

УДК: 339.1

## ТОРГОВАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ

И. Н. Доренская, А. В. Морозова<sup>1</sup>

*Экономика России стабильно и динамично развивается, в результате чего происходит постепенная трансформация рыночных отношений, затрагивающая все субъекты рынка, среди которых существенное место занимает система организаций потребительской кооперации. На рынках, где традиционно представлена потребительская кооперация, происходит активное укрепление позиций средних и крупных участников и их объединений. Развиваются системы управления в торговле и производстве потребительских товаров. В статье рассмотрены факторы воздействия на уровень социально-экономической эффективности развития для торговой деятельности потребительской кооперации.*

**Ключевые слова:** состояние экономики страны, уровень кредитования, уровень конкуренции, структура торгового ассортимента.

Потребительская кооперация представляет собой открытую систему, имеющую постоянную связь с внешним окружением: рынками ресурсов и потребления. Поэтому ей приходится постоянно учитывать изменения во внешней среде и соответственно трансформировать внутрисистемные условия хозяйствования с целью укрепления своих позиций на рынке.

В этой связи факторы коммерческого успеха можно разделить на внешние, не зависящие от торгового предприятия, и внутренние, зависящие от него [1].

К факторам, не зависящим от торгового предприятия, следует отнести: состояние экономики страны (инфляцию, динамику производства товаров и др.), государственное регулирование налоговой, финансовой, таможенной политики, демографическую ситуацию, спрос потребителей, состояние платежеспособности населения, уровень конкуренции, конкурентную среду и т. д.

Ко второй группе факторов, зависящим от торгового предприятия, относятся следующие: состояние материально-технической базы, организационная

---

<sup>1</sup> Доренская Ирина Николаевна — к.э.н., доцент, Курский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»

Морозова Александра Владимировна — преподаватель, Курский институт кооперации (филиал) АНО ВО «Белгородский университет кооперации, экономики и права»

структура, кадровый потенциал, финансово-экономическое состояние торгового предприятия, уровень организации коммерческой деятельности.

Рассмотрим первую группу факторов.

Состояние экономики в государстве в достаточной степени определяет эффективность всех отраслей, в том числе и торговли. Если в стране наблюдается экономический рост, то он наблюдается и во всех отраслях экономики и наоборот.

Важным для развития коммерческой деятельности является производство товаров народного потребления. Производство товаров народного потребления является основным источником товарных ресурсов, поступающих на рынок. Чем больше предложение товаров на внутреннем рынке, тем больше возможностей у торговых предприятий закупить нужный для покупателя товар, и тем в более выгодных условиях находится потребитель [2].

Среди факторов внешнего воздействия для коммерческой деятельности немаловажен демографический. В деревнях и селах происходит более быстрыми темпами «старение» населения и сокращение средней продолжительности жизни, чем в городах. Это, в свою очередь, является фактором снижения контингента обслуживаемого населения предприятиями торговли потребительской кооперации, которые в основном расположены в сельской местности.

Снижение численности обслуживаемого населения сокращает емкость рынка и меняет его структуру. В сельских населенных пунктах проживают в основном пенсионеры, потребности которых по их доходам ограничиваются социально значимыми товарами. Вследствие этого падают объемы торговли, закрываются убыточные торговые предприятия, что негативно отражается на уровне социально-экономической эффективности развития в целом для торговой деятельности потребительской кооперации [4].

Уровень социально-экономической эффективности потребительской кооперации в целом и ее коммерческой деятельности в частности во многом определяется государственной политикой к ней в области налогообложения, а также валютного и таможенного регулирования. От ставок налогов и других обязательных отчислений зависит уровень доходности и прибыльности торгового предприятия. Например, от размера процентной ставки налога на прибыль зависит ее величина, остающаяся в распоряжении предприятия, направляемая на внутренние нужды: оплату труда, развитие материально-технической базы (техническое и технологическое совершенствование), закупку товаров, выплату дивидендов и др. [5].

На эффективность торговой деятельности непосредственное влияние оказывает уровень кредитования. Размер кредита должен быть органически увязан с принципами самофинансирования и самоокупаемости, объективными потребностями в материальных и денежных ресурсах. Если предприятия торговли нарушают условия кредитования, к ним применяются штрафные санкции, а при

нарушении сроков погашения ссуд они лишаются права на новый кредит. Это в итоге влияет на прибыльность предприятий потребительской кооперации.

