

DOI 10.15593/2224-9354/2018.2.10

УДК 338.436

**Д.Н. Ядранский**

## **ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ – ПЕРСПЕКТИВЫ СОВЕТСКОГО АНАХРОНИЗМА**

Рассмотрены вопросы функционирования и развития предприятий потребительской кооперации в современной экономической ситуации. Разработаны авторские рекомендации, направленные на создание предпосылок для развития системы потребительской кооперации в РФ. Основными методами исследования выступили общенаучные и специальные методы, в частности диалектический, системный, сравнительный анализ, а также метод логического моделирования при разработке авторских рекомендаций.

В статье рассматривается проблема функционирования потребительских обществ, обозначается причина роста кризисных явлений и проводится оценка мирового опыта развития данной отрасли. По результатам проведенного анализа делается вывод о том, что в странах Европы достаточное количество позитивных примеров развития потребительской кооперации. Рассматривается также и опыт Украины как государства, изначально имевшего схожую систему кооперации и реформировавшего ее независимо. Общими проблемами обозначены: децентрализация управления, сокращение совокупного трудового потенциала села, полное отсутствие развития каналов логистики.

Сформулирована концепция, согласно которой необходимо повышать эффективность функционирования предприятий потребительской кооперации путем налаживания системы заготовки, вследствие чего повышается эффективность логистических каналов. Указывается важность данной отрасли, в том числе для развития крестьянских (фермерских) хозяйств. На основании предложенного подхода определен набор мер управленческого воздействия, которые способны повысить эффективность функционирования потребительской кооперации РФ. Предложены основные направления повышения эффективности: максимальное использование основного конкурентного преимущества – развитой региональной сети магазинов и двойное использование торговых точек (магазин – заготовительная контора).

Ключевые слова: *потребительская кооперация, функции, расширение, эффективность, проблемы, логистика, торговля.*

**Введение.** Современный рост ритейла привел к тому, что в большинстве крупных населенных пунктов на рынке розничных продаж доминируют торговые сети. Однако в удаленных и малонаселенных регионах по-прежнему существует и (в отдельных случаях) развивается система потребительских обществ. В советское время данная система выполняла целый ряд экономических функций для жителей села, поскольку одновременно выполняла функции заготовительных товариществ, розничных сетей и сберегательных обществ. И если с позиций осуществления продаж современная конкурентоспособность потребительских обществ может оцениваться по-разному, то в условиях развития сельского предпринимательства (малого фермерства) потенциал потребительских обществ достаточно высок.

---

© Ядранский Д.Н., 2018

**Ядранский Дмитрий Николаевич** – д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры «Экономика труда и управления персоналом» ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», e-mail: jadransky@yandex.ru.

На этом основании мы делаем вывод, что существует необходимость осмысления роли и перспектив развития потребительской кооперации в экономическом развитии современной Российской Федерации. Особенно это важно для жителей сельской местности. Таким образом, целью исследования является анализ роли и места потребительской кооперации в современных экономических процессах, а также определение возможных направлений ее развития. Для достижения указанной цели представляется необходимым решение ряда задач: рассмотреть современное состояние потребительской кооперации в России; изучить зарубежный опыт развития потребительской кооперации; предложить приоритетные направления развития для повышения хозяйственной эффективности потребительских союзов и обществ.

***Состояние потребительской кооперации в России.*** Важность решения поставленных целей определяется тем, что система потребительской кооперации объединяет в себе одновременно социальную и коммерческую (экономическую) задачи (цели). Эти цели взаимосвязаны и взаимообусловлены. С одной стороны, коммерческая функция формирует финансовую базу для достижения социальной цели, с другой стороны, при отсутствии дохода и прибыли социальная миссия становится невыполнимой [1].

По данным сайта Центросоюза Российской Федерации [2], на 1 января 2017 года в системе Центрального союза потребительских обществ Российской Федерации насчитывается: пайщиков – 3,8 млн чел.; потребительских обществ – около 3000; райпотребсоюзов – 135, потребсоюзов (республиканских, краевых и областных) – 76. По данным Свердловского облпотребсоюза в Свердловской области 68 кооперативных организаций, из которых около 60 – районные и сельские потребительские общества [3]. По данным того же ресурса, Свердловский облпотребсоюз обеспечивает работой более 4 тыс. чел. Потребительская кооперация области объединяет более 83 тыс. пайщиков на 518 кооперативных участках. При этом указанные работники находятся преимущественно в сельской местности, что придает функционированию потребительских обществ существенное социальное значение.

