

ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

FUNDAMENTAL  
И ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ  
AND APPLIED  
И ПРИКЛАДНЫЕ  
RESEARCHES  
ИССЛЕДОВАНИЯ

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ

1-2

2005

Учредитель:

Московский университет  
потребительской кооперации

Издатель:

Издательство «Наука и  
кооперативное образование»

Периодичность:

6 номеров в год

Главный редактор

к.э.н., проф. *А.Н. Лебедев*

Редакционная коллегия:

*Сероштан М.В.* - президент-  
ректор университета, д.э.н.,  
профессор;

д.э.н., проф. *Авдокушин Е.Ф.*;

д.э.н., проф. *Арустамов Э.А.*;

д.э.н., проф. *Бархатов А.П.*;

д.э.н., проф. *Макаренко А.П.*;

к.э.н., проф. *Морозов Ю.В.*;

д.э.н., проф. *Овсийчук М.Ф.*;

д.э.н., проф. *Панкратов Ф.Г.*;

д.э.н., проф. *Семенов А.К.*;

д.м.н., проф. *Тулинов В.Ф.*;

д.э.н., проф. *Фридман А.М.*;

д.т.н., проф. *Хлебников В.И.*

**СОДЕРЖАНИЕ**

<i>Научный потенциал – кооперации. Материалы Международной научной кон- ференции</i> _____	4
<b>В.Ф. Ермаков</b> <i>Кооперативное образование должно отвечать на вызовы времени</i> _____	9
<b>С.С. Садальский</b> <i>Проблемы и резервы развития потре- бительской кооперации региона</i> _____	12
<b>М.В. Сероштан, Н.Н. Соловых</b> <i>Научный потенциал – на повышение конкурентоспособности кооператив- ного образования</i> _____	14
<b>Э.Г. Кочетов</b> <i>Актуальные проблемы глобализации и геоэкономические приоритеты России</i> _____	19
<b>Г.П. Капица, Ю.В. Морозов</b> <i>Качество подготовки специалистов: результаты анкетирования студентов</i> _____	26
<b>Х.Н. Факеров</b> <i>Пути повышения эффективности ис- пользования потенциала потреби- тельской кооперации</i> _____	31
<b>А.А. Нестуля, В.П. Косарина</b> <i>Качество подготовки специалистов и рынок образовательных услуг</i> _____	33
<b>И.А. Маркина</b> <i>Методологические вопросы комплек- сного использования экономических законов в управлении потребительс- кой кооперацией</i> _____	36
<b>Г.П. Скляр</b> <i>Потребительская кооперация в сис- теме социального партнерства</i> _____	41
<b>С.Н. Гринько, О.А. Спорыш</b> <i>Кооперативная сфера услуг</i> _____	46
<b>В.И. Заикина</b> <i>Инновации и качество хлеба с пози- ций выполнения социальной миссии по- требительской кооперации</i> _____	50
<b>Н.В. Карпенко</b> <i>Роль маркетинга в повышении конку- рентоспособности предприятий по- требительской кооперации</i> _____	55
<b>ЗАСЕДАНИЕ КРУГЛОГО СТОЛА</b> <i>«Социально-нравственная миссия по- требительской кооперации»</i> _____	57

