

Развитие закупок сельскохозяйственной продукции и сырья в потребительской кооперации

Воскобойников Я.М., доцент,

АНО ОВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»

Аннотация. Потребительская кооперация – это старейшая и самая крупная кооперативная организация России. В 2016 году она отмечает 185-летие своей работы. Более ста двадцати лет она является членом Международного кооперативного альянса.

Ключевые слова: потребительская кооперация, система Центросоюза, сырье, закупки, государство.

Development of procurement of agricultural products and raw materials in consumer cooperative

Voskoboinikov Ya.M., associate Professor,

ANO PSB CA RF «Russian University of cooperation»

Annotation. Consumer cooperation is the oldest and largest cooperative organization of Russia. In 2016, it marks the 185th anniversary of its work. Over twenty years she is a member of the International cooperative Alliance.

Keywords: consumer cooperation, the system of the Central Union, raw material, purchasing, state.

Потребительская кооперация, объединенная в систему Центросоюза, всегда выступала надежным партнером государства. Сегодня она обеспечивает торговым и бытовым обслуживанием практически все сельское население в 89 тысячах населенных пунктов в 70 регионах страны, причем в 54 тысячах населенных пунктов, обслуживаемых потребительской кооперацией сегодня

проживает менее 100 человек в каждом. Центросоюз России объединяет около 3 тысяч потребительских обществ и около 4 миллионов пайщиков. Организации потребительской кооперации системы Центросоюза России обеспечивают работой около 200 тыс. человек по всей стране. Кооперативные организации вводят закупки сельскохозяйственной продукции с подворий, перерабатывают ее на своих предприятиях и реализуют через свои магазины и предприятия общественного питания, способствуя тем самым обеспечению продовольственной безопасности страны, решению проблемы продовольственного импортозамещения, повышения занятости жителей села и снижения уровня их бедности.

Потребительская кооперация еще в Советский период развития выступала одним из основных заготовителей в стране. Заготовки были ее второй после торговли ведущей отраслью. В закрепленных зонах она производила закупки картофеля, овощей, плодов, цитрусовых, винограда, бахчевых культур, дикорастущих плодов и ягод. Кооперативные организации заключали договоры контрактации с колхозами и совхозами, а также несли полную ответственность за организацию закупок и приемку от колхозов и совхозов своей зоны всей товарной плодоовощной продукции.

Потребительская кооперация широко участвовала в закупках яиц в колхозах, совхозах и у населения. Она была основным заготовителем шерсти, дикорастущих плодов и ягод, грибов, орехов, меда, воска, лекарственно-технического сырья. Организации потребительской кооперации повсеместно закупали кожевенное, меховое, пухо-перовое сырье, лом металлов и вторичное сырье.

Доля потребительской кооперации в государственных закупках страны к концу 80-х годов составляла в процентах: по картофелю - около 50%, овощам - около 30%, плодам и ягодам - около 20%, яйцам - более 12%, шерсти - около 40%, кожсырью - более 30%.

В отличие от государственных заготовительных организаций, специализировавшихся на закупках отдельных видов сельскохозяйственных

продуктов, потребительская кооперация была универсальной заготовительной системой, закупувшей по государственному плану свыше 60 видов продукции сельского хозяйства. В заготовительном обороте кооперативных организаций значительный удельный вес занимали более высокие по трудозатратам закупки мелких партий сельскохозяйственных продуктов и сырья у населения.

Заготовительная отрасль потребительской кооперации в конце 80-х годов XX века была важной составной частью народнохозяйственного агропромышленного комплекса страны. Ей принадлежала ведущая роль в формировании продовольственных товарных ресурсов потребительской кооперации. В эти годы доля заготовительной отрасли в общем объеме продовольственных ресурсов системы составляла 30-35%.