Однако в современных условиях управленческая и организационная система органов потребительской кооперации оказываются неадекватными существующим вызовам. В результате экономическая эффективность системы кооперативной торговли постоянно ухудшается, а перспективы развития видятся все более туманными.

Совокупный объем ее деятельности – 150 млрд руб. Пайщиками потребительской кооперации являются 7,5 млн чел. Она предоставляет торговые и бытовые услуги почти 40 млн чел. Сегодня потребительская кооперация обеспечивает постоянной работой свыше 400 тыс. чел. [4]. По различным статистическим данным массовая доля оборота потребительской кооперации в общем торговом обороте Российской Федерации за последние годы сокра-

тилась с 1,2 % в 2006 году до 0,8 % в 2016-м. Следует учесть, что указанные показатели в более ранние периоды составляли: в 1990 году – 22,1 %, в 1995 – 4,4 %. Таким образом, за 20 лет падение составило более 5 раз. Указанные темпы свидетельствуют о системном кризисе в системе потребительской кооперации РФ.

При этом мы согласны с М.Стороненко, который отмечает, что потребительская кооперация в России имеет потенциал для восстановления. И не согласен с мнением экономистов, которые утверждают, что потребительская кооперация исчерпала себя, не приносит тех результатов, на которые рассчитывали и т.п. [4]. С учетом данных относительно существенного роста товарного производства в домашних (фермерских) хозяйствах, приведенных в работе [5], с указанным тезисом можно согласиться.

Социальное значение сферы потребительской кооперации в РФ по-прежнему достаточно велико. Предполагается, что миссией потребительской кооперации в России является участие в развитии социальной инфраструктуры села, обеспечение стабильного развития потребительского рынка страны за счет удовлетворения потребностей и социальной защиты, повышения занятости населения, вовлекаемого в деятельность и обслуживаемого потребительской кооперацией, укрепление безопасности России в сфере продовольственного обеспечения. В случае сохранения существующей модели вещей перспективы отрасли нам видятся крайне неблагоприятными. В первую очередь указанная ситуация связана с сокращением общего уровня трудового потенциала села. Указанное сокращение достаточно существенно влияет на эффективность деятельности, в том числе предприятий розничной сети потребительской кооперации. При этом параллельно наблюдается постоянный отказ от более сложных форм деятельности потребительских обществ (заготовительная, перерабатывающая) в пользу более простых (торговля).

Следующей принципиальной причиной является необходимость удовлетворения интересов (достаточно разноректорных) основных вовлеченных в процесс деятельности потребительских обществ групп участников:

1) потребителей товаров и услуг – основы экономического развития (с целями получения качественных товаров и услуг желательно по минимальной цене);

2) работников потребительской кооперации – движущей силы системы потребительской кооперации (с целями обеспечения достойного уровня жизни, условий труда, социального и пенсионного обеспечения, вознаграждения труда сообразно вложению собственных сил и средств);

3) пайщиков – социальной основы потребительской кооперации (с целями доступа к товарам и услугам потребительской кооперации на льготных условиях, в получении дохода от средств, вложенных в деятельность потребительских обществ).

В современных потребительских обществах часто члены указанных групп совпадают, что, впрочем, не решает существующих внутренних противоречий. В первую очередь указанные противоречия вызваны тем, что на рынках, где традиционно была представлена потребительская кооперация, активно начали укреплять позиции средние и крупные торговые сети, со значительно более эффективной и транспортной и сбытовой логистикой.

Указанная ситуация наблюдается на фоне медленного восстановления уровня материального обеспечения и социальной защиты сельского населения (что, безусловно, негативно сказывается на платежеспособном спросе). При этом свой результат дают и меры федеральной поддержки сельского хозяйства [6].

