа и статистики, АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 308023, Россия, г. Белгород, ул. Садовая, 116а; e-mail: kaf-bu@bukep.ru.

Моренко Анастасия Андреевна, магистрант, АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»; 308023, Россия, г. Белгород, ул. Садовая, 116а; e-mail: kaf-bu@bukep.ru.

Tresnitskiy Aleksey B., Candidate of Sciences in Economics, Associate Professor of the Department of Accounting, Analysis and Statistics, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 308023, Russia, Belgorod, Sadovaya St., 116a; e-mail: kaf-bu@bukep.ru.

Kachan Natalya A., Senior Lecturer of the Department of Accounting, Analysis and Statistics, ANO VO «Belgorod University of Cooperation, Economics and Law»; 308023, Russia, Belgorod, Sadovaya St., 116a; e-mail: kaf-bu@bukep.ru.

Morenko Anastasia A., Master's Student, Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 308023, Russia, Belgorod, Sadovaya St., 116a; e-mail: kaf-bu@bukep.ru.

Хузин Р. М.

Казанский кооперативный институт (филиала) Российского университета кооперации

Черняков М. К.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК),
Новосибирский государственный технический университет

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦЕЛЕВОЙ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ ОБРАЗОВАНИЯ

Статья рассматривает проблемы и перспективы целевой подготовки кадров в условиях цифрового развития экономики образования. Авторы анализируют текущее состояние и тенденции цифровизации высших учебных заведений, предлагая методики оценки готовности вузов к цифровой трансформации. Исследование включает анализ современных образовательных технологий и их влияние на качество образования. Особое внимание уделяется ключевым критериям цифрового развития, таким как наличие цифровой инфраструктуры, уровень цифровой грамотности и использование автоматизированных систем управления; обсуждает проблемы неравномерного цифрового развития и нехватки квалифицированных специалистов, предлагая пути их решения.

Ключевые слова: цифровизация, образование, вузы, образовательные технологии, цифровая инфраструктура, цифровая грамотность, автоматизированные системы управления.

Khuzin R. M.

Kazan Cooperative Institute (branch) of Russian University of Cooperation

Chernyakov M. K.

Siberian University of Consumer Cooperation,
Novosibirsk State Technical University

PROBLEMS AND PROSPECTS OF TARGETED PERSONNEL TRAINING IN THE CONTEXT OF THE DIGITAL DEVELOPMENT OF THE EDUCATION ECONOMY

The article examines the problems and prospects of targeted personnel training in the context of the digital development of the education economy. The authors analyze the current state and trends of digitalization of higher education institutions, offering methods for assessing the readiness of universities for digital transformation. The research includes an analysis of modern educational technologies and their impact on the quality of education. Special attention is paid to key criteria of digital development, such as the availability of digital infrastructure, the level of digital literacy and the use of automated management systems. The article also discusses the problems of uneven digital development and the shortage of qualified specialists, suggesting ways to solve them.

Keywords: digitalization, education, universities, educational technologies, digital infrastructure, digital literacy, automated management systems.

Цифровизация экономики образования становится одним из ключевых направлений развития современных образовательных систем. Внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) открывает новые возможности

для улучшения качества образовательных услуг, оптимизации управления и повышения доступности ресурсов. Однако процесс цифровой трансформации сопровождается рядом проблем, таких как неравномерное развитие в регионах, нехватка квалифицированных специалистов и ограниченные финансовые ресурсы. В данной статье рассматриваются методики оценки готовности вузов к цифровой трансформации, а также предлагаются пути решения существующих проблем.

Актуальность исследования обусловлена необходимостью адаптации образовательных учреждений к быстро меняющимся условиям цифровой экономики. Цифровизация образования требует комплексного подхода, включающего оценку текущего состояния, выявление проблемных зон и разработку стратегий их устранения. Это особенно важно в условиях глобальной конкуренции и необходимости подготовки высококвалифицированных кадров, включая систему потребительской кооперации.

Статья «Оценка готовности вузов к переходу к цифровой образовательной среде» исследует текущее состояние и тенденции развития системы высшего образования в России в контексте цифровой трансформации [1]. Авторы анализируют проблемы, с которыми сталкиваются вузы при переходе к цифровой образовательной среде, и предлагают методику оценки степени готовности вузов к цифровизации.

Статья «Рейтинговая оценка состояния цифровизации вузов» [2] посвящена анализу текущего состояния и перспектив цифровизации высших учебных заведений в Новосибирской области. В исследовании используются методы морфологического анализа, индексного, матричного и балльно-рейтингового методов для оценки уровня цифровизации вузов на основе открытых данных. Авторы предлагают методику, которая позволяет оценить уровень цифровой трансформации вузов, выделяя четыре основные сферы: управление, информационная безопасность, организация образовательного процесса, организация внеучебного процесса и профилизация.

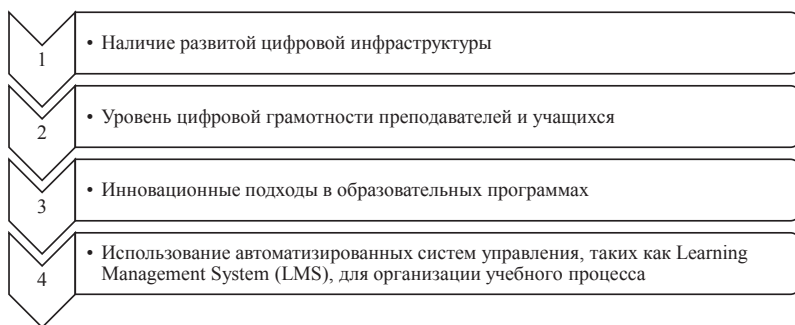
В статье [3] анализируются современные образовательные технологии, такие как смешанное обучение, ротационный метод обучения, перевернутое обучение, обучение наизнанку, эпистемические технологии обучения и импровизация. Основным методом исследования был морфологический анализ. Автор демонстрирует, что использование современных образовательных технологий способствует ускорению получения и усвоения новых знаний, что содействует совершенствованию качественного образования.

Цифровые технологии становятся основой трансформации образовательной системы и одним из главных инструментов её модернизации. Их внедрение открывает новые возможности для совершенствования процессов обучения, оптимизации управления и налаживания взаимодействия между всеми участниками образовательного процесса. Анализ уровня цифрового развития даёт возможность выявить сильные и слабые стороны в этой сфере, чтобы принимать обоснованные решения для дальнейшего совершенствования образовательной среды.

Цифровизация экономики образования подразумевает широкое внедрение информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в деятельность

образовательных учреждений. Это направлено на повышение качества образовательных услуг, упрощение управления, а также улучшение доступа к ресурсам. Современные технологии включают использование цифровых платформ для обучения, аналитических инструментов для мониторинга успеваемости студентов, а также обеспечение доступа к цифровым ресурсам для всех участников образовательного процесса.

Для определения уровня цифрового развития используются различные методики, позволяющие глубже изучить интеграцию технологий. Например, Индекс цифровой зрелости показывает, насколько эффективно цифровые инструменты используются в управленческом и образовательном процессах. Ключевые показатели эффективности (КПИ) включают такие аспекты, как степень использования ИКТ в образовательной деятельности, доля цифровых материалов в учебных программах и вовлечение студентов и преподавателей в онлайн-форматы. Также используется метод опроса, который помогает выявить отношение преподавателей, студентов и администрации к процессу цифровизации и в то же время выявить проблемные области. Оценка доступности инфраструктуры, включая Интернет, аппаратное обеспечение и специализированное программное обеспечение, позволяет понять, насколько образовательные учреждения готовы к цифровой трансформации (рисунок).