И.В. Захаров <i>Проблемы развития кооперативного движения в условиях глобализации мировой экономики</i>	57
П.В. Ишевский <i>К вопросу о реализации социальной миссии потребительской кооперации</i>	61
В.П. Павловский <i>Проблемы образования и подготовки кадров потребительской кооперации</i>	63
Г.В. Бражник, Н.М. Бердыкльчева <i>О роли гуманитарного образования в процессе формирования современной интеллектуальной элиты</i>	65
А.В. Матюхин <i>Политологический анализ кооперативных форм жизнедеятельности в современной России</i>	69
В.А. Сердюков <i>Нравственность и кооперация</i>	72
В.А. Рубочкин <i>Патриотическое воспитание деловой элиты в образовательных учреждениях потребительской кооперации</i>	74
А.В. Соболев <i>Кооперация и социальный прогресс</i>	80
М.М. Ермилов, А.Ю. Манохин <i>Потребительские предпочтения и расходы в кооперативе</i>	84
И.Н. Виноградова <i>Развитие кооперации мелких сельхозпроизводителей как элемент социальной политики государства</i>	86
Т.В. Платова <i>К вопросу о развитии сельскохозяйственной кооперации в России в начале XX века</i>	89
Ю.А. Давыдова <i>Потребительская кооперация в годы Великой Отечественной войны: 1941-1945 гг.</i>	91
Л.Н. Ляхова, О.В. Бражник <i>Проблема аполитичности российской молодежи</i>	93
А.В. Жадобов, В.С. Хохлова <i>Социальная база и имидж руководителя в системе потребительской кооперации</i>	95
А.Н. Лебедев <i>Роль экономического механизма управления в координации стратегии и тактики развития организаций потребительской кооперации</i>	99
В.В. Лупенко <i>Тенденции изменения ресурсов труда в потребительской кооперации России</i>	103
А.П. Бархатов, О.С. Эзопова-Сорокина <i>Учет расчетов по таможенным платежам при импорте товаров в организациях потребительской кооперации</i>	106

Е.В. Шабалина <i>Приоритет интересов пайщиков в структуре результатов деятельности организаций потребительской кооперации</i>	110
Н.Н. Комарова, Ю.В. Силантьев <i>Управленческий учет затрат в кооперативных магазинах</i>	113
Л.П. Федорова, О.В. Литвинова <i>Основы эффективного управления в потребительской кооперации</i>	120
<b>РЕКОМЕНДАЦИИ Международной научной конференции «Научный потенциал – кооперации»</b>	130

#### ПАМЯТИ УЧЕНОГО

6 февраля 2005 года ушел из жизни профессор Анатолий Павлович Макаренко, член редколлегии нашего журнала. Он вошел в историю университета как журналист, историк и экономист, ученый, педагог, отдавший много сил, энергии, знаний духовному становлению молодых специалистов.

С 1967 года Анатолий Павлович трудился в редакциях кооперативных изданий – журнала «Советская потребительская кооперация», затем – журнала «Центросоюз ревью». С тех пор его жизнь была связана с потребительской кооперацией.

В 1975 году Анатолий Павлович успешно защитил кандидатскую диссертацию, посвященную проблемам кооперативного движения в развивающихся странах и начал педагогическую деятельность в нашем университете. В течение четверти века профессор А.П. Макаренко возглавлял кафедру международного кооперативного движения.

За годы работы в университете он опубликовал ряд серьезных монографий и учебных пособий, а всего – свыше 100 теоретических и научно-методических работ. По поручению Центросоюза России профессор А.П. Макаренко участвовал в подготовке материалов к проекту Закона о потребительской кооперации в Российской Федерации, в разработке проектов кооперативных уставов. В 1994 году Анатолий Павлович успешно защитил докторскую диссертацию на тему «Эволюция мирового кооперативного движения». В 1995 г. принял активное участие в работе XXXI конгресса Международного кооперативного альянса в г. Манчестер, Великобритания.

Анатолий Павлович щедро делился своими знаниями и опытом с молодежью, развивая кафедру, возглавляя научную школу, разрабатывая учебные программы по теории и истории кооперативного движения и другим дисциплинам. Неценима роль профессора Макаренко А.П. в работе докторского диссертационного совета университета по специальности «Экономика и управление народным хозяйством». Его добросовестный труд отмечен медалью «Ветеран труда», почетными грамотами Правления Центросоюза, званием «Заслуженный деятель науки Московской области».

Дело жизни профессора Анатолия Павловича Макаренко живет в его трудах, последователях, учениках. Наш долг – развивать сформированное им научное направление, добиваясь новых результатов фундаментального и прикладного характера, углублять содержание учебных дисциплин, связанных с теорией, историей мирового и национального кооперативного движения.

Анатолия Павловича всегда отличали интеллигентность, благородство, человечность, любовь к людям, высокое чувство ответственности. Давайте умножать в его память эти добрые качества и молиться за него перед Господом нашим Богом.