Первичным звеном заготовительно-перерабатывающего комплекса потребительской кооперации в это время были селькоопзаготпромы, создание которых взамен заготконтор рассматривалось в комплексе мер по решению проблемы увеличения объема закупок сельскохозяйственной продукции, обеспечению ее сохранности в процессе доведения до конечного потребителя. Они должны были стать главной, производственно-хозяйственной ячейкой потребительских обществ на селе.

Смысл создания селькоопзаготпромов состоял в выполнении ими комплекса функций по обеспечению товародвижения произведенной сельскохозяйственной продукции. В оптимальном варианте эти предприятия выполняли полный набор функций: заготовка, переработка, хранение и розничная продажа части продукции, а также предоставление услуг населению. При этом предполагалось, что создание сети селькоопзаготпромов позволит повсеместно осуществлять прием практически любых партий сельскохозяйственной продукции у населения, а также целенаправленно формировать объем и структуру производства продукции в личных подсобных хозяйствах и активно влиять на направление ее использования.

Начиная с 1992 года, численность селькоопзаготпромов постоянно снижалась (с 4780 на 01.01.1991г. и до 0 на 01.01.2003г.) по причине спада

объемов сельскохозяйственного производства, нарушения хозяйственных связей, снижения покупательной способности сельского населения, уменьшения объема собственных оборотных средств, увеличения ставок по кредиту и высоких налогов.

Проведенные в 1999-2005 гг. Центросоюзом РФ научно-практические конференции рекомендовали системе перестроить работу по закупкам сельскохозяйственной продукции, обеспечить их наращивание, закупки всей продукции, предложенной к реализации в хозяйствах населения, в том числе через магазины – приемозаготовительные пункты.

Закупки сельскохозяйственной продукции и сырья являются сегодня одним из важнейших видов деятельности организаций потребительской кооперации. Хотя удельный вес закупок в совокупном объеме их деятельности составляет около 10 процентов и занимает второе место после розничной торговли и производства потребительских товаров, но именно хорошо организованные закупки позволяют обеспечивать стабильную работу предприятий торговли и перерабатывающей промышленности, решать социальные проблемы сельского населения.

На протяжении последнего десятилетия закупки сельскохозяйственной продукции и сырья рассматриваются организациями потребительской кооперации как наиболее социально значимая отрасль потребительской кооперации, а закупка всей сельхозпродукции, предлагаемой населением как одно из главных направлений борьбы с бедностью. Причем модель функционирования отрасли предлагается в рамках единого комплекса: заготовка – переработка – сбыт. В сегодняшней ситуации, связанной с проведением политики импортозамещения, необходимо вновь четко сформулировать социальное значение закупок в личных подсобных хозяйствах граждан, которое заключается в том, что потребительская кооперация обеспечивает сельскому населению сбыт, доходы и занятость общественно-полезным трудом, а в масштабах страны решает проблему укрепления её продовольственной безопасности.

По данным Росстата РФ в нашей стране в семейном владении находится около 16,0 млн., 5,1 млн. приусадебных хозяйств, 14,5 млн. садов. огородов. В них от общего объема сельскохозяйственной продукции страны производится около 60 процентов мяса, примерно 50 процентов молока, около 1/3 яиц, собирается более 90 процентов картофеля, плодов, ягод, выращивается около 80 процентов овощей. Но, к сожалению, многие кооперативные организации пока еще слабо ведут работу по освоению ресурсов сельскохозяйственной продукции в личных хозяйствах населения, по закупкам лекарственно-технического сырья, дикорастущих, плодов, ягод, грибов. Здесь не следят за рынком сельхозпродукции, не работают с ее производителями, с датчиками, потребителями, не создают специальные подразделения, не решают вопросы сбыта.

Как свидетельствуют данные выборочного обследования Всероссийского НИИ экономики сельского хозяйства, доля частных скупщиков продукции подсобных хозяйств сельского населения составляет в среднем более 40,0%, в то время как организации потребительской кооперации осваивают лишь 4,6% ее ресурсов.