Ключевые критерии цифрового развития (составлено по [1, 2])

Опыт таких передовых стран, как Сингапур, Финляндия и Южная Корея, показывает, что для оценки цифрового уровня используются интегрированные показатели. Они учитывают инвестиции в образовательные технологии, международные рейтинги, а также сотрудничество с ИТ-компаниями для разработки новых решений.

Однако процесс анализа уровня цифровизации сталкивается с рядом проблем. Среди них неравномерное цифровое развитие регионов, нехватка квалифицированных специалистов и ограниченные финансовые ресурсы. Еще одной трудностью является отсутствие единых методов оценки, что затрудняет сравнение результатов между разными учебными заведениями и странами.

Для эффективного продвижения цифровой трансформации экономики образования необходимо разработать единые стандарты оценки, которые охватывали бы все аспекты цифровизации: от инфраструктуры до образовательных программ. Важно инвестировать в обучение и переподготовку специалистов, а также создавать равные возможности для использования технологий во всех регионах, включая отдаленные и малонаселенные. Регулярный мониторинг с использованием аналитических инструментов поможет выявить слабые места и разработать пути их устранения.

Оценка цифрового развития играет важную роль при стратегическом планировании внедрения технологий в образовательную сферу. Комплексный подход позволяет своевременно корректировать планы, повышая качество и доступность образования в условиях растущей цифровизации экономики.

Практическая значимость состоит в возможности применения предложенных методик для стратегического планирования и улучшения качества образования в условиях цифровой экономики.

Необходимо отметить, что цифровизация экономики образования требует комплексного подхода к оценке и развитию цифровых технологий в вузах. Разработанные методики оценки готовности вузов к цифровой трансформации позволяют выявить ключевые критерии цифрового развития и предложить пути решения существующих проблем. Это способствует улучшению качества образования и подготовке высококвалифицированных кадров в условиях цифровой экономики.

Список литературы

1. Аксенова, Н. И. Рейтинговая оценка состояния цифровизации вузов = Comparative assessment of the state of digitalization in higher education institutions / Н. И. Аксенова, О. В. Усачева, М. К. Черняков. — DOI 10.17 853/1994-5639-2024-7-88-115 // Образование и наука = The Education and Science journal = Obrazovanie i nauka. — 2024. — № 7 (26). — С. 88–115. — EDN BQDEEH.
2. Усачева, О. В. Оценка готовности вузов к переходу к цифровой образовательной среде / О. В. Усачева, М. К. Черняков // Высшее образование в России. — 2020. — Т. 29, № 5. — С. 53–62. — DOI 10.31992/0869-3617-2020-29-5-53-62. — EDN WOHAP.
3. Черняков, М. К. Современные образовательные технологии: тенденции системы образования в XXI веке / М. К. Черняков // Технологии в образовании-2024 : сборник материалов Международной научно-методической конференции, Новосибирск, 23 апреля 2024 года. — Новосибирск : Сибирский университет потребительской кооперации, 2024. — С. 28–39. — EDN REBJLQ.

Сведения об авторах

Хузин Равиль Маратович, аспирант кафедры экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации» Казанский кооперативный институт (филиал)»; 420081, Республика Татарстан, г. Казань, ул. Н. Ершова, 58; e-mail: andy.nk@mail.ru.

Черняков Михаил Константинович, д-р экон. наук, профессор, заведующий кафедрой информатики, профессор кафедры теоретической и прикладной экономики, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; профессор кафедры аудита, учета и финансов, Новосибирский государственный технический университет (НЭТИ); 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 20; e-mail: mkacadem@mail.ru.

Khuzin Ravil M., Post-Graduate Student, Department of Economics, Kazan Cooperative Institute of Russian University of Cooperation, 420081, Republic of Tatarstan, Kazan, N. Ershova Str., 58; e-mail: andy.nk@mail.ru

Chernyakov Mikhail K., Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Computer Science, Professor of the Department of Theoretical and Applied Economics, Siberian University of Consumer Cooperation; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 26; Professor of the Department of Auditing, Accounting and Finance, Novosibirsk State Technical University; 630087, Russia, Novosibirsk, K. Marx Ave., 20; e-mail: mkacadem@mail.ru

Черняков В. М.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

МЕТОДЫ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ И ЦЕЛЕВОЕ УПРАВЛЕНИЕ РЕСУРСАМИ В АГРОПРОМЫШЛЕННОМ КОМПЛЕКСЕ

В статье рассматривается методика прогнозирования результатов работы агропромышленного комплекса с учетом инвестиционной деятельности. Автор предлагает гибкий и простой в использовании методический подход, основанный на экономико-математических моделях и корреляционно-регрессионном анализе. Приведены результаты апробации методики на примере Новосибирской области, что позволяет оценить влияние инвестиций на производство и переработку сельскохозяйственной продукции.

Ключевые слова: прогнозирование, агропромышленный комплекс, инвестиции, экономико-математические модели, цифровая трансформация, сельское хозяйство.

Chernyakov V. M.

Siberian University of Consumer Cooperation

FORECASTING METHODS AND TARGETED RESOURCE MANAGEMENT IN THE AGRO-INDUSTRIAL COMPLEX

The article discusses the methodology of forecasting the results of the agro-industrial complex, taking into account investment activities. The author offers a flexible and easy-to-use methodological approach based on economic and mathematical models and correlation and regression analysis. The results of testing the methodology using the example of the Novosibirsk region are presented, which makes it possible to assess the impact of investments on the production and processing of agricultural products.

Keywords: forecasting, agro-industrial complex, investments, economic and mathematical models, digital transformation, agriculture, work results.

Прогнозирование результатов деятельности агропромышленного комплекса становится всё более важным в условиях современной экономики. Это позволяет оптимизировать производственные процессы, снизить затраты и повысить качество продукции [1].

Актуальность исследования обусловлена необходимостью точного прогнозирования результатов работы агропромышленного комплекса для повышения его эффективности и конкурентоспособности. Внедрение цифровых технологий и оптимизация инвестиционной деятельности становятся ключевыми факторами успеха в аграрном секторе [2].

Целью работы является разработка и апробация методического подхода к прогнозированию результатов работы агропромышленного комплекса, учитывающего инвестиционную деятельность. Это позволит более точно оценить влияние инвестиций на производство и переработку сельскохозяйственной продукции и оптимизировать процессы в аграрном секторе.

В настоящее время в нынешних условиях прогнозирование результатов деятельности агропромышленного комплекса, особенно на региональном уровне, становится чрезвычайно важной задачей.

Цель исследования — разработка и апробация гибкой и простой в использовании методики прогнозирования результатов работы агропромышленного комплекса региона, учитывающая не только периоды времени, но и инвестиции.