**Председатель редакционной коллегии,  
 президент-ректор Московского университета  
 потребительской кооперации, проф. М.В. Сероштан**

# НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ – КООПЕРАЦИИ

*Под таким девизом 8 февраля 2005 года в Московском университете потребительской кооперации прошла Международная научная конференция профессорско-преподавательского состава и аспирантов кооперативных вузов стран - участниц Союза Независимых Государств, посвященная Дню российской науки.*

*В конференции приняли участие руководители Центросоюза РФ, представители администрации Московской области, Мытищинского района, руководители Министерства образования и науки Российской Федерации, ученые учебных заведений потребительской кооперации стран СНГ, ректоры и проректоры высших учебных заведений потребительской кооперации РФ, ученые РАН и вузов России.*

Открыла конференцию и тепло приветствовала собравшихся на пленарное заседание президент-ректор Московского университета потребительской кооперации, д.э.н., профессор Мария Васильевна Сероштан.

В своем выступлении она сказала: «Знаменательно, что конференция проходит в праздник – День российской науки, который широко отмечается в нашей стране, потому что научные кадры – это та составляющая человеческого потенциала, от которой во многом зависит престиж любой страны. Россия много десятилетий подряд удерживала статус крупнейшей научной державы и сегодня сохраняет лидирующие позиции по многим направлениям развития фундаментальных и прикладных научных исследований. Развитие науки объявлено Президентом страны В.В. Путиным высшим приоритетом Российской Федерации. Для системы потребительской кооперации научно-исследовательская деятельность – неисчерпаемый социальный ресурс развития, как и образование в целом. Потому что решение задач по эффективной реструктуризации системы потребительской кооперации, глубокой структурной перестройке ее образовательной деятельности в значительной степени зависит от нас, ученых университетов и институтов».

К Дню науки по итогам научно-исследовательской работы профессорско-преподавательского состава в 2004 году президент-ректор вручила Почетные грамоты Московского университета потребительской кооперации структурным подразделениям и ученым университета: Арзамасскому филиалу – за совершенствование организации

научно-исследовательской работы, повышение массовости и результативности участия студентов в выполнении исследований, актуальных для потребительской кооперации; Волгоградскому филиалу – за успехи в выполнении фундаментальных и прикладных научных исследований на договорной основе, совершенствование форм привлечения студенческой молодежи к научно-исследовательской деятельности; Казанскому филиалу – за развитие фундаментальных исследований в области экономической теории потребительской кооперации; Камчатскому филиалу – за развитие прикладных исследований и разработок, создание благоприятных условий для развития форм научного творчества молодежи; Мичуринскому филиалу – за развитие прикладных исследований и разработок, сопряженных с инновационными процессами в организациях потребительской кооперации, привлечение студентов к участию в проектных и иных работах; Химкинскому филиалу – за обеспечение условий для развития форм работы системы НИРС, направленных на раскрытие и развитие способностей студентов к научно-исследовательской работе; Бражник Галине Владимировне, к.ф.н., профессору, заведующей кафедрой философии, социологии, политологии и истории - за совершенствование форм и методов научно-исследовательской работы в области социальных и гуманитарных исследований; Петрище Францу Антоновичу, д.т.н., профессору - за достижения в области научных разработок по проблемам товароведения непродуктивных това-



ров; Щербакову Сергею Владимировичу – к.ю.н., доценту, декану юридического факультета – за эффективную подготовку научно-педагогических кадров на факультете; Рунову Андрею Юрьевичу, аспиранту кафедры организации предпринимательства – за активное участие в научно-исследовательской работе в области региональной экономики; Авдокушину Евгению Федоровичу, д.э.н., профессору, заведующему кафедрой мировой экономики – за научные достижения в области исследования существенных изменений и особенностей современной экономики; Хлебникову Владимиру Ивановичу, д.э.н., профессору – за научные достижения в области разработок пищевых продуктов, обладающих лечебно-профилактическими свойствами; Авдеевой Вере Васильевне, доценту, заведующей кафедрой романо-германских языков – за развитие новых форм научно-образовательной деятельности, создание организационных условий для раскрытия творческих способностей и воспитания студенческой молодежи; Комзолову Алексею Алексеевичу, к.э.н., профессору, заведующему кафедрой налогов и налогообложения – за активное научно-практическое сотрудничество с организациями системы потребительской кооперации; Овсийчук Марии Федоровне, д.э.н., профессору, заведующей кафедрой аудита – за высокоэффективное научное руководство и консультирование диссертационными исследованиями.