***Зарубежный опыт развития потребительской кооперации.*** С подобными проблемами сталкиваются и в других постсоветских государствах. Так, в частности, на Украине существенной проблемой потребительской кооперации А. Манжура считает потерю баланса между централизацией и децентрализацией в принятии управленческих и хозяйственных решений. По его мнению, решения должны приниматься на месте самостоятельно, без централизованных согласований [7]. По нашему мнению, в условиях удаленных районов Российской Федерации данная проблема стоит также достаточно остро. Однако уменьшение централизации уменьшает экономический эффект экономии на масштабе, чем оказывает негативное влияние на экономику отдельных обществ.

По мнению А. Манжуры, рыночная ориентация развития кооперативных предприятий не противоречит принципам и сути потребительской кооперации и не является свидетельством преобразования потребительских товариществ и союзов на предпринимательские структуры [7]. По нашему мнению, данный тезис ошибочный, поскольку в условиях рыночной экономики без коммерческой выгоды (ориентации на предпринимательство) не возможно существование никаких предприятий. Единственным исключением в данном случае являются предприятия, имеющие целевую государственную поддержку. Однако ни в РФ, ни на Украине прямая финансовая поддержка кооперативному движению не оказывается. Таким образом, предпринимательство является единственно возможной моделью работы потребительских обществ.

Рассматривая опыт дальнего зарубежья, целесообразно обратиться к анализу Е. Маслова [8] и С. Григоровской [9]. По их мнению, кооперативная деятельность стран ЕС характеризуется:

- высокой конкурентоспособностью кооперативных предприятий, вследствие эффекта масштаба и концентрации хозяйственной деятельности;
- большими объемами операций (годовой товарооборот составляет от 3,6 млрд евро в Португалии до 23,7 млрд евро в Дании);
- государственным стимулированием различных видов кооперации;
- диверсификацией и индустриализацией деятельности традиционных кооперативов;

- высоким уровнем интеграции кооперативов из различных отраслей деятельности;
- увеличением кооперативов в третичном секторе (банковские, страховые, потребительские кооперативы, общества розничных торговцев и кредитные союзы) и обслуживающих кооперативов, особенно в отрасли туризма;
- расширением деятельности кооперативов за счет комбинирования функций производства, материально-технического снабжения, маркетинга и сервиса;
- внедрением инноваций в кооперативную деятельность;
- углублением международной интеграции кооперативов [8].

Франция и Германия имеют негативный опыт развития кооперативного движения. Так, во Франции кризис произошел вследствие недостаточной коммерческой ориентации руководителей кооперативов. В Германии кооперативное движение претерпело значительные ухудшения, наоборот, вследствие избыточной коммерческой ориентации руководителей на получение собственной выгоды [9].

В качестве вывода необходимо отметить, что потребительская кооперация является специфической формой коммерческой деятельности. При этом адекватные успехи кооперативного движения невозможны без социальной поддержки населения и наличия квалифицированных кадров на местах. Следует также отметить, что потенциал данного движения не исчерпан, поскольку имеется достаточное количество позитивных примеров развития. Все сказанное выше обуславливает необходимость поиска путей повышения эффективности функционирования отечественной системы потребительской кооперации.

#### ***Проблемы и перспективы отечественного кооперативного движения.***

Следует отметить один принципиально важный момент, базируясь на котором будут разрабатываться дальнейшие рекомендации: двойное назначение существования потребительских обществ. По мнению С. Гурова, с которым мы согласны: «Кооперация как форма взаимодействия людей берет на себя часть функций по удовлетворению материальных и духовных потребностей сельского населения. Социальная миссия потребительской кооперации проявляется в том, что осуществляемые в рамках этой формы торговля, общественное питание, закупки сельскохозяйственной продукции, производство товаров, платные услуги, капитальное строительство, сельскохозяйственное производство, развитие транспорта, образовательные, медицинские и санаторно-курортные услуги, направленные на социальную поддержку и защиту сельского населения» [10]. Связывая указанные функции с задачами развития фермерского движения (развития крестьянских хозяйств) в стране, следует отметить, что потребительская кооперация может стать основой для успешного развития фермерского движения, поскольку даст возможность решить одну из серьезных проблем фермеров из труднодоступных регионов – обеспечить бесперебойный сбыт продукции.