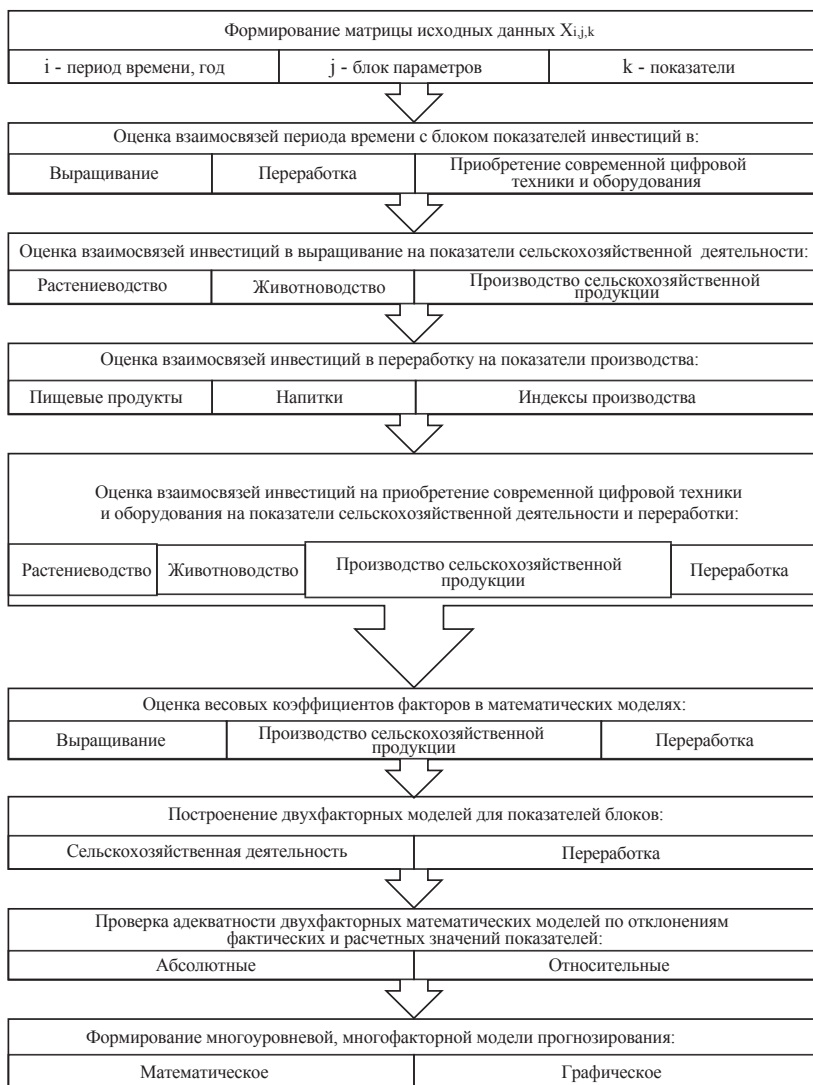
В качестве основы для методологии прогнозирования результатов деятельности агропромышленного комплекса НСО в зависимости от параметров инвестиционной деятельности предлагается использовать авторский экономико-математический подход, который был разработан и апробирован для процесса трансформации молочной отрасли в цифровую экономику, включающий комбинацию инновационного, диверсификационного и синергетического подходов с построением экономико-математических моделей на основе корреляционно-регрессионного метода [3]. Основой подхода к прогнозированию результатов работы агропромышленного комплекса региона является формирование такой структуры инвестиций, которая могла бы четко достигать цели региона в процессах производства и переработки сельскохозяйственной продукции. Подход может быть успешно применен при использовании сценарного метода перебора для решения задачи оптимизации использования инвестиций в процессах сельскохозяйственной деятельности, производства пищевых продуктов и напитков.

При разработке методики прогнозирования результатов работы АПК Новосибирской области по результатам корреляционного анализа была выдвинута гипотеза о возможности построения эконометрической модели, представляющей собой многоуровневую систему уравнений регрессии и ограничений, описывающих взаимосвязи и зависимости основных показателей результатов работы АПК Новосибирской области. Для каждой переменной результатов работы АПК Новосибирской области методом наименьших квадратов оценивается несколько вариантов уравнения регрессии и выбирается наилучший для включения в многоуровневую модель.

Алгоритм предлагаемой методики формирования модели прогнозирования с использованием методики построения эконометрической модели, представляющей собой многоуровневую систему уравнений регрессии и ограничений, описывающих взаимосвязи и зависимости основных показателей результатов работы региона, приведен на рисунке.

Анализ показал, что алгоритм прогнозирования показателей результатов работы АПК НСО рекомендуется осуществлять в следующих вариантах [4]:

1. При прямом прогнозировании, начиная с нулевого уровня, в качестве исходных данных указывается год, для которого необходимо рассчитать показатели результатов работы АПК Новосибирской области. На первом этапе расчетов определяются наиболее вероятные размеры инвестиций в производство и переработку сельскохозяйственной продукции и на приобретение современной цифровой техники и оборудования. Результаты первого этапа расчетов являются исходными данными для второго этапа расчета — показателей сельскохозяйственной деятельности и производства продуктов питания и напитков. Итоговый отчет содержит наиболее вероятный вариант работы АПК Новосибирской области в указанный пользователем период времени.



Алгоритм методики формирования модели прогнозирования показателей результатов работы АПК региона

2. При сценарном прогнозировании рекомендуется начинать расчеты со второго этапа, варьируя в качестве исходных данных, вводимых вручную,

различные варианты возможных размеров инвестиций в производство и переработку сельскохозяйственной продукции и на приобретение современной цифровой техники и оборудования.

Число сценариев ограничено лишь финансовыми ресурсами пользователя. Итоговый отчет содержит сценарии вероятных вариантов работы АПК Новосибирской области по комбинациям предполагаемых размеров и структуре инвестиций, из которых пользователь может выбрать наилучший по заданным им критериям.

В таблице приведены результаты трех сценариев прогнозирования показателей работы АПК НСО в 2024 г.: ожидаемого — совпадающего с результатами прямого прогнозирования, пессимистичного, если размер инвестиций будет меньше ожидаемого на 20 %, и оптимистичного, если размер инвестиций будет больше ожидаемого на 20 %.

**Результаты сценарного прогнозирования
показателей работы АПК Новосибирской области в 2024 г.**

Код	Значения показателей				Отклонение 2024 г. относительно предыдущего 2023 г.					
	2023 г.	2024 г.			абсолютное			относительное		
X0	Факт	Ожидае- мое	Пессими- стичное	Оптимис- тичное	Ожидае- мое	Пессими- стичное	Оптимис- тичное	Ожидае- мое	Пессими- стичное	Оптимис- тичное
X1	70,0	76,5	57,0	85,0	6,5	-13,0	15,0	9,33 %	-16,9 %	26,32 %
X2	24,9	27,3	22,0	30,0	2,4	-2,9	5,1	9,76 %	-10,6 %	23,18 %
X3	45,1	49,2	35,0	55,0	4,1	-10,1	9,9	9,09 %	-20,5 %	28,29 %
X4	6,5	5,2	5,0	7,0	-1,3	-1,5	0,5	-20,0 %	-28,8 %	10,00 %
X5	2278,0	2148,6	2502,5	2179,3	-129	224,5	-98,7	-5,68 %	10,45 %	-3,95 %
X6	248,4	224,5	276,5	198,8	-23,9	28,1	-49,6	-9,63 %	12,52 %	-17,9 %
X7	149,6	141,9	157,3	134,2	-7,7	7,7	-15,4	-5,14 %	5,43 %	-9,77 %
X8	393,6	384,9	412,7	373,6	-8,7	19,1	-20,0	-2,21 %	4,95 %	-4,84 %
X9	167,2	162,2	177,3	156,1	-5,0	10,1	-11,1	-2,97 %	6,21 %	-6,28 %
X10	329,4	344,7	360,0	375,3	15,3	30,6	45,9	4,64 %	8,88 %	12,75 %
X11	139,9	137,8	142,3	139,7	-2,1	2,4	-0,2	-1,51 %	1,71 %	-0,17 %
X12	8361,9	8202,9	8218,1	8426,0	-159	-143,8	64,1	-1,90 %	-1,75 %	0,78 %
X13	887,0	913,4	820,2	937,7	26,4	-66,8	50,7	2,97 %	-7,32 %	6,18 %
X14	231,4	237,8	215,5	245,0	6,4	-16,0	13,6	2,74 %	-6,71 %	6,33 %
X15	1059,2	1115,5	1014,0	1186,4	56,3	-45,2	127,2	5,32 %	-4,05 %	12,54 %
X16	195,2	200,0	130,7	230,0	4,8	-64,5	34,8	2,47 %	-32,2 %	26,59 %
X17	61,6	68,0	38,7	79,3	6,4	-22,9	17,7	10,44 %	-33,6 %	45,66 %
X18	100,0	96,8	106,1	93,1	-3,2	6,1	-6,9	-3,18 %	6,25 %	-6,55 %
X19	107,4	105,7	115,3	102,0	-1,7	7,9	-5,4	-1,58 %	7,50 %	-4,66 %