Превращению потребительской кооперации в основного заготовителя на селе, а значит повышению ее роли в обеспечении продовольственной безопасности страны в ближайшие годы будет способствовать наличие созданной еще в советское время материально-технической базы заготовок, предприятий, осуществляющих переработку, сельскохозяйственной продукции, широкой сети предприятий торговли, общественного питания, реализующих населению сельскохозяйственную продукцию, а также наличие специалистов соответствующей квалификации.

Одна из ключевых проблем подъема заготовительной отрасли – управление закупками и сбытом сельскохозяйственной продукции и сырья. Этой деятельностью должны заниматься специальные службы потребсоюзов. Поиск источников сырья, рынков сбыта, финансовых ресурсов, организационная работа

с пайщиками и населением, координация закупочной и сбытовой деятельности системы на рынке – далеко не полный круг задач этих служб.

Управление закупками и сбытом сельскохозяйственной продукции и сырья означает решение следующих задач: выявление имеющихся ресурсов сельскохозяйственной продукции и сырья, изделий личных подсобных хозяйств и промыслов; установление договорных отношений с владельцами продукции, сырья, изделий; повышение уровня организации закупок; обеспечение своевременности расчетов со сдатчиками; расширение зоны закупок.

Главное внимание в закупках сельскохозяйственной продукции и сырья организации потребительской кооперации должны уделять фермерским и личным подсобным хозяйствам путем установления долгосрочных договорных отношений. В договорах целесообразно предусматривать производство продукции с заранее определенными потребительскими свойствами, к определенному сроку, в соответствии с заказом, размещаемым среди производителей до начала весенне-полевых работ. При этом производителей следует обеспечивать качественными семенами, молодняком, кормами, средствами малой механизации, знакомить с современными агротехническими технологиями выращивания продукции с заданными свойствами.

Организации потребительской кооперации должны в договорах гарантировать приемку всей произведенной населением продукции, а также лекарственно-технического сырья, дикорастущих плодов, ягод и грибов, вторичного и кожевенного сырья через магазины, в том числе в форме товарообмена.

Взаимоотношения потребительского общества с пайщиками и сельским населением также необходимо строить на основе договоров, в которых следует предусматривать взаимные обязательства и ответственность сторон, льготы для пайщиков с целью повышения их заинтересованности, например, приемка произведенной продукции на месте, ее хранение у сдатчика с последующей поставкой в торговую сеть по мере необходимости, обработка огородов,

переработка давальческого сырья, продажа товаров и оказание услуг по сниженным ценам.

Договоры делового сотрудничества между школами и потребительскими обществами – одно из современных направлений развития заготовительной отрасли. В этих договорах можно предусматривать обязательства школ по заготовке продукции для потребительского общества, а с другой стороны продажу школам на льготных условиях художественной литературы, школьно-письменных принадлежностей, мебели и т.д.

Естественно нельзя оставить без внимания финансовый аспект.

Закупочная деятельность должна приносить доходы и быть при этом как можно менее издержкостной.

Важным вопросом в решении задачи повышения рентабельности закупочной деятельности является выбор ценовой стратегии. При этом надо исходить из того, что в качестве определяющего фактора увеличения доходов следует использовать не повышение цен, а увеличение объемов, расширение ассортимента, повышение качества сельскохозяйственной продукции и сырья, снижение издержек.

Целесообразно повсеместно внедрять в практику принцип внутреннего хозрасчета и определять прибыль от закупок и сбыта конкретных видов продукции, отдельных заготовительно-сбытовых операций, рентабельность заготовительной деятельности магазинов – заготпунктов и других структурных подразделений отрасли.

