

УДК 005.412:658.12

Гончаренко В.В.\*

**ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ РОСТА ОРГАНИЗАЦИЙ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

*В статье обосновываются отдельные теоретические положения и методические подходы по формированию стратегии экономического роста организаций потребительской кооперации. Автором предложена система показателей оценки эффективности стратегий роста, которая повышает обоснованность практических рекомендаций по ее реализации в современных условиях.*

**Ключевые слова:** потребительская кооперация, стратегия роста, экономические показатели, бизнес-процессы, коммерческая деятельность.

**Гончаренко В.В. Формування стратегії росту організацій споживчої кооперації.**

*У статті обґрунтовуються окремі теоретичні положення й методичні підходи щодо формування стратегії економічного росту організацій споживчої кооперації. Автором запропонована система показників оцінки ефективності стратегій росту, що підвищує обґрунтованість практичних рекомендацій з її реалізації в сучасних умовах.*

**Ключові слова:** споживча кооперація, стратегія росту, економічні показники, бізнес-процеси, комерційна діяльність.

**V.V.Goncharenko. Shaping to strategies of the growing organization consumer cooperation.** *Some theoretical positions and methodical approaches are motivated in article on shaping the strategies of the economic growing organization consumer cooperation. The author is offered system of the factors of the estimation to efficiency growing strategy, which raises the results practical recommendation on its realization in modern condition.*

**Key words:** consumer cooperation, strategy of the growing, economic factors, business-processes, commercial activity.

**Постановка задачи.** Стратегия экономического роста организаций потребительской кооперации выступает основой гарантированного обеспечения населения доступными продуктами и услугами. Система потребительской кооперации, обеспечивающая свое развитие путем осуществления как социальной, так и экономической деятельности, обладает значительным потенциалом роста в условиях социализации общественных отношений, наблюдаемой на фоне позитивной динамики результатов экономической деятельности в Украине. Стратегия экономического роста потребительской кооперации призвана решать важнейшие проблемы, характерные для современного этапа развития системы и определять направление поведения организаций в конкурентной среде для обеспечения реализации социальной миссии и повышения конкурентоспособности системы потребительской кооперации в целом. Формирование стратегии экономического роста требует рассмотрения вопросов оценки экономического роста и факторов, его обуславливающих, а также определения места экономического роста в системе экономического развития.

**Анализ исследований и публикаций.** Изучению макроэкономических проблем экономического роста посвящены работы российских, отечественных и зарубежных ученых: А. Смита, Дж. Кейнса, Р. Солоу, Р. Харрода, С. Кузнецца, В. Леонтьева, Й. Шумпетера, Л.И. Абалкина, Д.С. Львова, Н.Я. Петракова, О.Ф. Балацкого [1], В.Н. Гееца, И.П. Булеева, Р.Н. Лепы и других. Вопросы формирования стратегического поведения хозяйствующих субъектов рассматриваются в работах М. Портера, М. Мескона, П. Друкера, И. Ансоффа, Г. Минцберга, А. Томпсона, О.С. Виханского, А.А. Садекова [2], В.П. Стасюк, Н.Г. Гузя.

**Особенности процессов экономического роста и факторов его определяющих в организациях потребительской кооперации** отражены в работах В.И. Теплова, Е.В. Исаенко, И.А.

\* соискатель, Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского, г. Донецк

Маркиной [3], Т.Н. Прижигалинской [4], Л.Т. Снитко, О.И. Клименко, А.Р. Бернвальда, З.А. Капелюк, Л.П. Наговициной, К.А. Раицкого, Л.А. Сипко, М.В. Хайруллиной, В.П. Сторожук [5] и ряда других.