Результаты сценарного прогнозирования показали, что уменьшение инвестиций в 2024 г. на 10 % относительно ожидаемого, рассчитанного по методике прямого прогнозирования, приведет к снижению производства относительно 2023 г. овец, коз, птицы, молока, мяса, яиц и, как следствие, негативно отразится на перерабатывающей промышленности: производство пищевых продуктов уменьшится почти на 10 %, а напитков — более чем на 5 %.

Наоборот, увеличение инвестиций в 2024 г. на 10 % относительно ожидаемого, рассчитанного по методике прямого прогнозирования, приведет к росту производства относительно 2023 г. молока, мяса, яиц более чем на 7 % и, как следствие, положительно отразится на перерабатывающей промышленности: производство пищевых продуктов увеличится почти на 17 %, а напитков — более чем на 28 %.

Кроме того, математическая модель прогнозирования показателей результатов работы АПК НСО может решать и обратную задачу. Например, для увеличения производства пищевых продуктов на 30 % (до 247,9 млрд руб.) необходимо будет увеличить объем инвестиций в оптимистичном сценарии с 54,12 до 58,925 млрд руб.

Разработанная методика прогнозирования показателей результатов работы АПК, алгоритм которой приведен на рисунке, может быть легко применена и для других регионов. Для этого необходимо в матрицу исходных данных вставить статистические данные региона, прогноз для которого необходимо получить.

В результате исследования разработан методический подход к прогнозированию результатов работы агропромышленного комплекса, основанный на экономико-математических моделях и корреляционно-регрессионном анализе. Апробация методики на примере Новосибирской области показала, что увеличение инвестиций на 10 % приводит к росту производства молока, мяса и яиц более чем на 7 %, а производство пищевых продуктов увеличивается почти на 17 %.

Теоретическая значимость работы заключается в разработке и обосновании методического подхода к прогнозированию результатов работы агропромышленного комплекса. Практическая значимость состоит в возможности применения предложенного подхода для оптимизации инвестиционной деятельности и повышения эффективности аграрного сектора.

Разработанная методика прогнозирования результатов работы агропромышленного комплекса, учитывающая инвестиционную деятельность, является эффективным инструментом для оптимизации процессов в аграрном секторе. Апробация методики на примере Новосибирской области показала её высокую точность и практическую значимость. Предложенный подход может быть успешно применен в других регионах для повышения эффективности и конкурентоспособности агропромышленного комплекса.

Список литературы

1. Родионова, О. А. Подходы к оценке цифровой трансформации в аграрном секторе предпринимательства / О. А. Родионова, А. С. Труба, Т. Г. Евсюкова // Экономика, труд, управление в сельском хозяйстве. — 2020. — № 9 (66). — С. 20–26. — DOI 10.33938/209–20.
2. Черданцев В. П., Бугаев К. П., Криницын И. В. Подходы к цифровизации в агропромышленном комплексе (АПК) и перспективы их применения // Вопросы рыболовства. — 2023. — № 4. — С. 167–171.
3. Черняков В. М. Методические подходы к оценке цифрового потенциала сельскохозяйственных производителей // Вестник Академии знаний. 2024. — № 4 (63). — С. 389–396.
4. Chernyakov M. Management by objectives: modeling the investment policy of service enterprises from the perspective of the digital economy / M. Chernyakov, O. Chistyakova, V. Chernyakov. — DOI 10.1109/EEAE60309.2024.10600598 // *Energy Efficiency and Agricultural Engineering* (EE&AE — 2024): 9 intern. conf., Bulgaria, Ruse, 27–29 June 2024. — IEEE, 2024. — 6 p. — URL: <https://ieeexplore.ieee.org/document/10600598> (access date: 31.07.2024).

Сведения об авторе

Черняков Владислав Михайлович, аспирант, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: mkacadem@mail.ru.

Chernyakov Vladislav M., Postgraduate Student, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk; 630087; e-mail: mkacadem@mail.ru.

Шапиро С. А.

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНО-ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ РЕФОРМЫ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ В НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ

В статье рассматриваются некоторые механизмы социально-правового регулирования реформы муниципальных образований в Новосибирской области. Представлены основные нормативно-правовые акты и деятельность органов власти различного уровня в реформировании.

Ключевые слова: социально-правовое регулирование, муниципальное образование, муниципальный округ, одноуровневая модель, нормативно-правовые акты.

Shapiro S. A.

Siberian University of Consumer Cooperation

SOCIAL AND LEGAL REGULATION OF THE REFORM OF MUNICIPAL ENTITIES IN THE NOVOSIBIRSK REGION

The article discusses some mechanisms of social and legal regulation of the reform of municipalities in the Novosibirsk region. The main legal acts and activities of authorities at various levels in reform are presented.

Keywords: social and legal regulation, municipal formation, municipal district, single-level model, regulatory legal acts.

Изменения Конституции РФ, одобренные в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 года, зафиксировали, что «органы местного самоуправления и органы государственной власти входят в единую систему публичной власти в Российской Федерации и осуществляют взаимодействие для наиболее эффективного решения задач в интересах населения, проживающего на соответствующей территории» [1]. По мнению исследователей, они коренным образом изменили территориальную концепцию местного самоуправления [2].

Социально-правовое регулирование форм муниципальных образований осуществляется на федеральном уровне в соответствии с федеральным законом от 6 октября 2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» [3]. На уровне субъекта РФ в 2019 году был введен новый вид муниципального образования — муниципальный округ [4]. Муниципальный округ — несколько объединенных общей территорией населенных пунктов (за исключением случая, предусмотренного настоящим федеральным законом), не являющихся муниципальными образованиями, в которых местное самоуправление осуществляется населением непосредственно и (или) через выборные и иные органы местного самоуправления, которые могут осуществлять отдельные государственные полномочия, передаваемые органам местного

самоуправления федеральными законами и законами субъектов Российской Федерации [4]. Следовательно, формирование новой территориальной организации способствовало активному переходу регионов на одноуровневую систему.

Для дальнейшего развития системы местного самоуправления как публичной власти сенатор Российской Федерации А. А. Клишас и депутат Государственной думы П. В. Крашенинников 16 декабря 2021 года внесли законопроект № 40361-8 «Об общих принципах организации местного самоуправления в единой системе публичной власти» на рассмотрение в Государственную думу [5].