Анализируя доминирующие на сегодня функции потребительской кооперации России, можно констатировать, что основной является именно бытовая деятельность. Заготовительная и производственная деятельность, а также деятельность по оказанию социальных и бытовых услуг населению выражена в значительно меньшей мере. Фактически многие потребительские общества превратились в розничные торговые сети, изменяя тем самым главную суть потребительской кооперации – ее комплексность.

Следует отметить важное социально-экономическое значение системы потребительской кооперации, которое закладывалось в ее основу при создании. Так, по мнению Л. Объедковой, организации потребительской кооперации во многом формируют инфраструктуру села и частично – инфраструктуру аграрно-промышленного комплекса. Еще более важное народно-хозяйственное значение имеет обеспечение занятости и формирование спроса населения. Создавая новые рабочие места, закупая продукцию крестьянских хозяйств, потребительские общества создают главную предпосылку экономического развития – увеличение внутреннего конечного спроса, в то же время формируют и промежуточный спрос на инвестиционные товары [11].

В качестве аргументации можно привести результаты опроса, проведенного А. Карповой, по результатам которого установлено, что население видит следующие направления улучшения работы обществ: иметь более оборудованный приемо-заготовительный пункт (на это указали 47,8 % опрошенных); активнее оказывать бытовые услуги на дому (36,9 %); помогать населению реализовывать продукцию животноводства и растениеводства, кожевенное и вторичное сырье, макулатуру (48,4 %). Многие (67,8 %) выразили пожелание заключать долгосрочные договоры с сельскими подворьями на продаже сельскохозяйственной продукции, изделий народных промыслов. Покупатели хотели видеть в магазинах уголок потребителя, небольшую библиотеку, списки многосемейных пайщиков, инвалидов, информацию о кооперативных выплатах, закупочных ценах и др. [12]. Фактически в перечисленном просматриваются два направления развития: организация приемо-заготовительных служб и организация социальной поддержки. Актуальность указанной проблемы для других регионов РФ подтверждается результатами исследований Т. Беловой [5].

По нашему мнению, современными препятствиями в развитии потребительской кооперации в РФ является попытка сохранить достаточно децентрализованный характер управления системой потребительских обществ и отсутствие трудового потенциала в большинстве потребительских кооперативов. Аналогичная ситуация сложилась в Украине. Так, П. Балабан и Б. Курлейко, в качестве большой угрозы для системы потребительской кооперации видят тенденцию к роздробленности потребительских товариществ, создание на базе одной крупной организации 5–10 мелких [13].

Причем последняя проблема – следствие недостаточно эффективной образовательной политики принадлежащих системе потребительской кооперации учебных заведений. Попытки эффективного самостоятельного существования организаций потребительской кооперации вне единой системы приводят к возникновению и усилению дезинтеграционных процессов. Утрачиваются экономические, производственные, транспортные, финансовые, информационные связи, теряются возможности для реализации эффективной закупочной и сбытовой политики.

Все указанное выше создало условия, в которых отечественные организации потребительской кооперации в среднесрочной и долгосрочной перспективе могут полностью утратить конкурентные преимущества. Единственным выходом из сложившейся ситуации является восстановление масштабов и системного единства предприятий потребкооперации и их органов управления.

***Приоритетные направления развития потребительских союзов и обществ в Российской Федерации.*** Стратегическими задачами областных союзов потребительских обществ необходимо считать существенное повышение уровня взаимодействия, информационного обеспечения потребительских обществ, а также формирование единой стратегии развития. В данном случае возникает вопрос инвестиционной привлекательности всей системы потребительской кооперации.

Острой проблемой потребительских обществ является попытка решить оперативные финансовые проблемы за счет привлечения средств пайщиков. Не вдаваясь в подробности относительно условий указанного привлечения с точки зрения хеджирования финансовых рисков, можно сказать, что данная стратегия является одной из наименее эффективных. По нашему мнению, в основу развития потребительских обществ также должны быть положены иные (внешние или аккумулированные) источники финансирования. К тому же привлечение средств пайщиков практически лишает организации возможности реализации средне- и крупномасштабных проектов, вследствие чего потребительские общества теряют возможности к модернизации и формированию конкурентных преимуществ. В данном случае обладая ликвидным имуществом и собственными активами, областные союзы должны выступить в качестве субъектов, активизирующих изменение модели финансирования местных потребительских обществ.