Однако многие вопросы методического характера, связанные с организацией бизнес-процессов коммерческой деятельности организаций потребительской кооперации проработаны на наш взгляд недостаточно. Весьма дискуссионным является вопрос о качественном определении экономического роста микроэкономических систем, в соответствии с которым должна определяться цель реализации стратегии экономического роста потребительской кооперации, отличная от целей коммерческих организаций, функционирующих на рынке товаров и услуг. Вследствие этого, дальнейшей разработки требует проблема формирования системы оценки экономического роста потребительской кооперации, которая учитывала бы динамику промежуточных и конечных результатов многоотраслевой деятельности системы как в рыночной, так и в нерыночной сфере.

**Целью статьи** является изучение проблематики формирования конкурентных стратегий экономического роста потребительской кооперации и разработки методического инструментария их оценки и направлений реализации.

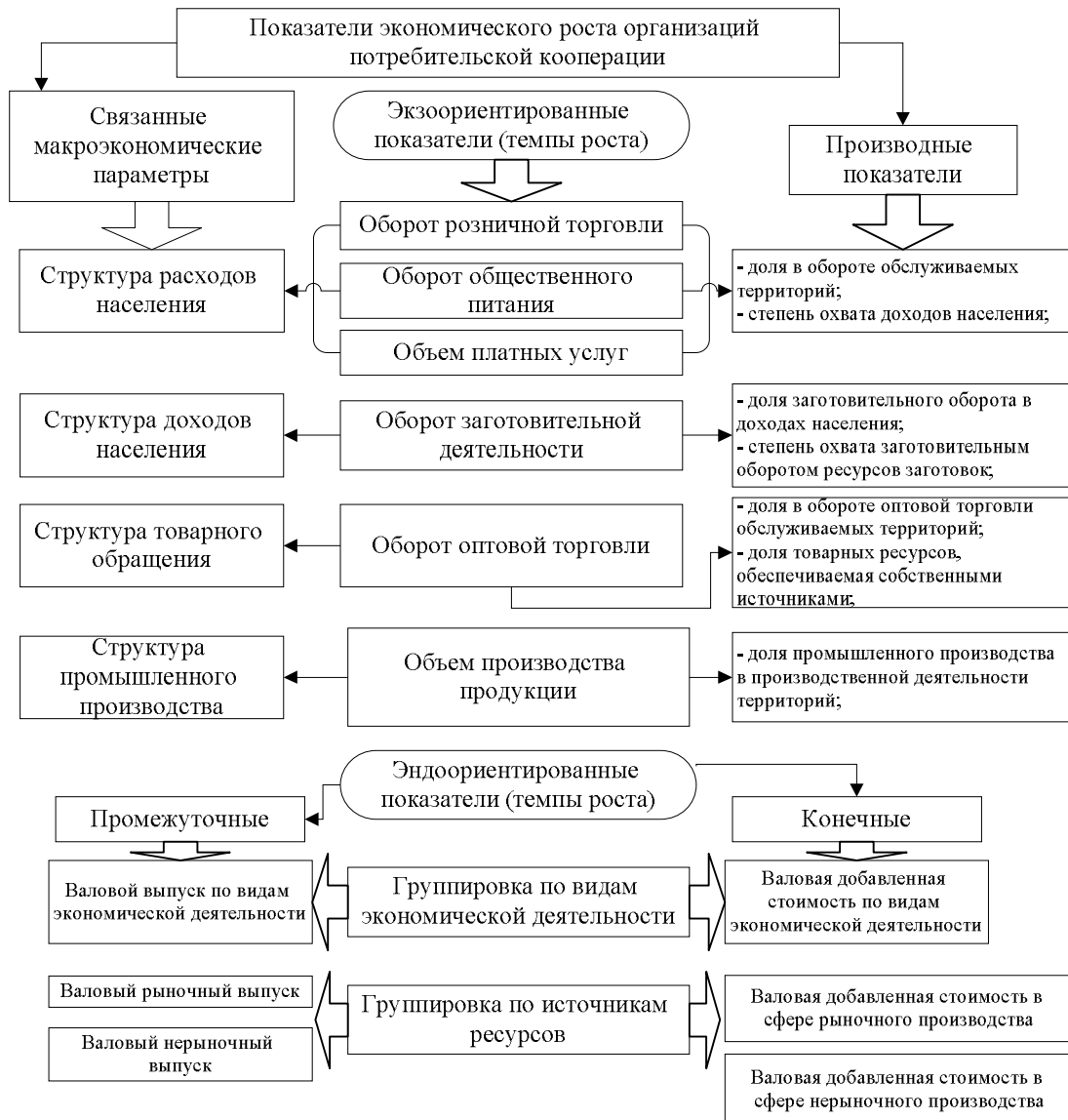


Рис. 1 - Система показателей экономического роста организаций потребительской кооперации [4, с. 90]

**Изложение основного материала.** Специфика деятельности потребительской кооперации требует разработки научного обоснования функциональных стратегий экономического роста, направленных на коинтеграцию положительной динамики экономических результатов

деятельности кооперативных организаций и сбалансированности объемов и качества удовлетворения потребностей пайщиков и обслуживаемого населения.

В работе [4, с. 89] предложена система показателей экономического роста организаций потребительской кооперации, сформированная на основе расширенной концепции производства, охватывающая подсистемы *экзоориентированных и эндоориентированных показателей*, позволяющая осуществлять оценку вклада системы в обеспечение макроэкономических параметров экономического роста, а также конечных и промежуточных результатов и источников их образования в разрезе видов экономической деятельности (рис. 1).