В Новосибирской области вопросы преобразований активно обсуждаются профессиональным сообществом. Так, например, 4 декабря 2024 года в Новосибирске состоялся V Региональный форум местного самоуправления, основной темой которого была муниципальная реформа [6].

Процессы социально-правового регулирования реформы органов местного самоуправления следует рассматривать поэтапно. В январе 2022 года Комитет Законодательного собрания Новосибирской области по государственной политике, законодательству и местному самоуправлению рассмотрел пакет законопроектов, касающихся создания в регионе муниципальных округов.

В Закон Новосибирской области № 4-ОЗ «Об административно-территориальном устройстве Новосибирской области» в ст. 5 внесены изменения, дополнение п. 3 (муниципальные округа) [7].

Законы о создании муниципальных округов в Новосибирской области приняты Законодательным собранием 30 мая 2024 года, опубликованы 5 июня 2024 года [8–10]. Они состоят из шести статей и двух томов приложений «Картографическое и координатное описание границ муниципального округа». Первая и четвертая статьи определяют наименования муниципальных образований и населённых пунктов, входящих в состав трёх муниципальных округов:

- Карасукский (одно городское поселение — город Карасук, 11 сельских поселений, 58 населённых пунктов);

- Маслянинский (одно городское поселение, 11 сельских поселений, 30 населённых пунктов);

- Татарский (одно городское поселение, 21 сельское поселение, 63 населённых пунктов).

В соответствии со ст. 1 п. 2 [8–10] граница муниципального округа совпадает с границами муниципального района. Представительным органом муниципального округа является Совет депутатов муниципального округа Новосибирской области — по ст. 2 п. 1. [8–10]. Численный состав Совета депутатов муниципального округа: Карасукский — 29 [8], Маслянинский и Татарский — по 25 [9, 10].

Механизмы бюджетных полномочий муниципального округа описаны в ст. 3. С 1.01.2025 с бюджетами бюджетной системы Российской Федерации бюджет муниципального района учитывается как единый бюджет муниципального округа.

До 1 января 2025 года (ст. 6 п. 3.) был установлен переходный период для формирования органов местного самоуправления муниципальных округов, принятия устава и урегулирования вопросов, предусмотренных принятыми законами [8–10].

Министерство региональной политики Новосибирской области совместно с представителями комитета Законодательного собрания Новосибирской области по государственной политике, законодательству и местному самоуправлению, министерства юстиции Новосибирской области, министерства строительства Новосибирской области 1 октября 2024 г. провело рабочее совещание по вопросам подготовки модельного закона об образовании муниципального округа для муниципальных районов, инициирующих в текущем году процедуру образования муниципальных округов; 2 октября 2024 г. министерством региональной политики Новосибирской области совместно с Главным управлением Министерства юстиции РФ по Новосибирской области и представителями Карасукского, Маслянинского и Татарского муниципальных районов состоялась встреча по вопросам подготовки, принятия и регистрации уставов образованных в текущем году Карасукского, Маслянинского и Татарского муниципальных округов. 13 октября состоялись выборы депутатов Советов Маслянинского, Карасукского и Татарского муниципальных округов первых созывов.

Уставы муниципальных округов были приняты решениями сессии Совета депутатов муниципального округа: 26.11.2024 № 46 — Совет депутатов Маслянинского муниципального округа Новосибирской области; 27.11.2024 № 50 — Совет депутатов Карасукского муниципального округа Новосибирской области; 29.11.2024 № 59 — Совет депутатов Татарского муниципального округа Новосибирской области.

Таким образом, в соответствии со ст. 13 № 131-ФЗ муниципальные округа в Новосибирской области были образованы через объединение всех поселений, входящих в состав муниципального района (ч. 3.1–1 ст. 13). В перспективе шесть районов — Венгеровский, Доволенский, Северный, Сузунский, Убинский и Чановский — готовятся стать муниципальными округами, учитывая опыт социально-правового регулирования с привлечением специалистов федеральной и региональной исполнительной власти.

Список литературы

1. Конституция Российской Федерации: принята всенародным голосованием 12.12.1993 (с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 1 июля 2020 г.). — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/document/0001202210060013> (дата обращения: 30.01.2025).
2. Гунина Т. Г. Переход на одноуровневую систему муниципальных образований: последствия для местного самоуправления // *Economia et Jus.* — 2022. — № 2. — С. 1. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/perehoda-na-odnourovnevuyu-sistemu-munitsipalnyh-obrazovaniy-posledstviya-dlya-mestnogo-samoupravleniya> (дата обращения: 30.01.2025).
3. Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации: ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ (с изм. и доп. в ред. от 25.12.2023). — URL: (<http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&vkart=card&nd=102083574>) (дата обращения: 30.01.2025).

4. О внесении изменений в Федеральный закон «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» : ФЗ от 01.05.2019 № 87-ФЗ. — URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001201905010021?index=1> (дата обращения: 30.01.2025).
5. Об общих принципах организации местного самоуправления в единой системе публичной власти : проект ФЗ № 40361-8 // Система обеспечения законодательной деятельности. — URL: (<https://sozd.duma.gov.ru/bill/40361-8> (дата обращения: 30.01.2025).
6. Депутаты Заксобраниа на форуме обсудили реформу местного самоуправления. — URL: <https://rg.ru/2024/12/04/reg-sibfo/deputaty-zaksobraniia-na-forume-obsudili-reformu-mestnogo-samoupravleniia.html> (дата обращения: 30.01.2025).
7. О внесении изменений в Закон Новосибирской области «Об административно-территориальном устройстве Новосибирской области» : Закон Новосибирской области от 07.04.2022 № 180-ОЗ. — URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&prevDoc=172027241&backlink=1&&nd=172026790> (дата обращения: 30.01.2025).
8. Об объединении муниципальных образований, входящих в состав Карасукского муниципального района Новосибирской области, и о внесении изменений в отдельные законы Новосибирской области : Закон Новосибирской области от 05.06.2024 № 448-ОЗ. — URL: (<https://novosibirsk-pravo.ru/zakon/2024/06/05/n-448-oz/> (дата обращения: 30.01.2025).
9. Об объединении муниципальных образований, входящих в состав Маслянинского муниципального района Новосибирской области, и о внесении изменений в отдельные законы Новосибирской области : Закон Новосибирской области от 05.06.2024 № 449-ОЗ. — URL: <https://novosibirsk-pravo.ru/zakon/2024/06/05/n-449-oz/> (дата обращения: 30.01.2025).
10. Об объединении муниципальных образований, входящих в состав Татарского муниципального района Новосибирской области, и о внесении изменений в отдельные законы Новосибирской области : Закон Новосибирской области от 05.06.2024 № 450-ОЗ. — URL: (<https://novosibirsk-pravo.ru/zakon/2024/06/05/n-450-oz/> (дата обращения: 30.01.2025).

Сведения об авторе

Шапиро Светлана Анатольевна, канд. ист. наук, доцент, доцент кафедры трудового права и социального обеспечения, АНОО ВО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации»; 630087, Россия, г. Новосибирск, пр. К. Маркса, 26; e-mail: iana8@mail.ru.

Shapiro Svetlana A., Candidate of Historical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Labor Law and Social Security, Siberian University of Consumer Cooperation; 26 K. Marx Ave., Novosibirsk, Russia; 630087; e-mail: iana8@mail.ru.

Ядрицева Т. С.

Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТИ

Основанием для общего социально-экономического развития региона является использование всех его возможностей в реализации национальных проектов. Снижение покупательной способности населения и сложная международная ситуация приводят к тому, что актуальным вопросом становится развитие внутреннего туризма. Одним из таких направлений является сельский туризм. Являясь эффективным направлением, сельский туризм способен не только сохранить культурные ценности и национальное достояние, но и реализовать потенциал российской культуры, традиционного гостеприимства. Кроме развития сельского туризма, расширяются возможности и малых форм хозяйствования на селе. Не многие туристические фирмы способны к быстрой перестройке на внутренний рынок сельского туризма. Целью исследования является изучение и обоснование перспектив развития сельского туризма в Липецкой области. Развитию внутреннего туризма в регионах России способствует и реализация национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», что является основанием для гипотезы исследования. Информационная база представлена статьями публикаций и данными различных источников информации. Изучение формирования механизма развития сельского туризма в Липецкой области с точки зрения методологии проводилось с использованием общеэкономического, логического анализа. Результатом исследования стало формирование мероприятий по развитию сельского туризма, что становится реальностью ввиду уникальности региона и поддержке бизнеса государством.

Ключевые слова: туризм, национальный проект, регион, территория, индустрия гостеприимства.

Yadritseva T. S.

Lipetsk Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE LIPETSK REGION

The basis of optimal socio-economic development of the region is the use of its potential in the implementation of national projects. In the conditions of increasingly complicated international situation, decrease in purchasing power of the population, the development of domestic tourism becomes an urgent issue. One of such directions is rural tourism. The developing direction of rural tourism becomes even more attractive for more tourists. Rural tourism is an effective direction that can preserve cultural values and national patrimony. It is possible to realize the potential of Russian culture, traditional Russian hospitality through the development of rural tourism and small forms of rural economy. Few tourist firms are capable of rapid restructuring to the domestic market of agricultural tourism. The purpose of the research is to study and substantiate the prospects of rural tourism development in the Lipetsk region. The hypothesis of the study is based on the assumption that the development of domestic tourism in Russian regions will be promoted by the implementation of the national project «Tourism and Hospitality Industry». The information base of the article was made up of publications and statistical data from various sources of information. The study

of methodological aspects of the formation of the mechanism of rural tourism development in the Lipetsk region was carried out using general economic, logical analysis. The result of the study was the formation of measures for the development of rural tourism, which becomes a reality with the use of the uniqueness of the region and business support by the state.

Keywords: tourism, national project, region, territory,

В последнее время сельский туризм является повсеместным. Сельский туризм отличается от других видов использованием различных ресурсов сельской местности. Именно поэтому развитие с каждым годом идет более быстрыми темпами. Он приносит немалый доход таким странам, как Франция, Италия, Швейцария, Скандинавские страны, Ирландия [2].

Этот вид туризма дает возможность провести несколько недель на селе, проживая в загородных домах, для участия в традиционных сельских работах. Активный отдых предпочитают туристы, желающие разнообразить отдых. Количество туристов, предпочитающих проводить отпуск на селе, знакомясь с сельской культурой и местными обычаями, с каждым годом увеличивается. Для России сельский туризм — новое и довольно перспективное направление развития этой отрасли. Принцип устойчивого туризма помогает решить большое количество проблем, которые до сих пор характерны, в основном, для сельской территории. Развитие должно происходить с учетом интересов местной экономики, создания экологически чистого туристского продукта, управления природным и культурным наследием региона. Необходимо оказывать поддержку предпринимательству для сохранения взаимовыгодных интересов коренных жителей и интересов бизнеса [3].

Развитие Липецкой области в материалах социально-экономической стратегии до 2030 года предусматривает комплексные проекты в сфере туризма: планируется создание новых и развитие действующих объектов туристской инфраструктуры [1].

При этом ключевой идеей остается идея усадебного отдыха. В проект вошли культурно-познавательный, семейный и экологический туризм:

- усадьба Стаховичей (Становлянский район, с. Пальна-Михайловка);
- археологический парк «Аргамач» (Елецкий р-н, с. Аргамач-Пальна);
- усадьба Скорняково-Архангельское (Задонский район, с. Скорняково);
- усадьба Кожиных, с. Репец (Задонский район);
- парк чудес «Кудыкина гора» (Задонский район);
- усадьба Талдыкина (Елецкий район);
- усадьба Хвостовых (Елецкий район, Чернышовка);
- историческая часть города Ельца.

Для восстановления главных объектов основных направлений туризма необходимо привлечение инвесторов.

С каждым годом растет интерес к сельским туристическим маршрутам. Материальная поддержка государства осуществляется при условии получения гранта на развитие этого бизнеса.

Победителями конкурса, получив от государства 27, 5млн рублей, стали проекты «Живое село», «Остров» и «Вестерн».

Каждый проект представлен уникальными природными местами.

«Живое село» Преображенки предоставляет комфортный отдых в живописной и экологически чистой местности, где сохранились и развиваются народные традиции.

Проект «Остров» — отличное место для интересующихся рыбалкой. Хозяйство занимается аквакультурой рыбы и карповых и производством осетровой икры.

Отдых на ранчо «Вестерн» подойдет гурманам молока и молочных продуктов. Здесь можно полакомиться реализуемым козьим молоком и производимыми сырами.

Обладателем поддержки в размере 10 млн рублей стал комплекс «Голубая даль» Добровского муниципального округа.

Отдых в Липецкой области любят не только местные жители, но и гости из соседних регионов, Москвы, Санкт-Петербурга. Свыше 6 млн человек посещают Липецкую область ежегодно.

Проведенное исследование состояния агротуризма в Липецкой области показало его активное развитие за последние годы.

Помощь регионам в их продвижении к устойчивому развитию туризма при эффективном использовании специфических конкурентных преимуществ региона оказывается Правительством России. Однако многое еще предстоит сделать для обеспечения приема местных и иностранных туристов.

Таким образом, предлагаемые мероприятия, направленные на развитие сферы туризма, согласуются с реализацией государственной целевой программы «Развитие культуры и туризма в Липецкой области». Ее задачи:

- продвижение инвестиционного и туристского потенциала Липецкой области путем участия и проведения международных и всероссийских туристских мероприятий;
- поддержка значимых туристских событийных фестивалей путем софинансирования из областного бюджета;
- продолжение программных мер поддержки туристического сельского бизнеса;
- сотрудничество со средствами массовой информации.

При поддержке государства Липецкая область имеет перспективы для более интенсивного развития агротуризма. Это преимущество опирается на уникальность архитектурного и природного достояния области.

Список литературы

1. Национальные проекты : раздел «Туризм и индустрия гостеприимства. 2021–2030 гг. : сайт. — URL: <https://xn--80aaparmemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/turizm> (дата обращения: 11.01.2025).
2. Мошняга, Е. В. Основные тенденции развития туризма в современном мире / Е. В. Мошняга // Вестник РМАТ. — 2019. — № 3. — С. 20–34.

3. Сарафанова А. Г., Сарафанов А. А. Сельский туризм: тренд 2022 года в России // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология. — 2023. — № 1. — С. 54–62. — URL: <https://doi.org/10.17308/geo/1609-0683/2023/1/54-62> (дата обращения: 8.11.2023).

Сведения об авторе

Ядрицева Татьяна Сергеевна, канд. хим. наук, доцент кафедры товаро-ведно-технологических дисциплин, Липецкий институт кооперации (филиал) Белгородского университета кооперации, экономики и права, 398002, Россия, г. Липецк, ул. Зегеля, 25а; e-mail: kttd@lki-lipetsk.ru.