Среди тактических задач областных союзов потребительских обществ следует выделить:

1. Формирование новой (обновленной) бренд-модели и приведение предприятий системы в рамки единой бренд-стратегии. Целесообразным также является изменение формата торгового предприятия [14]. Выстраивание логистики торговых предприятий, в соответствии со схемой, предложен-

ной коллективом авторов ЮУрГУ [15], в которой выделены три группы предприятий торгового обслуживания, характеризующихся спецификой действий при выборе места их размещения.

2. Более полное самостоятельное обеспечение товарными ресурсами поможет организациям потребительской кооперации снизить влияние негативных изменений на товарных рынках, позволит удерживать цены на приемлемом уровне, сохранить и расширить сферу влияния кооперативной торговли в районных центрах, вернуть и укрепить ранее утраченные позиции на городских рынках.

3. Модернизация структуры управления, создание условий для реальной интеграции организаций потребкооперации в целостную систему, с централизованным механизмом управления и реформирование общей модели работы по принципу «потребительский кооператив – центр прибыли». Безусловно, в рамках действующего законодательства подобные реорганизации могут быть основаны только на принципах экономической выгоды, а не институционального подчинения.

4. Создание единого информационно-аналитического центра с современным программным обеспечением для своевременного выявления признаков и причин ухудшения ликвидности отдельных обществ. Также в качестве целей функционирования такой системы можно рассматривать: оказание помощи в разработке антикризисной программы и реализации мер по предотвращению финансовой несостоятельности (банкротства). Подобный анализ может выступать средством выявления источников возможной мобилизации собственных финансовых средств (в частности для реализации консолидированных проектов).

5. Разработка системы повышения квалификации новых и существующих кадров, а также внедрение системы целевой подготовки работников предприятий потребкооперации на базе существующих учебных заведений отрасли.

6. Создание внутренней консалтинговой службы с целью осуществления сложных (инновационных) проектов. В качестве таких проектов мы рассматриваем: обеспечение оптимизации налоговых платежей, внедрение современных средств контроля продаж и сохранности ТМЦ, организацию инновационных сфер торговли.

Важной составляющей развития, по нашему мнению, является повышение масштабов взаимодействия с участниками заготовительной деятельности независимо от их паевой принадлежности. Благодаря этому можно обеспечить рост объемов закупок сельскохозяйственной продукции и дикорастущего сырья и, следовательно, повысить финансовый оборот и снизить коммерческие риски путем диверсификации.

По нашему мнению, дополнительные возможности создает активизация работы с пайщиками, которые заняты индивидуальной трудовой деятельностью, народными промыслами, а также охотой или рыболовством

с целью расширения направлений производимых (продаваемых) потребителем обществом товаров (услуг). Возможным направлением развития указанной деятельности нам видится воссоздание в рамках нескольких потребительских обществ мобильных служб бытовых (и даже образовательных) услуг населению.

Перспективным в контексте повышения эффективности организации торговли нам видится расширение форм интернет-торговли в рамках системы потребкооперации и организация эффективной системы доставки товаров. Именно это предоставляет наибольшие возможности для удовлетворения запросов населения малых населенных пунктах в широком ассортименте товаров бытового назначения.

Принципиально важным элементом развития потребительских обществ является привлечение внимания государства к необходимости модернизации системы потребительских кооперативов. Отдельные нормативно-правовые акты, регулирующие функционирование потребительских обществ, по нашему мнению, устарели и требует пересмотра. В частности Закон РФ от 19.06.1992 № 3085-1 (ред. от 02.07.2013) «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации». Внимания со стороны законодателей заслуживают базовые принципы потребительской кооперации. Так, в части 2 ст. 4 указанного Закона предусмотрено, что одним из принципов демократичности управления является механизм «один пайщик – один голос». Очевидно, что в условиях существующего имущественного расслоения (различий в сумме паевых вкладов) данный критерий как раз противоречит принципам социальной справедливости. Более целесообразным видится установление связи голоса с суммой принадлежащего конкретному члену кооператива пая. Следует также более активно использовать возможности ст. 10 указанного закона: «вступающий признается пайщиком в случае принятия решения о его приеме в потребительское общество». Иными словами, пайщики должны дифференцировать целесообразность принятия новых членов в общество на условиях, указанных в ст. 4, ограничивая вступление номинальных членов (либо установив единый размер паевого вклада).