В рамках данной системы показателей целесообразно провести анализ процесса формирования и распределения добавленной стоимости, который показывает, что выполнение социальной миссии организациями потребительской кооперации реализуется посредством нерыночного выпуска сферы услуг, источником финансирования которого выступает добавленная стоимость, произведенная посредством осуществления прочих видов экономической деятельности и распределяемая среди обслуживаемого населения в виде трансфертов в натуральной форме. Очевидно, что в количественном выражении объем трансфертов в натуральной форме, переданных пайщикам и обслуживаемому населению, будет совпадать с величиной валового нерыночного выпуска. В этой связи возникает проблема определения соотношения между рыночным и нерыночным выпуском, которое обеспечивает устойчивое функционирование и рост кооперативных организаций. Для решения данной проблемы нами предлагается дополнить методику представленную в работе [4, с. 93] и ввести два критерия экономического роста организаций потребительской кооперации - *необходимый и достаточный*. Необходимый критерий экономического роста предусматривает, что величина чистых сбережений является положительной величиной, то есть организации потребительской кооперации лишь возмещают текущие затраты и потребление основного капитала, но не осуществляют накопление основного капитала, оборотных средств и т.п. Достаточный критерий экономического роста предполагает, что кооперативные организации осуществляют накопление капитала в соответствии с некоторой нормой, определяемой в процентном выражении от рыночного выпуска.

В ходе исследования установлено, что экономический рост кооперативных организаций, определяемый на основе валового выпуска в соответствии с выделенными критериями, может быть описан в виде системы неравенств:

$$T_{BB} > 100\% \Leftrightarrow \frac{T_{BB\Delta}(1-d_0)}{(1-d_1)} > 100\%;$$

$$d < \frac{t}{1+t} \quad - \quad \text{необходимый критерий} \tag{1}$$

$$d < \frac{t-k}{1+t-k} \quad - \quad \text{достаточный критерий}$$

где  $T_{BB}$  – темп роста валового выпуска организаций потребительской кооперации, %;  
 $T_{BB\Delta}$  – темп экономического роста, обусловленный экономической деятельностью организаций потребительской кооперации (темп роста рыночного валового выпуска), %;  
 $t$  – доля чистого дохода в рыночном выпуске кооперативных организаций;

$$k = \frac{ЧС}{ВВр} \quad - \quad \text{норма накопления капитала кооперативных организаций};$$

$ЧС$  – величина чистого сбережения, грн.;

$ВВр$  – рыночный валовой выпуск кооперативных организаций, грн.;

$d_1, d_0$  – доля нерыночного валового выпуска в общем объеме валового выпуска кооперативных организаций в отчетном и базисном периоде соответственно.