Президент-ректор отметила, что Московский университет потребительской кооперации сегодня – один из научных центров системы потребительской кооперации. Научно-педагогический потенциал университета позволяет решать важные проблемы социально-экономического развития потребительской кооперации.

«В тоже время, – сказала она, – мы осознаем, что человек науки – это не только, своего рода, особое звание, которым мы гордимся, но и звание, дающее ощутить груз глубокой ответственности перед обществом, страной, перед потребительской кооперацией. Устойчивое развитие потребительской кооперации в условиях динамичной конкурентной среды, необходимость реструктуризации системы кооперативного образования требуют форсирования не только фундаментальных научных

исследований по приоритетным направлениям развития образования, науки, культуры, техники и социальной сферы, но и прикладных разработок, направленных на резкое повышение эффективности деятельности организаций потребительской кооперации, тех структурных подразделений университета, которые организуют учебный процесс на основе преемственности образовательных программ начального, среднего, высшего, послевузовского профессионального образования.

Формирование единого университетского комплекса – главной цели реализации Программы развития университета до 2010 года, внедрение новых педагогических технологий, реализация образовательных программ с использованием элементов дистанционного обучения, усиление профориентационной работы позволит обеспечить нам реальную интеграции науки, обучения, практики, резко повысить качество подготовки специалистов, реализовать те высокие задачи, которые ставит перед нами Центросоюз России».

С основным программным докладом «Кооперативное образование должно отвечать на вызовы времени» на пленарном заседании конференции выступил Председатель Совета Центросоюза Российской Федерации, Президент Ассоциации «Лига национальных (республиканских) кооперативных организаций потребительской кооперации стран СНГ», член Правления МКА, Президент Ассоциации образовательных учреждений потребительской кооперации России, д.э.н., профессор Валентин Филиппович Ермаков (доклад публикуется). В докладе рассмотрены проблемы, связанные с повышением роли кооперативной науки, подготовки и воспитания кадров для кооперативных организаций и предприятий.

С приветственным словом к участникам и гостям конференции обратился ученый секретарь, кандидат богословия Православной Духовной Академии (Свято-Троицкая Сергиева Лавра) отец Павел (Великанов). Он поблагодарил президент-ректора Московского университета потребительской кооперации Марию Васильевну Сероштан, Председателя Совета Цент-

росоюза Российской Федерации Валентина Филипповича Ермакова за доброе и плодотворное взаимодействие, которое на протяжении уже нескольких лет установилось и развивается между Московской Духовной Академией и потребительской кооперацией. Отец Павел отметил роль православия, православных духовных ценностей и духовных основ жизнеустройства и мировосприятия в новейших достижениях и открытиях науки и общественной жизни. «Когда я слушал доклад Валентина Филипповича, - сказал он, - меня потрясло то, что он посвящен вопросу, на первый взгляд отношения к потребительской кооперации не имеющему, - смыслу жизни. В лице потребительской кооперации Русская Православная Церковь с удивлением для себя обрела помощника. Когда мы узнали о широкой деятельности кооператоров по поддержке малоимущих сельчан, людей, словно бы выключенных из жизни современного российского общества, мы изумились. Изумились тому, что Господь являет себя там, где, казалось бы, и не стоит ждать ничего подобного».

Участников конференции приветствовала Начальник управления развития, лицензирования, инспекции потребительского рынка и услуг Морозова Галина Михайловна, которая отметила в своем выступлении, что залог успешной деятельности любого вуза – единение образования, научной и практической деятельности. Научные конференции, проводимые в кооперативных вузах, позволяют интегрировать теорию и практику, привносят в учебный процесс передовой опыт, повышают эффективность работы кооперативных учебных заведений, напрямую связывая воспитание с обучением профессионалов новой формации.