**Выводы.** Таким образом, сохранение и развитие системы потребительской кооперации в Российской Федерации является сложным многоаспектным процессом, требующим внимания, в том числе со стороны органов государственного управления. По результатам анализа состояния российской потребительской кооперации установлены причины и определены социальные ожидания населения как возможные направления развития. Изучение зарубежного опыта позволило сделать вывод, что проблемы, схожие с Российской Федерацией имеют и иные государства постсоветского пространства. Опыт дальнего зарубежья указывает на то, что потенциал потребительской кооперации достаточно высок и может быть существенно повышен.

В качестве приоритетных направлений повышения хозяйственной эффективности потребительских союзов нам видится использование основного конкурентного преимущества, которым по-прежнему является развитая региональная сеть магазинов. В рамках существующей децентрализованной системы управления указанное конкурентное преимущество не позволяет использовать весь потенциал сети. При этом также практически несущественным является эффект экономии на масштабе, характерный для представителей сетей ритейлеров. По причине удаленности некоторых деревень и, вследствие этого, сложности в организации эффективных логистических каналов эффективность системы потребкооперации следует рассматривать не столько в рамках отдельных потребительских обществ, сколько по совокупности социально-экономических критериев. Необходимо развивать современные формы и методы торговли. Следовательно, принципиальным решением логистических проблем может являться усиление заготовительной деятельности и развитие оптовых сбытовых каналов (для продукции крестьянских и фермерских хозяйств).

По нашему мнению, государство должно быть заинтересовано в существовании эффективной сети потребительской кооперации, направленной на постоянное расширение спектра предлагаемых услуг, обеспечивающих выравнивание потребительских условий жизни жителей деревни и крупных населенных пунктов. В большинстве случаев технические возможности для обеспечения указанных возможностей есть, основной проблемой выступают ограниченные организационные, экономические и кадровые возможности потребительских обществ на современном этапе.

### Список литературы

1. Степанов А.А., Губин В.В., Степанов И.А. Система потребительской кооперации: сущность и содержание [Электронный ресурс] // Управление экономическими системами. – 2012. – № 10 (46). – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/sistema-potrebitelskoy-kooperatsii-suschnost-i-soderzhanie> (дата обращения: 14.12.2017).
2. Центрсоюз Российской Федерации: офиц. сайт. – URL: <http://www.rus.coop/> (дата обращения: 1.12.2017).
3. Свердловский областной союз потребительских обществ: офиц. сайт. – URL: <http://svops.ru/> (дата обращения: 1.12.2017).
4. Стороненко М.Г. Потребительская кооперация в условиях устойчивого развития региона // Вестник Чувашского университета. – 2006. – № 7. – С. 488–495.
5. Белова Т.М. Крестьянско-фермерские хозяйства и хозяйства населения как материальная база развития несельскохозяйственных видов деятельности дотационных регионов // Сервис в России и за рубежом. – 2015. – Т. 9, № 4 (60). – С. 3–15.

6. Гордеев А. Развивать потребительскую кооперацию и сбыт продукции малыми формами агробизнеса // Экономика сельского хозяйства России. – 2008. – № 2. – С. 13–21.

7. Манжура О.В. Проблеми реорганізації системи споживчої кооперації України // Економічний часопис-XXI століття. – 2013. – № 3-4(2). – С. 29–32.

8. Маслов Є.В. В чому майбутнє споживчої кооперації? // Одеські вісті. – 2007. – № 97. – С. 4–5.

9. Григоровська С. Споживча кооперація країн світу: зарубіжний досвід і проблеми його впровадження в Україні // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2010. – № 3 (42). – С. 18–22.