Учитывая, что величина доли чистого дохода в рыночном выпуске кооперативных организаций может изменяться в пределах от 0 до 1, интервал изменения доли нерыночного выпуска в валовом выпуске кооперативных организаций составит от 0 до 0,5 (рис. 2). Таким образом, расходы на реализацию социальной миссии не могут превышать половины валового выпуска организаций потребительской кооперации. Вместе с тем, условие достижения достаточного критерия экономического роста имеет экономический смысл при  $t > k$ , а при  $k \rightarrow 0$  достаточный критерий экономического роста тождественен необходимому.

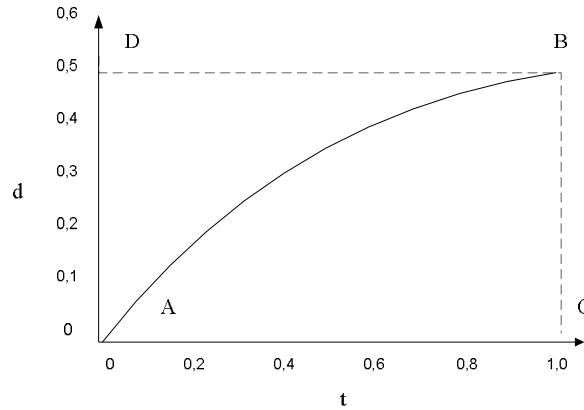


Рис. 2 - Теоретическое соотношение доли нерыночного выпуска в валовом выпуске и чистого дохода в рыночном выпуске организаций потребительской кооперации

Таким образом, при выполнении необходимого критерия экономического роста соотношение доли нерыночного выпуска в валовом выпуске и чистого дохода в рыночном выпуске кооперативных организаций может находиться в любой точке плоскости ABC. При нахождении соотношения исследуемых параметров на плоскости ADB нерыночный выпуск кооперативных организаций не сможет быть обеспечен доходами от текущей деятельности и будет сопровождаться снижением экономического потенциала, что находится в противоречии с авторской трактовкой экономического роста.

Исследование особенностей экономического роста в организациях потребительской кооперации позволило установить, что в соответствии с рассмотренной иерархией показателей результатов экономической деятельности, возможно сформулировать три основных подхода к определению данного понятия. В соответствии с первым подходом, характеризующим вклад системы в макроэкономические процессы производства и распределения, под экономическим ростом автор понимает процесс увеличения объема экономических благ переданных на возмездной и безвозмездной основе пайщикам и обслуживаемому населению и другим экономическим объектам. Основой формирования второго и третьего подходов выступают свойства и результаты процесса производства, что предопределило трактовку экономического роста организаций потребительской кооперации как процесса увеличения объема рыночного и нерыночного выпуска, либо объема добавленной стоимости, произведенной в сфере рыночного и нерыночного производства при условии сохранения экономического потенциала.

На основе эмпирической оценки в работе [6] доказано, что реализация стратегии экономического роста организаций потребительской кооперации возможна на основе формирования и реализации конкурентных стратегий роста, к которым относятся стратегии концентрированного и диверсифицированного роста (рис. 3).

Поскольку темп экономического роста, достигаемый в рамках реализации стратегий концентрированного роста, в значительной степени обусловлен его резервами, по нашему мнению требуется разработка и апробация методического подхода к оценке потенциального экономического роста организаций потребительской кооперации, с учетом влияния различных факторов. В их числе как факторы внешней среды, представленные в виде потенциального темпа роста оборота розничной торговли всех субъектов территории, выступающих конкурентами по отношению к организациям потребительской кооперации, так и факторы внутреннего резерва роста, связанные с вовлечением в экономическую деятельность объектов, неиспользуемых для осуществления хозяйственной деятельности в данной сфере.