При увеличении доходов и уменьшении расходов обеспечивается получение большего размера прибыли, а потому доходы рассматриваются как фактор, оказывающий влияние на сумму прибыли и рентабельность. В цене конкретного товара доход (без НДС) образуется за счет сумм надбавок по реализованным сельскохозяйственным продуктам, закупаемым у юридических лиц и разницы между ценой реализации без НДС и закупочной ценой по сельскохозяйственным продуктам и сырью, закупленным у физических лиц. Правильное установление надбавок возможно при определении

издержкостности того или иного вида продуктов и сырья. Отчетные калькуляции затрат по видам сельхозпродукции сегодня почти нигде не составляются и поэтому уровень заготовительных надбавок часто необоснован. С учетом цен рынка названные надбавки неоднократно пересматриваются в сторону уменьшения (увеличения).

Необходимо вести отдельный учет всех качественных показателей по отраслям деятельности, начиная с магазина - приемозаготовительного пункта, до сводных отчетов по облпотребсоюзу.

Для реализации программы закупочной деятельности необходимо восстановить там, где это целесообразно сеть заготовительных пунктов в сельской местности, а также расширить закупки товаров сельскими магазинами потребительской кооперации, действующими по схеме «магазин – заготпункт».

Серьезная проблема, почти трагедия современной России - отсутствие достаточного количества скотобойных пунктов на селе. Сегодня их на всю систему потребительской кооперации всего лишь 135 единиц.

Опыт Удмуртского гореспотребсоюза показывает, что организация скотобойных пунктов дает положительные результаты. Снимаются многие проблемы у сдатчиков мяса. Районное потребительское общество предоставляет транспорт для доставки скота, каждая туша взвешивается, цены устанавливаются с учетом упитанности и вполне сопоставимы с ценами мясокомбинатов, скот обследуется ветеринарной службой, расчет производится сразу после сдачи мяса. Устраняются перебои в обеспечении мясом колбасных цехов. По сравнению с подворным забоем за счет обеспечения стандартной разделки туш увеличивается выход мяса, которое отправляется в производство в охлажденном виде, что значительно повышает качество колбасных изделий и мясных полуфабрикатов. Кроме того, себестоимость мяса в скотобойных пунктах ниже, чем в частных подворьях. Это позволяет снизить себестоимость каждого килограмма выпускаемой продукции. На базе скотобойных пунктов здесь созданы специализированные магазины «Мясная лавка», где покупателям предлагается до 100 наименований мясной продукции, субпродуктов,

полуфабрикатов. Переработка мяса производится и предприятиями общественного питания. В результате объем продажи мяса по Удмуртскому потребсоюзу из года в год растет. В результате у владельцев подворий появилась уверенность в сбыте произведенной продукции и с 2005 года потребительская кооперация республики стала обеспечивать сельское население молодняком скота и птицы. Столь же серьезный подход наблюдается в системе Удмуртского респотребсоюза и в закупках молока, растениеводческой продукции и ее переработке на консервном заводе. Деятельность потребительской кооперации поддерживается президентом Удмуртии и органами местного самоуправления. Эта поддержка в частности выражается в выделении льготных кредитов на закупку сельхозпродукции и сырья у населения, на приобретение оборудования для переработки, на возмещение транспортных расходов по доставке товаров в глубинку. Подобный ответственный государственный подход демонстрируют на протяжении последнего десятилетия кооператоры при поддержке государства в Башкирском, Мордовском, Татарском, Чувашском республиканских и Калужском и целом ряде областных потребсоюзов. К сожалению так обстоят дела далеко не везде. Потребительская кооперация страны могла бы повсеместно полнее задействовать свою материально-техническую базу, кадры, однако сдерживает отсутствие средств на эти цели.

Национальным проектом «Развитие АПК» предусматривалось обеспечить ускоренное развитие животноводства, стимулирование эффективного использования потенциала личных подсобных и крестьянских (фермерских) хозяйств. Для обеспечения сбыта возрастающих объемов этой продукции было намечено создать сеть сельскохозяйственных потребительских кооперативов по заготовкам, снабжению, сбыту и переработке сельскохозяйственной продукции. При этом потребительская кооперация, которая создает необходимые условия для жизни тружеников села, располагает важными объектами социальной инфраструктуры, такими как магазины, предприятия общественного питания, бытового обслуживания, медицинские и ветеринарные аптеки, предприятия по закупке и переработке сельскохозяйственной продукции, и несет огромные

затраты на их содержание и развитие, не была включена в число участников национального проекта на государственном уровне в части выделения целевых кредитов. На наш взгляд -это была по самым скромным оценкам серьезная ошибка, которую настало время исправить.