В приветственном выступлении Неволина Владимира Николаевича, д.ф.м.н., профессора, Заслуженного деятеля науки РФ, Лауреата премии Ленинского комсомола, Лауреата Премии Правительства Российской Федерации, Главного ученого секретаря Высшего аттестационного Совета России, внимание участников конференции было обращено на то, что между Высшей аттестационной комиссией (ВАК) России и высшими учебными заведениями Центросоюза РФ налажено хорошее сотрудничество, что

оно будет развиваться и дальше, потому что есть общие задачи, которые решать нужно совместными усилиями. В.Н. Неволин сформулировал основные условия сохранения и стабильности государственной системы аттестации научных и научно-педагогических кадров России и обратился к ученым кооперативных вузов России с предложением высказать свое мнение об упорядочении номенклатуры специальностей научных работников.

В адрес конференции на имя президент-ректора поступили телеграммы:

от Заместителя Председателя Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации В.В. Жириновского:

«Уважаемая Мария Васильевна!

Поздравляю Вас и ваших коллег с Днем российской науки.

Сегодня общество ищет пути перехода с ресурсной экономики на экономику знаний и инноваций.

Считаю, что научное сообщество может и должно сыграть главную роль в этом процессе и находится на передовых рубежах.

Желаю Вам научных и творческих успехов, новых открытий, способных учеников»;

от Министра образования Правительства Московской области Л.Н. Антоновой:

«Уважаемая Мария Васильевна!

Министерство образования Московской области в Вашем лице приветствует всех участников Международной научной конференции ученых кооперативных вузов России и стран СНГ «Научный потенциал - кооперации».

Ваша конференция проходит в Подмоскowie - одном из наиболее динамично развивающихся регионов страны. Его развитие в значительной степени определяется региональной системой подготовки кадров высшей квалификации, важное место в которой занимает Московский университет потребительской кооперации.

Выражаем уверенность в том, что конференция ученых кооперативных вузов России и стран СНГ станет значительным событием международной научной жизни, и желаем ее участникам успешной, плодотворной работы».

В приветствии участникам конференции Председателя Правления Новго-

родского областного потребительского общества «Облпотребсоюз», к.э.н. Сададьского Станислава Станиславовича особое внимание обращалось на то, что реструктуризация деятельности организаций потребительской кооперации всех уровней, задачи развития и повышения экономической и социальной эффективности ее многоотраслевой деятельности невозможны без интеграции науки, образовательного процесса и практики. Научное обеспечение деятельности потребительской кооперации, изучение потребительских обществ, предприятий кооперативной торговли, закупок, услуг на основе выявленных особенностей кооперативного хозяйства, особенностей организационной структуры, специфики работы в сельской местности - главные предпосылки динамичного развития потребительской кооперации. Станислав Станиславович подчеркнул: «Научно-практические конференции, которые проводятся с помощью научных работников, помогают практикам вести дело на основе научных разработок. Социальная миссия потребительской кооперации позволила организовать на селе новые отрасли, обеспечить занятость десятков тысяч человек. Но современная ситуация продиктовала новые условия потребительской кооперации. Государство недооценивает ее социальную работу. Из Налогового кодекса исключена и прекратила действие 297 статья, которая позволяла создавать фонд развития потребительской кооперации, работать и выполнять социальную миссию. Сейчас для потребительской кооперации наступил новый трудный этап, связанный с обострением конкурентной борьбы с крупными частными фирмами. Грядущее вступление России в ВТО еще больше усилит конкуренцию на внутреннем рынке. В этих условиях, подчеркнул С.С. Сададьский, деятельность потребительских обществ должна быть направлена, прежде всего, на обеспечение конкурентоспособности торговли, производства и заготовок.