Фактический и потенциальный темпы экономического роста розничной торговли потребительской кооперации, исчисляемые в рамках данного методического подхода, определяются по формулам:

$$T_{\phi} = \frac{P_1}{P_0} = \frac{P_1 Y_1}{O_1} O_1 \div \frac{P_0 Y_0}{O_0} O_0 = \frac{P_1 Y_1}{P_0 Y_0}, \quad (2)$$

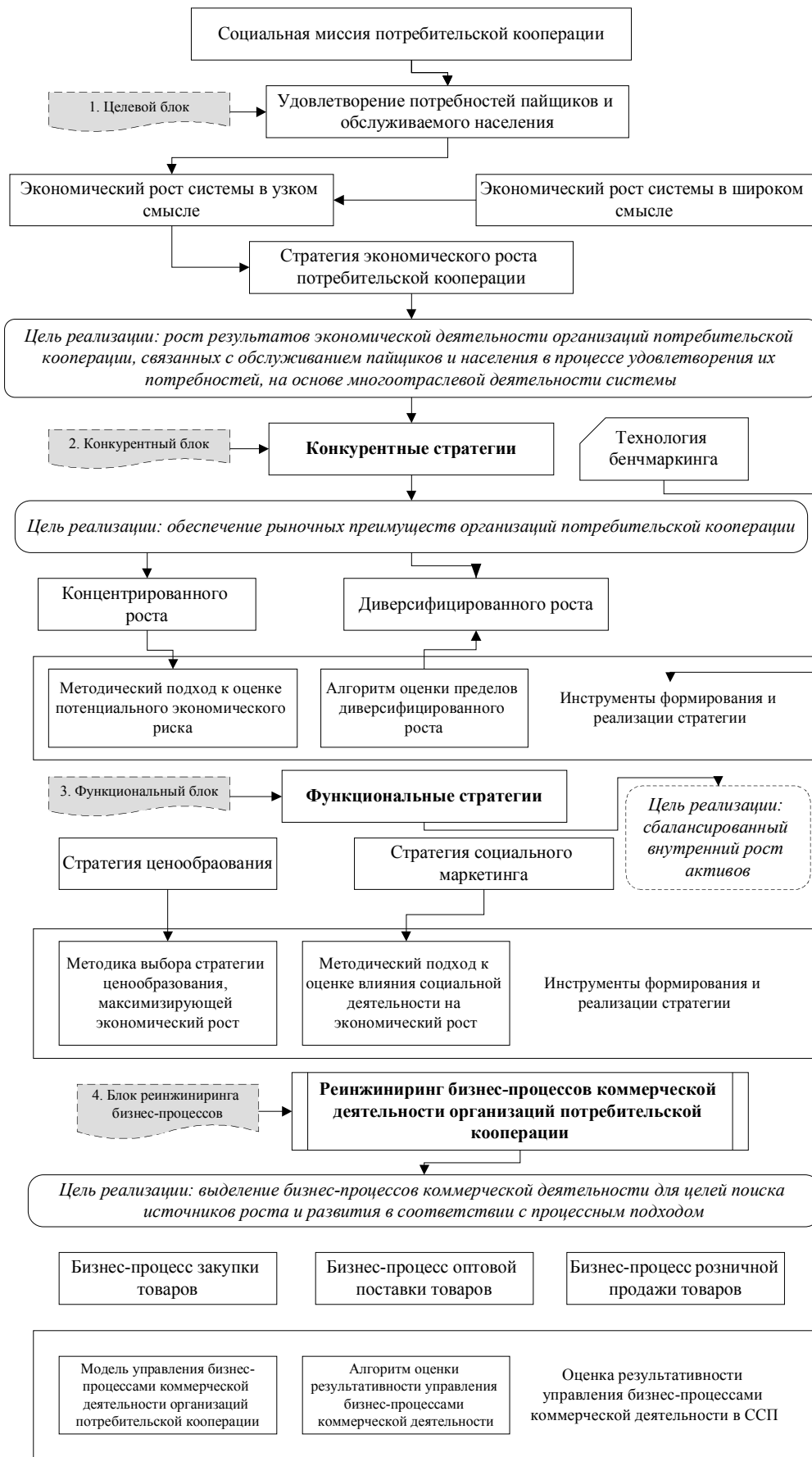


Рис. 3 - Система формирования и реализации стратегии экономического роста потребительской кооперации (составлено автором на основе ист. [6, с. 46])