Следует отметить, что включение потребительской кооперации в число получателей субсидий по кредитам позволит с наименьшими затратами средств ускорить развитие материально-технической базы для закупки, переработки и сбыта сельскохозяйственной продукции, объемы производства которой значительно возрастут.

Потребительская кооперация обладает старейшей и единственной действующей сегодня в стране системой закупок сельскохозяйственной продукции у населения и должна стать равноправной участницей национального проекта «Развитие АПК».

Для обеспечения эффективной деятельности потребительской кооперации в современных условиях необходимо сосредоточить конкретную организаторскую работу по реализации национального проекта «Развитие АПК» в областных, краевых, республиканских союзах, потребительских обществах, кооперативных предприятиях, сконцентрировав их усилия на следующих основных направлениях:

- активизировать взаимодействие с органами государственной власти и местного самоуправления в создании общественных комиссий по вопросам поручительства и контроля над использованием кредитов главами личных подсобных и крестьянско-фермерских хозяйств;

- принимать активное участие в разработке региональных и муниципальных программ развития АПК и сельских территорий, добиваться получения субсидий на возмещение части затрат на уплату процентных ставок по кредитам на создание кооперативов, модернизацию предприятий по переработке и хранению продукции;

- использовать возможности вхождения организаций потребительской кооперации в создаваемые сельскохозяйственные потребительские, закупочные,

снабженческо-сбытовые, перерабатывающие кооперативы в качестве ассоциированных членов, а также в качестве членов сельскохозяйственных кредитных кооперативов;

– оказывать личным подворьям граждан помощь в приобретении молодняка скота и птицы, семян, вспашке огородов, уборке урожая, проводить эту работу на долговременной договорной основе;

обеспечить выполнение решений по организации в районах скотобойных пунктов, предприятий по переработке молока, увеличению парка скотовозов и молоковозов, создать передвижные пункты для приемки молока в отдаленных сельских поселениях;

– проводить модернизацию колбасных, консервных, хлебопекарных, других производственных предприятий, осуществлять перепрофилирование простаивающих колбасных цехов на выпуск мясных полуфабрикатов, повышать качество товаров, расширять их ассортимент, улучшать упаковку, шире использовать рекламу для обеспечения сбыта продукции;

– усилить работу по оснащению розничных торговых предприятий холодильным оборудованием, в том числе по договорам с поставщиками продукции, что позволит расширить ассортимент реализуемых товаров, требующих особых условий хранения.

Существуют проблемы, которые необходимо решать на Федеральном уровне. Наиболее актуальная проблема касается внесённых в декабре 2015 года изменений в закон № 209-ФЗ, которые, среди прочего, уточняют порядок отнесения юридических лиц и индивидуальных предпринимателей к субъектам малого и среднего предпринимательства. Так, из перечня субъектов МСП исключены потребительские кооперативы. Данные изменения не обсуждались ни с общественностью, ни с предпринимателями. В случае их вступления в силу, с 2017 года кооперативные предприятия перестанут получать государственную помощь в качестве субъектов малого и среднего предпринимательства. Еще одна проблема касается вопросов оказания грантовой поддержки

потребкооперации, которой успешно пользуются сельхозпотребкооперативы системы Министерства сельского хозяйства.