Ряд идей, реализуемых сегодня, подсказан нам учеными, например, восстановление оптовой торговли. На территории Новгородской области 85% товарооборота потребкооперации обеспечивают теперь оптовая торговля и промышленность. Благодаря

этому только за счет дополнительно полученных скидок от поставщиков за крупные объемы закупленных нами товаров сэкономлено почти 20 млн. рублей. Столь значительные цифры позволяют делать вывод: надо и дальше совершенствовать кооперативный опыт, как и торговую деятельность в целом, восстанавливать универсамы, создавать крупные магазины самообслуживания, открывать магазины «Кулинария» с реализацией в них широкого ассортимента собственной продукции. Мы, опять же по рекомендации ученых, уже перевели на самообслуживание более 200 магазинов, что это повысило производительность труда продавцов в полтора раза.

Сотрудничество кооперативной науки и практики стало возможным у нас во многом благодаря тому, что ни один семинар, ни одна конференция в потребкооперации Новгородской области не проходят без участия ученых».

С докладами на пленарном заседании конференции также выступили:

Кочетов Эрнест Георгиевич, д.э.н., профессор, директор Центра стратегических исследований геоэкономики ВНИИВС, Председатель совета по глобальным проблемам XXI века (геоэкономика и цивилизации), академик РАЕН, с докладом «Актуальные проблемы глобализации и геоэкономические приоритеты России»;

Соболев Александр Валерьевич, к.э.н., доцент, зав. кафедрой экономической теории, с докладом «Концепция исследований экономической и кооперативной мысли русского зарубежья», где сделан акцент на то, что идеи и взгляды передовых представителей русской эмиграции, их прямых наследников, которые сохранили и донесли до нас идеи старших поколений, могут способствовать оздоровлению нашего общества, утверждению в нем нравственных устоев и национальных основ. Задача в том, чтобы все это вошло в нашу жизнь, в сознание, в политику, в экономику, в философию, в культуру, в науку.

Заикина Валентина Ивановна, к.т.н., доцент кафедры товароведения, товарного консалтинга и аудита, с докладом «Обеспечение потребностей населения новыми качественными хлебобулочными изделиями - составляющая социальной миссии по-



требительской кооперации», в котором дан научный анализ преимуществ новых сортов хлеба с лечебно-профилактическими свойствами, внедряющихся на кооперативных хлебопекарных предприятиях.

Во время работы конференции научной библиотекой университета была организована развернутая выставка научных трудов преподавателей, изданных в 2004 году: монографий, учебников и учебных пособий, научных статей, которая вызвала огромное внимание, прежде всего, со стороны гостей конференции. Действительно, нашим ученым есть, чем гордиться. В 2004 году издано 32 монографии, объемом 362,3 п.л. (в 2003 году - 21, общим объемом 277,3 п.л.); учебников и учебных пособий - 37 (в 2003 году - 28); опубликовано научных статей - 951, из них в ре-

ферируемых журналах - 251. В 2004 году издательством «Наука и кооперативное образование» издано 10 Сборников научных трудов ППС университета, общим объемом 52,5 п.л.; 5 выпусков научно-теоретического журнала «Фундаментальные и прикладные исследования, общим объемом 53,0 п.л.

В 2004 году в университете проведено 97 научных конференций, семинаров, «круглых столов» по самым актуальным проблемам развития высшей школы, социально-экономического развития России, потребительской кооперации.

***Н.Н. Соловух, проректор по научной работе Московского университета потребительской кооперации, к.э.н., профессор***

## КООПЕРАТИВНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ ДОЛЖНО ОТВЕЧАТЬ НА ВЫЗОВЫ ВРЕМЕНИ

Сегодняшняя международная научная конференция вузов стран СНГ «Научный потенциал – кооперации», организованная Московским университетом потребительской кооперации, это заявка: как углубить с помощью образования роль и влияние наших вузов на результаты работы кооперативных организаций, улучшение обслуживания населения.

Тема хорошая. Она, безусловно, затрагивает и понятие о смысле жизни.

Русский философ Иван Александрович Ильин писал: «Несчастье» современного человека велико: ему не хватает главного – смысла жизни».