10. Гуров Ю.С. Сельская потребительская кооперация Чувашии (Социальный аспект) [Электронный ресурс] // Кредитная кооперация Чувашии. – URL: [http://www.creditcoop.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=898:culture](http://www.creditcoop.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=898:culture) (дата обращения: 1.12.2017).

11. Объедкова Л.В. Развитие организационной культуры потребительской кооперации России [Электронный ресурс] // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. – 2012. – № 2. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-organizatsionnoy-kultury-potrebitelskoy-kooperatsii-rossii> (дата обращения: 14.12.2017).

12. Карпова А.А. Анализ состояния и перспективы развития мясного подкомплекса АПК Волгоградской области // Интеграция науки и производства – стратегия устойчивого развития АПК России в ВТО: материалы Международ. науч.-практ. конф., посвященной 70-летию Победы в Сталинградской битве. – Волгоград: Изд-во Волгогр. ГАУ, 2013. – Т. 4. – 468 с.

13. Балабан П.Ю., Курлейко Б.А. Глобалізація світової економіки і споживча кооперація: проблеми та перспективи подальшого розвитку / Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – 2011. – № 2 (47). – С. 22–27.

14. Лазарев В.А., Карх Д.А. Логистические услуги предприятий торговли // Управленец. – 2015. – № 3 (55). – С. 78–82.

15. Окольнішнікова І.Ю., Кузьменко Ю.Г., Конькова Е.Д. Алгоритм выбора варианта размещения хозяйствующих субъектов логистических систем торгового обслуживания // Управленец. – 2015. – № 6 (58). – С. 66–72.

## References

1. Stepanov A.A., Gubin V.V., Stepanov I.A. Sistema potrebitel'skoi kooperatsii: sushchnost' i sodержanie [The system of consumer cooperatives: the essence and content]. *Management of Economic Systems*, 2012, no. 10 (46), available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/sistema-potrebitelskoy-kooperatsii-suschnost-i-soderzhanie> (accessed 14 December 2017).

2. Tsentrsoiuz Rossiiskoi Federatsii [CENTROSOYUZ, the Russian Federation], available at: <http://www.rus.coop/> (accessed: 1 December 2017).

3. Sverdlovskii oblastnoi soiuz potrebitel'skikh obshchestv [Sverdlovsk regional union of consumer communities], available at: <http://svops.ru/> (accessed 1 December 2017).

4. Storonenko M.G. Potrebitel'skaia kooperatsiia v usloviiakh ustoichivogo razvitiia regiona [Consumer cooperation in sustainable regional development conditions]. *Bulletin of the Chuvash University*, 2006, no. 7, pp. 488–495.

5. Belova T.M. Krest'iansko-fermerskie khoziaistva i khoziaistva naseleniia kak material'naia baza razvitiia nesel'skokhoziaistvennykh vidov deiatel'nosti dotatsionnykh regionov [Peasant farm enterprises and households as material basis of non-agricultural activities subsidized regions]. *Services in Russia and Abroad*, 2015, vol. 9, no. 4 (60), pp. 3–15.

6. Gordeev A. Razvivat' potrebitel'skuiu kooperatsiiu i sbyt produktsii malymi formami agrobiznesa [To develop consumers' cooperation and sales of products with smaller forms of agribusiness]. *Economics of Agriculture of Russia*, 2008, no. 2, pp. 13–21.

7. Manzhura O.V. Problemi reorganizatsiï sistemi spozhivchoï kooperatsiï Ukraïni. *Ekonomichnii chasopis-XXI stolittia*, 2013, no. 3–4(2), pp. 29–32.

8. Maslov Ye.V. V chomu maibutne spozhivchoï kooperatsiï? *Odes'ki visti*, 2007, no. 97, pp. 4–5.

9. Grigorov'ska S. Spozhivcha kooperatsiia kraïn svitu: zarubizhnii dosvid i problemi iogo vprovadzhennia v Ukraïni. *Naukovii visnik Poltav's'kogo universitetu spozhivchoï kooperatsiï Ukraïni*, 2010, no. 3(42), pp. 18–22.