Если ранее (до перехода на свободное ценообразование) размер торговых скидок, устанавливаемых государством для потребительской кооперации, учитывал издержкостность каждой товарной группы и обеспечивал рентабельность, то в настоящее время этого не происходит. Торговля социально значимыми товарами на селе стала убыточной.

Неэффективная для потребительской кооперации государственная политика в области ценообразования, налогообложения и кредитования в конечном итоге определила падение эффективности кооперативной коммерческой деятельности.

В условиях рыночной экономики главным должно стать внимание к интересам конечного потребителя. От потребителей (покупателей) в наибольшей степени зависит уровень эффективности коммерческой деятельности.

Степень удовлетворения спроса влияет на рост эффективности торгового предприятия и является, на наш взгляд, основным фактором этого роста. Так как кооперативная торговля ориентируется на спрос сельского населения, то состояние ее эффективности зависит от доходов, получаемых жителями села.

Следующим внешним фактором, влияющим на рентабельность коммерческой деятельности, является уровень конкуренции, конкурентная среда. Конкурентами для торговых предприятий потребительской кооперации являются предприятия торговли других форм собственности (государственные предприятия торговли, частные, ведомственные предприятия и др.) [3].

Переход к рынку ослабил монопольное положение предприятий кооперативной торговли на селе и усилил конкуренцию в городах. Об этой тенденции говорит изменение показателя доли рынка.

Анализ конкурентной среды показал, что потеря части потребительского рынка системой потребительской кооперации обусловлена и субъективными факторами. Большинство предприятий-конкурентов широко используют активные методы продажи товаров, проводят рациональную ассортиментную и ценовую политику, обеспечивают высокое качество торгового обслуживания, глубоко анализируют финансовые результаты каждого торгового предприятия, эффективно используют систему материального стимулирования работников, предъявляют высокие требования к кадрам, трудовой дисциплине, режиму экономии и в связи с этим обеспечивают более высокую рентабельность (примерно вдвое выше, чем в потребительской кооперации).

Рассмотрим вторую группу факторов, влияющих на результаты коммерческой работы, которые зависят непосредственно от субъекта рынка.

Состояние материально-технической базы торгового предприятия должно соответствовать современным требованиям по состоянию торговых зданий, обеспеченностью площадями, уровню технического оснащения. Основной

материально-технической базой для потребительской кооперации является торговая сеть, расположенная в основном в сельской местности.

Небольшая численность жителей в селах обуславливает наличие широкой сети мелкорозничных торговых предприятий, автомагазинов и магазинов по торговле товарами повседневного спроса. Следует отметить как положительное то, что обеспеченность торговой сетью сельских жителей все эти годы поддерживалась приближенно к нормативу.

Необходимость создания сети предприятий-эталонов и широкое распространение опыта их работы обусловлена усилением конкуренции в административных районах, обслуживаемых потребительской кооперацией.

Образцово-показательные предприятия розничной торговли должны учитывать современные требования типизации и ассортиментной политики, обеспечивать высокий уровень организации торгово-технологических процессов и рациональное использование площадей, применять прогрессивные методы продажи товаров, рекламно-информационные средства, научную организацию труда. Создание сети образцово-показательных предприятий в системе потребительской кооперации позволит повысить ее конкурентоспособность, преодолеть финансовые трудности и в конечном итоге улучшить торговое обслуживание населения.

Оптимальная организационная структура предприятия, система управления им, развитие информационных систем, своевременное реагирование на изменение рыночной ситуации, возможность быстрой реализации новых достижений и эффективных коммерческих стратегий, а также количественный и качественный состав кадров, высокая профессиональная подготовка коммерческого персонала, квалификация и опыт коммерсантов-менеджеров являются внутренними факторами эффективного функционирования коммерческой деятельности.

К внутренним факторам коммерческого успеха субъекта рынка следует отнести также объем его деятельности, структуру торгового ассортимента, качество товаров и услуг, наличие взаимовыгодных договоров поставки, качество их выполнения, эффективную рекламу и систему стимулирования продаж, оптимальные затраты на продвижение товаров на рынок, высокий имидж, положительную репутацию.

Наличие множества факторов, их взаимосвязь, динамизм требует изучения и глубокого анализа степени влияния их на конечный результат коммерческой деятельности предприятия.