«... От вопроса о смысле жизни нам – именно нам, в нашем нынешнем положении и духовном состоянии – никуда не уйти», – говорил другой русский философ – Франк Семен Людвигович.

«В чем смысл жизни? Служить другим и делать добро». (Аристотель).

«... Просвещенный тот, кто понимает смысл своей жизни», отмечал Лев Николаевич Толстой.

Он, кстати, много рассуждал о нравственной стороне.

В основе всех человеческих ценностей находится нравственность.

В нынешнее очень жесткое время, в смысле состояния нравственности и человечности, по существу исчезли такие понятия, как честь, совесть, долг, порядочность. Остро стоит тема рождаемости. А ведь сегодня смертность превышает рождаемость, особенно в сельской местности.

Зато на первом месте погоня за деньгами, богатством. Деньги для многих стали важнее человека, а беда ближнего воспринимается с холодным сердцем.

И тут одно из самых больших бедствий – это соблазн оправдаться: дескать, все так думают и делают. Многие, с кем общаешься, говорят об этом.

Трудно переломить ситуацию. Но надо – жизнь продолжается.

Очень беспокоит духовное здоровье молодежи.

В школах все меньше уделяется внимания нравственному воспитанию. А как говорится, что посеешь, то и пожнешь. Под-

ростки, оканчивая школу, нередко не приучены к труду и не умеют ценить чужой труд, «свободны» от моральных норм. Из них не получится ни настоящего крестьянина, ни воина, ни инженера, ни учителя.

Простой пример. Около магазинов в деревне кооперация оборудует детские площадки. Часто качели, песочницы, горки ломают. Не дед и бабка, а как раз такие вот подростки.

То, что не делает школа, надо постараться восполнять нам. Наш первый союзник в этом – Русская Православная Церковь, другие традиционные религии. Кстати, Соглашения о сотрудничестве с Церковью заключили 52 потребсоюза, многие потребительские общества. Соглашение между Центросоюзом России и Московским Патриархатом действует уже больше года.

Нам нужно работать в очень тесном контакте. Религия помогает понять, в чем смысл жизни, различать добро и зло, учит милосердию, человечности, нравственности.

Святейший Патриарх Алексей II одобрил такую форму работы, как встречи священнослужителей с людьми в кооперативных магазинах. Надо проводить эти встречи. Такая практика есть. Это тоже воспитание человека.

Дело науки – служить людям. Вы, профессорско-преподавательский состав кооперативных вузов, должны предлагать новое, находить пути преодоления разного рода препятствий.

Задачей науки должно быть познание того, что должно быть, а не того, что есть.

Жизнь – это борьба, это вечный бой между добром и злом. Смысл жизни только в одном – в борьбе.

На здании Московского университета потребительской кооперации крупными буквами написаны слова Льва Николаевича Толстого: «Знание без нравственной основы – ничего не значит». Это надо помнить, это надо учитывать.

Кооперативное образование формирует не только будущее поколение кооператоров, но и будущее потребительской кооперации.

За время учебы студент должен получить не просто набор знаний по специальности. Этого мало. Его надо воспитать духовно богатой личностью. Участвовать в процессе воспитания должны не только «профиль-

ные» кафедры, а все без исключения.

Эта научная конференция и предстоящие зональные совещания должны кардинально изменить работу кооперативных вузов, их филиалов и представительств, каждой кафедры и преподавателя.

Кооперативным вузам России необходимо обеспечить ускоренное развитие научных исследований и разработок, связанных с инновационными процессами в экономике, системе потребительской кооперации; переориентировать действующие направления научных исследований на реализацию первоочередных проектов и нужд организаций потребительской кооперации; по духовно-нравственным и социальным проблемам, по совершенствованию хозяйственного механизма экономической деятельности.

Тема сегодняшней конференции звучит прогрессивно. Но надо обеспечить и реальное решение поставленных вопросов.