Yadritseva Tatyana S., Candidate of Chemical Sciences, Associate Professor of the Department of Commodity and Technological Disciplines, Lipetsk Institute of Cooperation (branch) of Belgorod University of Cooperation, Economics and Law; 398002, Russia, Lipetsk, Lipetsk region, st. Zegelya, 25a; e-mail: kttd@lki-lipetsk.ru.

Яроцкая Н. В.

Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ И КООПЕРАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ КРАСНОЯРСКОГО КРАЯ)

Изменение экономических условий, стратегические задачи по обеспечению продовольственной безопасности требуют от государства пристального внимания к развитию сельских территорий, в том числе в части вовлечения населения в экономическую деятельность, обеспечение его социально-экономического благополучия. Анализ экономической ситуации показал, что кооперация является эффективной формой вовлечения сельских жителей в экономическую деятельность, но в условиях современных вызовов и потребностей общества ее правовая регламентация нуждается в корректировке.

Ключевые слова: кооперация, сельские территории, Красноярский край.

Yarotskaya N. V.

Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law

LEGAL REGULATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF RURAL AREAS AND COOPERATION (THE CASE OF KRASNOYARSK TERRITORY)

Changing economic conditions, strategic objectives of ensuring food security require the state to pay close attention to the development of rural areas, including involving the population in economic activity, ensuring its socio-economic well-being. Analysis of the economic situation shows that cooperation is an effective form of involving rural residents in economic activity, but in the context of modern challenges and needs of society, its legal regulation needs to be adjusted.

Keywords: cooperation, rural areas, Krasnoyarsk Territory.

В быстро изменяющихся условиях, формирующихся под воздействием совокупности обстоятельств (интенсивное развитие технологий, активные внешнеполитические процессы, изменение запросов и потребностей общества и др.), перед экономикой государства ставятся новые цели и задачи, от решения которых зависит ее эффективность. Стратегическая задача обеспечения продовольственной безопасности требует системного подхода к развитию сельских территорий.

Цель исследования — необходимость выявления, обоснования и описания преимуществ кооперации как формы развития экономики сельских территорий, в том числе в контексте возможностей ее расширения и развития посредством правового регулирования с учетом общегосударственных задач.

Методами исследования выступали: теоретические — анализ научной литературы о проблематике проводимого исследования; изучение нормативных источников; синтез, обобщение, сопоставление и интерпретация существующего экономического опыта; статистические — количественная обработка и качественный анализ результатов исследования, обработка и анализ эмпирических данных.

Российская Федерация, обладающая самой большой территорией среди стран, не в полной мере использует ее экономический потенциал. Сложившиеся ранее проблемы с массовым выбытием сельского населения в город, существенные диспропорции в развитии сельских и городских территорий и в настоящее время оказывают негативное воздействие на развитие села. На 1 января 2024 года сельское население России составляло 36 623 849 человек, или 25 % от общей численности населения страны (146 150 789 человек). На территории Красноярского края количество сельского населения на 1 января 2024 г. составило 575 868, или 20,2 % от общей численности населения края в 2 846 120 человек [7]. Сохраняющаяся непривлекательность сельской местности обуславливает миграционные процессы среди сельского населения, в том числе выбытие квалифицированных кадров, что приводит к сокращению жителей сел и малых городов и препятствует полноценному развитию экономики.

Государство видит сложившиеся проблемы и системно принимает меры к их решению, реализуя государственные программы, направленные на развитие сельских территорий: федеральные целевые программы «Социальное развитие села до 2013 года», «Устойчивое развитие сельских территорий на 2014–2017 годы и на период до 2020 года». Последняя преобразована в подпрограмму «Устойчивое развитие сельских территорий», а с 2019 года — в ведомственную одноименную целевую программу, которая была досрочно завершена в 2020 году. С 2020 года началась реализация государственной программы Российской Федерации «Комплексное развитие сельских территорий», срок действия которой определен до 2025 года [4]. Одной из основных целей программы заявлено увеличение уровня занятости сельского населения, который составляет 52,2 % на начало ее действия. Именно кадровый ресурс призван обеспечить реализацию задач, стоящих перед государством в сфере развития села.

Специфика экономики сельских территорий, особенности ведения аграрного производства, в том числе его географическая раздробленность, относительно малые масштабы хозяйствования, сезонность потребления материально-технических ресурсов и сбыта продукции, отдаленность большей части предприятий от рынков сбыта и снабжения, сравнительно низкий конкурентный потенциал в межотраслевом обмене в совокупности с высоким уровнем конкуренции в собственно агропроизводстве и другие, необходимость минимизации непрофильных затрат на продвижение и реализацию продукции, — выводят на первый план кооперацию как наиболее эффективную форму вовлечения сельских жителей в совместную экономическую деятельность.

Кооперация была и остается одним из необходимых условий ведения рыночного сельскохозяйственного производства. Она имеет давнюю многовековую историю и в различных видах (сбытовая, снабженческая, потребительская, кредитная, агротехнологическая, по обработке почвы, по инфраструктурному развитию и обеспечению и т. д.) развита практически во всех странах с рыночной экономикой. При этом именно сельскохозяйственная кооперация является институтом развития малых и средних сельскохозяйственных товаропроизводителей.

Необходимость совершенствования законодательства Российской Федерации о потребительской и сельскохозяйственной кооперации в декабре 2023 года явилось предметом парламентских слушаний в Совете Федерации Законодательного собрания РФ [5].

Согласно данным Росстата, по состоянию на 1 января 2022 года на территории России зарегистрировано 6,3 тыс. сельскохозяйственных потребительских кооперативов. Основным направлением деятельности кооперативов, получивших грантовую поддержку в 2021 году, стали сбор, хранение и переработка продукции растениеводства (43 %), реализация мяса (22 %) и молока (21 %), иной продукции (14 %) [5].

В федеральном законе от 27 ноября 2023 года № 540-ФЗ «О федеральном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов» предусмотрены средства на создание системы поддержки фермеров и развитие сельской кооперации в объеме 8 210,7 млн рублей (в 2023 году — 6 362,6 млн рублей), что свидетельствует о заинтересованности государства в данных формах хозяйствования [6].

Несмотря на активную грантовую поддержку кооперативов, они сталкиваются с серьезными трудностями в своей деятельности, развиваясь в условиях жесточайшей конкуренции с крупными торговыми сетями, агрофирмами и холдингами, крупными перерабатывающими, снабженческими и обслуживающими предприятиями и другими рыночными интеграторами, занимающими монопольное положение на рынке. Потенциальные участники кооперации (фермеры, малые и средние предприятия, высокотоварные личные подсобные хозяйства) территориально разбросаны и заметно различаются по масштабам производства и экономическому положению. Активному развитию сельхозкооперации и внесению вклада в обеспечение продовольственной безопасности препятствует недостаточность денежных оборотных средств у сельхозтоваропроизводителей.

Вызывает необходимость изменение законодательства и в части нормативного регулирования деятельности потребительских обществ (кооперативов) [1]. Существующая в настоящее время правовая регламентация не позволяет обеспечить использование в полной мере потенциала потребительской кооперации, преимущества системности, которые заложены в самой ее идеологии, ориентированной на многоотраслевую деятельность, направленную на обеспечение жизнедеятельности различных групп населения.

Из наиболее значимых правовых, организационных и экономических препятствий эффективного развития потребительской кооперации как единой системы можно выделить недостаточность целевой государственной политики в отношении системы потребительской кооперации и отсутствие концепции правового регулирования кооперативного сектора в целом и его организационных форм в частности.