Таким образом, задача работников торговых служб системы потребительской кооперации — грамотно изучать, анализировать и учитывать степень влияния этих факторов на организацию коммерческой деятельности для получения наилучшего экономического результата.

### Литература и источники

1. Виноградова Н. И., Морозова А. В. Анализ факторов, способствующих благоприятному развитию предприятий розничной торговли / в сборнике: «Малый бизнес России: состояние, тенденции развития, реализуемость» Материалы научно-практической конференции, 28 октября 2010 года. Российский гос. торгово-экономический ун-т, Курский фил., Курск, 2011. С. 93-101.
2. Доренская И. Н. Совершенствование бизнес-процессов в розничной торговле организаций потребительской кооперации / диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Белгород. ун-т потреб. кооп. экон. и права. Белгород, 2011.
3. Морозова А. В. Резервы роста рентабельности деятельности кооперативных организаций / в сборнике: современные тенденции экономики и управления Материалы международной научно-практической конференции. Курский институт кооперации. 2016. С. 118-125.
4. Семерова О. С. Совершенствование аналитических действий работников кооперативных организаций, как один из способов увеличения финансовых результатов / В сборнике: Образование и кооперация материалы международного форума, посвященного 25-летию юбилею Программы УНИТВИН/кафедры ЮНЕСКО. 2017. С. 375-381.
5. Фирсова А. А. Экономика потребительской кооперации: Учебное пособие. — Белгород: Издательство БУКЭП, 2012. — 123 с.

## TRADING ACTIVITIES OF CONSUMER COOPERATIVES IN CONDITIONS OF MARKET RELATIONS

**Dorenskaya I.N., Morozova A.V.**

*Dorenskaya Irina Nikolaievna* — Ph. D., associate Professor, Kursk Institute of Cooperation (branch of the Belgorod University of Cooperation, Economics & Law)

*Morozova Alexandra Vladimirovna* — lecturer, Kursk Institute of Cooperation (branch of the Belgorod University of Cooperation, Economics & Law)

*Abstract.* Russia's economy is stable and dynamic, resulting in a gradual transformation of market relations affecting all market players, among which a significant place is occupied by the system of consumer cooperation organizations. In markets where traditionally represented consumer cooperation, there is an active strengthening of the position of medium-sized and large participants and their associations. Develop management system in trading and production of consumer goods. In the article the

factors of influence on the level of socio-economic efficiency of development for trading activities of consumer cooperative societies.

*Keywords:* the state of the economy, the level of credit, level of competition, the structure of the trading range.

### References

1. Vinogradova N.I., Morozova A.V. Analiz faktorov, sposobstvujushhих blagoprijatnomu razvitiyu predpriyatij roznichnoj trgovli / v sbornike: «Malyj biznes Rossii: sostojanie, tendencii razvitija, realizuemost'» Materialy nauchno-prakticheskoy konferencii, 28 oktjabrja 2010 goda. Rossijskij gos. trgovo-jekonomicheskij un-t, Kurskij fil., Kursk, 2011. S. 93-101. *(in Russian)*

2. Dorenskaja I.N. Sovershenstvovanie biznes-processov v roznichnoj trgovle organizacij potrebitel'skoj kooperacii / dissertacija na soiskanie uchenoj stepeni kandidata jekonomicheskikh nauk / Belgorod. un-t potreb. koop. jekon. i prava. Belgorod, 2011. *(in Russian)*

3. Morozova A.V. Rezervy rosta rentabel'nosti dejatel'nosti kooperativnyh organizacij / v sbornike: sovremennye tendencii jekonomiki i upravlenija Materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii. Kurskij institut kooperacii. 2016. S. 118-125. *(in Russian)*

4. Semerova O.S. Sovershenstvovanie analiticheskikh dejstvij rabotnikov kooperativnyh organizacij, kak odin iz sposobov uvelichenija finansovyh rezul'tatov / V sbornike: Obrazovanie i kooperacija materialy mezhdunarodnogo foruma, posvjashhennogo 25-letnemu jubileju Programmy UNITVIN/kafedry JuNESKO. 2017. S. 375-381. *(in Russian)*

5. Firsova A.A. Jekonomika potrebitel'skoj kooperacii: Uchebnoe posobie. — Belgorod: Izdatel'stvo BUKJeP, 2012. — 123 s. *(in Russian)*