$$T_n = \frac{P_n}{P_0} = \frac{P_1 Y_1}{O_0} O_1' \div \frac{P_0' Y_0}{O_0} O_0 = \frac{P_1 O_1'}{P_0' O_0}, \quad (3)$$

где  $P_0, P_1$  - оборот розничной торговли организаций потребительской кооперации в базисном и отчетном периодах соответственно, грн.;

$P_n$  – потенциальный оборот розничной торговли организаций потребительской кооперации, грн.;

$P_0, P_1'$  - оборот розничной торговли территории деятельности организаций потребительской кооперации в базисном и отчетном периодах соответственно, грн.;

$O_0, O_1$  – число объектов торговли, используемых для достижения результата деятельности организаций потребительской кооперации в базисном и отчетном периодах соответственно, ед.;

$O_1'$  – потенциальное число объектов торговли организаций потребительской кооперации, ед.;

$Y_0, Y_1$  – доля оборота розничной торговли потребительской кооперации в обороте розничной торговли территории в базисном и отчетном периодах соответственно.

### Выводы

Разработка и апробация методических подходов к формированию стратегии роста и оценки влияния внешних (в том числе и социальных) параметров на экономические результаты деятельности организаций потребительской кооперации позволила сделать *вывод* о том, что рекомендуемая стратегия должна опираться на сочетание конкурентных стратегий, механизмов ценообразования и стимулирующего воздействия социальной деятельности на динамику экономических показателей, технологию реинжиниринга бизнес-процессов коммерческой деятельности позволяющих в комплексе выработать оптимальное соотношение рыночного и нерыночного выпуска.

Предложенные в статье методические аспекты формирования стратегии роста организаций потребительской кооперации, по мнению автора, вносят определенный вклад в развитие теории экономического роста, методики его оценки для организаций потребительской кооперации, обосновывают порядок формирования и направления реализации стратегии экономического роста с учетом императивов внешней среды и особенностей функционирования системы, как некоммерческого субъекта рынка.

### Список использованных источников:

1. Экономический потенциал административных и производственных систем : монография / Под общей ред. О.Ф. Балацкого. – Сумы: ИТД «Университетская книга», 2006. – 973 с.
2. Совершенствование бизнес-процессов в розничном торговом предприятии : монография / А.А. Шубин, А.А. Садеков, Е.М. Азарян, Е.В. Виноградова, Э.М. Локтев, Л.Г. Саркисян / Под общ. ред. А.А. Шубина, А.А. Садекова: – Донецк: ДонГУЕТ им. М. Туган-Барановского, 2006. – 197 с.
3. Маркіна І.А. Інформаційно-методичне забезпечення управління в споживчій кооперації / І.А. Маркіна // Бізнес-інформ: Науково-інформаційний журнал. – 2006. – №6. – С. 127–133.
4. Прижигалинская, Т.Н. Стратегия экономического роста организаций потребительской кооперации : монография / Т.Н. Прижигалинская, Т.Н. Добродомова, Д.С. Терновский. – Белгород: Кооперативное образование, 2008. – 354 с.
5. Сторожук В.П. Адаптація системи споживчої кооперації до сучасних умов реформування економіки України / В.П. Сторожук // Регіональні перспективи. – 2004. – № 3–5 (40–42). – С. 356–358.
6. Добродомова Т.Н. Обоснование необходимости разработки и содержание стратегии экономического роста организаций потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации (спецвыпуск). – 2005. – С. 45–49.

Рецензент: Т.Г. Логутова  
д-р экон. наук, проф., ГВУЗ «ПГТУ»

Статья поступила 28.03.2011