Эти и другие проблемы не позволяют в достаточной степени обеспечить стабильное, поступательное развитие потребительской кооперации, полноценно использовать ее потенциал в решении социально-экономических проблем,

в том числе по вопросам обеспечения продовольственной безопасности страны, сохранения культурной идентичности и самобытности сельских территорий, удовлетворения потребностей и запросов сельского населения.

Примером успешной реализации кооперативной деятельности на территории Красноярского края является Красноярский крайпотребсоюз, объединяющий более 50 кооперативных организаций, в том числе потребительские общества с материально-технической базой, включающей более 300 магазинов, 43 производственных предприятия, 20 предприятий общественного питания, 57 пунктов по заготовке и закупке сельскохозяйственной продукции, 5 оптово-торговых и универсально-заготовительных баз, автопредприятия, автотехцентры, ремонтно-монтажный комбинат, 2 коопзверопромхоза.

Непосредственно в сельской местности Красноярского края функционируют потребительские кооперативы и общества на территории Абанского, Ачинского, Боготольского, Большемурутинского, Дзержинского, Курагинского, Партизанского, Назаровского, Шушенского, Тасеевского, Тяхтетского, Ужурского, Рыбинского районов; 13 обществ с ограниченной ответственностью, многие из которых являются уникальными.

Так, ООО «Курагинское промышленное хозяйство», действующее с 1958 года, занимается комплексным природопользованием: добыча ценного пушно-мехового сырья, поставка соленых побегов папоротника «Орляк» на экспорт в Японию и Китай, промысловый лов и переработка до 7 т рыбы в год, реализация вяленой и соленой рыбы населению, заготовка леса, обеспечение топливом и пиломатериалами местного населения, обеспечение жителей с. Кордово и пос. Журавлево хлебобулочными изделиями собственного производства и необходимыми товарами посредством функционирования пекарни и 5 магазинов. Предприятие обеспечивает занятость 72 человек, привлекая до 40 человек на сезонные работы [3].

Предприятие в ходе своей деятельности реализует традиционные для данного региона промыслы, обеспечивает его экономическое развитие и гарантированные рабочие места, а также товары для населения, что является важным в условиях территориальной отдаленности Курагинского района и обозначенных населенных пунктов от крупных городов.

Значительный вклад в развитие сельских территорий Красноярского края вносит ООО «Заготовительно-производственный комплекс крайпотребсоюза», занимающийся заготовкой и переработкой дикорастущей продукции, сельскохозяйственного сырья, оптовой торговлей. Заготовки осуществляются в Большемурутинском районе, Хакасии и Тыве, Енисейском, Богучанском районах и в других. Постоянно открываются новые приемотготовительные пункты, идет освоение северных территорий Красноярского края с вовлечением местного населения в экономическую деятельность по сбору дикоросов [2]. Очевидно, что ориентация только на предпринимательскую активность, в том числе посредством развития малого и среднего бизнеса, не позволяет создать и удовлетворить спрос всего населения на социально-экономические блага. Предприятия кооперации вносят весомый вклад в сохранение сел, повышение

благополучия населения, развитие традиционных форм промысла. Развитие потребительской кооперации способно обеспечить значительное увеличение производства сельскохозяйственной продукции и повысить благополучие сельского населения.

В рамках приведенных выше парламентских слушаний обсужден вопрос об объединении организаций потребительской кооперации в единые логистические схемы для сбыта готовой продукции, интеграции кооперативного производства с системой заготовительной, производственной и торговой деятельности. Красноярский краевой союз потребительских обществ является успешным примером такой конгломерации и готов и дальше расширяться за счет привлечения новых участников кооперации.

Благодаря потребительской кооперации может формироваться дополнительная система поддержки производства и продвижения товаров на рынки. В такой ситуации деятельность системы потребительской кооперации будет способствовать снижению социальной напряженности на территориях своей деятельности.

С учетом неравномерности развития, большого количества малонаселенных и непривлекательных для инвесторов регионов России, с одной стороны, и очевидной потребности внедрения форм и методов социально ответственной экономики, с другой стороны, необходимо стремиться к разработке особого правового и организационного механизма обеспечения деятельности организаций потребительской кооперации, имеющей комплексное экономическое и социальное содержание.

В данной работе необходимо задействовать Правительство Российской Федерации, Министерство сельского хозяйства, Министерство промышленности и торговли, Министерство экономического развития, Министерство финансов, Центральный банк, региональные исполнительные органы власти, а также Центросоюз для разработки комплексного правового подхода, направленного на более эффективное использование потенциала кооперации сельских территорий.

Список литературы

1. Гражданский кодекс Российской Федерации от 30 ноября 1994 года № 51-ФЗ [Электронный ресурс]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ (дата обращения: 20.01.2025).
2. ООО «Заготовительно-производственный комплекс крайпотребсоюза» : официальный сайт Крайпотребсоюза [Электронный ресурс]. — URL: https://www.krayps.ru/about/organizations/organizations_kps.php?ID=1981 (дата обращения: 16.01.2025).
3. ООО «Курагинское промыслово-охотничье хозяйство» : официальный сайт Крайпотребсоюза [Электронный ресурс]. — URL: https://www.krayps.ru/about/organizations/organizations_kps.php?ID=1979 (дата обращения: 16.01.2025).

4. Постановление Правительства Российской Федерации от 31.05.2019 г. № 696 [Электронный ресурс]. — URL: <http://government.ru/docs/all/122219/> (дата обращения: 20.01.2025).
5. Совершенствование законодательства Российской Федерации о потребительской и сельскохозяйственной кооперации : официальный сайт Совета Федерации Федерального собрания Российской Федерации. — URL: <http://council.gov.ru/activity/activities/parliamentary/151264/> (дата обращения: 20.01.2025).
6. О федеральном бюджете на 2024 год и на плановый период 2025 и 2026 годов : ФЗ от 27.11.2023 № 540-ФЗ (последняя редакция) [Электронный ресурс]. — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_462891/ (дата обращения: 20.01.2025).
7. Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям : официальный сайт Росстата [Электронный ресурс]. — URL: <https://rosstat.gov.ru/compendium/document/13282> (дата обращения: 20.01.2025).

Сведения об авторе

Яроцкая Надежда Васильевна, преподаватель правовых дисциплин, ЧПОУ «Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права»; 660022, г. Красноярск, ул. Аэровокзальная, 2и; e-mail: nadya111007@bk.ru.

Yarotskaya Nadezhda V., Lecturer, Krasnoyarsk Cooperative College of Economics, Commerce and Law; 660022, Krasnoyarsk, Aerovokzalnaya str., 2i; e-mail: nadya111007@bk.ru.

Научное издание

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ: ТРЕНДЫ КООПЕРАЦИИ

*Сборник материалов IV Всероссийской (национальной)
научно-практической конференции с международным
участием, приуроченной ко Дню российской науки
и Международному году кооперативов*

Новосибирск
7 февраля 2025 года

*Под ред. Э. А. Новосёловой
Редакторы В. И. Дмитриева, Е. В. Добровольская
Компьютерная верстка А. М. Бабушкина*

Подписано в печать 15.04.2025. Формат 60×84/16. Бумага офсетная.
Тираж 1000 экз. Печ. л. 14,0. Уч.-изд. л. 13,02. Заказ № 16.

Типография Новосибирского государственного технического университета.
630073, Новосибирск, пр. К. Маркса, 20.