10. Gurov Iu.S. Sel'skaia potrebitel'skaia kooperatsiia Chuvashii (Sotsial'nyi aspekt). Kreditnaia kooperatsiia Chuvashii [Rural consumer cooperation of Chuvashia (social aspect). Credit cooperatives of Chuvashia], available at: [http://www.creditcoop.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=898:culture](http://www.creditcoop.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=898:culture) (accessed 1 December 2017).

11. Ob"edkova L.V. Razvitie organizatsionnoi kul'tury potrebitel'skoi kooperatsii Rossii [Specific development of organizational culture of consumer's cooperation of Russia]. *Science Journal of VolSU. Global Economic System*, 2012, iss. 3, available at: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-organizatsionnoy-kul'tury-potrebitelskoy-kooperatsii-rossii> (accessed 14 December 2017).

12. Karpova A.A. Analiz sostoianiia i perspektivy razvitiia miasnogo podkompleksa APK Volgogradskoi oblasti [Analysis of state and development prospects of meat subcomplex of the Volgograd region agro-industrial complex]. *Integratsiia nauki i proizvodstva – strategiiia ustoichivogo razvitiia APK Rossii v VTO. Materialy Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, 30 Ianuary – 1 Februry*. Vol. 4. Volgograd, Volgograd State Agricultural University, 2013, 468 p.

13. Balaban P.Iu., Kurleiko B.A. Globalizatsiia svitovoi ekonomiki i spozhivcha kooperatsiia: problemi ta perspektivi podal'shogo rozvitku. *Naukovii visnik Poltav's'kogo universitetu ekonomiki i torgivli*, 2011, no. 2(47), pp. 22–27.

14. Lazarev V.A., Karkh D.A. Logisticheskie uslugi predpriatii torgovli [Logistic services of trade enterprises]. *The manager*, 2015, no. 3 (55), pp. 78–82.

15. Okol'nishnikova I.Iu., Kuz'menko Iu.G., Kon'kova E.D. Algoritm vybora varianta razmeshcheniia khoziaistvuiushchikh sub"ektov logisticheskikh sistem torgovogo obsluzhivaniia [The algorithm for choosing a location for business entities of trading services logistic systems]. *The manager*, 2015, no. 58, pp. 66–72.

*Оригинальность 81 %*

Получено 18.12.2017    Принято 16.01.2018    Опубликовано 29.06.2018

**D.N. Yadransky**

## **CONSUMER COOPERATION – PROSPECTS OF SOVIET ANACHRONISM**

The article is devoted to issues of functioning and development of consumer cooperative enterprises in the current economic situation. The main purpose of the article is making recommendations to create prerequisites for the development of the consumer cooperation system in the Russian Federation.

General scientific and special methods, in particular dialectical, systemic, comparative analysis were basic research methods, as well as the method of logical modeling in the development of author's recommendations.

The article deals with the problem of consumer societies functioning, identifies the cause of crisis phenomena growing and assesses the world experience in this industry development. According to the results of the analysis, a conclusion is drawn that there are a sufficient number of positive examples of consumer cooperation development in European countries. The experience of Ukraine as a state that had a similar system of cooperation and reformed it independently is also considered. Common problems are decentralization of management, reduction of the aggregate village labor potential, complete lack of development of logistics channels.

The concept is formulated stipulating that it is necessary to increase the efficiency of consumer cooperative enterprises functioning by setting up a procurement system, thereby increasing the efficiency of logistic channels. The fact of importance of this industry, including development of peasant (farming) farms is stressed.

Based on the approach proposed, a set of measures of managerial influence that can improve the efficiency of consumer cooperation functioning in the Russian Federation is defined. The main directions of efficiency improvement are offered, namely maximum use of the basic competitive advantage such as a well-developed regional network of stores and double outlets using (store – procurement office).

*Keywords: consumer cooperation, functions, expansion, efficiency, problems, logistics, trade.*

**Dmitry N. Yadransky** – Doctor of Economic Sciences, Professor, Dept. of Labor Economics and Personnel Management, Ural State Economic University, e-mail: [jadransky@yandex.ru](mailto:jadransky@yandex.ru).

Received 18.12.2017    Accepted 16.01.2018    Published 29.06.2018