Согласно действующему законодательству, чтобы потребительские общества смогли получить такую помощь, они должны соблюдать определённый критерий – выручка потребобществ не может быть менее 70 процентов от закупки и переработки сельхозпродукции. Центросоюз России долгое время стараемся убедить власти изменить эту норму. В этом вопросе его поддерживает Минсельхоз. Однако, Минфин упорно отказывается идти навстречу. Вместе с тем, кооператоры продолжают функционировать в убыток, обслуживая автолавками жителей малонаселённых деревень, удалённых от крупных городов. Органы исполнительной власти каждого из регионов страны понимают важность этой работы. Но мало кто готов разделить с кооператорами финансовое бремя, связанное с доставкой продуктов первой необходимости до адресата. Хотя, согласно Федеральному закону от 2003 года № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» это является обязанностью муниципалитетов.

В России сегодня создаются крупные продовольственные элеваторы, логистические комплексы, которые будут обслуживать крупных сельхозтоваропроизводителей. Но кто поедет закупать: бабушкины яблоки, картофель, пару ведер помидоров и огурцов? Это может сделать только потребкооперация. Критерий в 70 процентов не нужен, в этом Центросоюз России сегодня поддерживают и Госдума, и Совет Федерации. Необходимо работать над тем, чтобы Минсельхоз, Минэкономразвития и Минфин РФ также поддержали потребкооперацию. Многие годы после развала СССР потребительская кооперация работала в непростых условиях. Кризис, в котором пребывает российская экономика сегодня, заставляет искать новые пути решения проблем. Потребкооперация, как составная часть народного хозяйства, безусловно, чувствует на себе все последствия общего спада. За 185-летнюю историю система потребительской кооперации пережила не один кризис. Но именно сегодня государство своим

волевым решением способно значительно облегчить ее работу и получить мощную отдачу в виде поступления налогов, создания рабочих мест, существенного вклада в развитие социально-экономического благополучия села, программ импортозамещения и многого другого. Требуется лишь от слов перейти к делу.

Библиографический список

1. Абрамов Д.А. Заготовительная и сбытовая деятельность сельскохозяйственных потребительских кооперативов и её отражение в бухгалтерском учете // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. № 1. С. 171-174.

2. Адамов Н.А. Особенности создания и функционирования жилищно-строительных кооперативов // Российский экономический интернет-журнал. 2013. № 4. С. 2.

3. Брыкин А. Пути развития малого и среднего бизнеса на рынке электроники России. логистика и кооперация // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2011. № 4. С. 56-58.

4. Булатов А.Н. Стратегические принципы управления промышленной кооперацией // Российский экономический интернет-журнал. 2010. 4.

5. Булатов А.Н. Промышленная кооперация в контексте системно-синергетического подхода // Российский экономический интернет-журнал. 2010. 4.

6. Булатов А.Н. Принципы и направления методологической парадигмы промышленной кооперации // Российский экономический интернет-журнал. 2010. 4.

7. Булатов А.Н. К вопросу о сущности промышленной кооперации // Российский экономический интернет-журнал. 2010. 4.

8. Булатов А.Н. К вопросу о соотношении промышленной кооперации, концентрации, специализации и кластеризации // Российский экономический интернет-журнал. 2010. 4.

9. Бунеева Р.И. Концептуальные основы совершенствования социально-экономического механизма некоммерческой организации (на примере организаций потребительской кооперации) // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. № 1. С. 266-268.

10. Гладилин А.В., Эдилова З.Г. Методические аспекты формирования системы кооперации и интеграции в АПК региона // Российский экономический интернет-журнал. 2009. № 2.

11. Сорокина И.Э. Конкурентоспособность торговых организаций потребительской кооперации в условиях глобализации // Российский экономический интернет-журнал. 2009. № 2.

12. Сорокина И.Э. Государственная поддержка кооперативных организаций России в условиях глобальной экономики // Российский экономический интернет-журнал. 2009. № 3.

13. Пуриц С.М. Оценка эффективности деятельности кредитных потребительских кооперативов граждан // РИСК: Ресурсы, информация, снабжение, конкуренция. 2010. № 2. С. 197-200.