Нужно быть ближе к земле, знать, что происходит в деревне. Это наше поле деятельности. Жить там трудно. Пожилые люди – на пенсии. А какая она? В неделю 50 граммов колбасы купить не хватает. У взрослых очень низкая зарплата, да и ту не всегда платят вовремя. Часто людям негде работать. Бывшие механизаторы, доярки, скотники, а также агрономы, зоотехники, ветврачи со средним специальным да и высшим образованием зачастую не у дел. Надо им помочь, переучивать на профессии, близкие потребительской кооперации.

Потребительская кооперация – это часть общества. Кооперативная наука – часть российской науки. Образовательные учреждения потребительской кооперации – часть образовательной системы страны. К сожалению, они нередко запаздывают в развитии новых направлений.

Уже шестой год говорим о социальной миссии потребительской кооперации. Но какие были кафедры, почти такими же и остались. Как преподавали, так и преподаем.

Исследования по актуальным проблемам потребительской кооперации ведет лишь горстка ученых. Слабо используется потенциал аспирантов, соискателей, преподавателей, студентов старших курсов.

Научно-практические конференции, которые мы проводим и в этом году будем проводить, приносят большую пользу и

науке, и практике. Но 95 процентов профессорско-преподавательского состава на них не бывает, а должны участвовать все.

То, что делаем, – ломка старого и внедрение так нужного людям – проходит мимо них. А далее – материалы, рекомендации научно-практических конференций не становятся достоянием учебного процесса, предметом дискуссий и научных работ. Это непростительно. Это беда.

Надо сломить сопротивление. В этом в первую очередь и состоит реструктуризация деятельности учебных заведений.

Постановление о реструктуризации, принятое Центросоюзом РФ в декабре 2003 года, выполняется медленно.

Все наши университеты носят название потребительской кооперации, в том числе и Московский. Потребкооперация – это добровольное объединение граждан. В ней сейчас более 8 миллионов пайщиков, а с членами семей – около 40 миллионов. Ее корни – в деревне.

Каждый год мы проводим собрания на кооперативных участках, которых около 60 тысяч. В год – 120 тысяч собраний! Нет никакой другой организации, которая была бы так близка к людям, как потребительская кооперация.

Сейчас собрания в разгаре. Это университет жизни, который обязательно надо пройти. Люди правильно понимают нашу деятельность, благодарят за нее, ставят вопросы, которые нужно решить.

Каждому нашему ученому надо почувствовать это дыхание жизни, укреплять связи науки и практики. Все, в том числе ректоры университетов, должны поучаствовать в работе этих собраний.

В кооперации создана мощная образовательная база, обучается 160 тысяч студентов. В то же время потребкооперация испытывает кадровый «голод».

Завтра на совещании в Центросоюзе РФ мы будем подробно обсуждать проблему кадрового обеспечения кооперативных организаций. Это совещание – преддверие большого разговора на Всероссийском радиособрании и 127-ом общем Собрании представителей потребительских обществ России.

Подобные совещания с привлечением к их подготовке университетов должны пройти и в регионах. Нужно определиться, где их провести, составить график, сделать все, чтобы они принесли максимальную пользу.

Наука обязана взять на себя подго-

товку специалистов массовых профессий. Довольно смотреть свысока, мол, мы высшая школа, и это не наше дело.

Мы должны помочь сельской молодежи встать на ноги, помочь получить хотя бы профессиональное образование. А далее – среднее специальное, кто захочет – высшее. Вузы в ответе за подготовку потенциальных студентов начиная со школы. Мы должны по-другому подойти к контактам с ней.

Ректорам кооперативных университетов и институтов пора отвыкнуть от мысли, что их задача – «штамповать» кадры высшей квалификации и не более. Это, кстати, касается и директоров наших техникумов, колледжей.

Такое понимание задачи в нынешних условиях есть не что иное, как невежество.

Вузам и техникумам надо развивать базу для подготовки кадров массовых профессий, стать организаторами этого дела. При университетах уже действуют хлебопекарни, их нужно иметь в каждом учебном заведении и обучать людей искусству хлебопечения.

В кооперации не хватает продавцов, поваров, нужны фармацевты, парикмахеры, дизайнеры, строители, мастера по ремонту бытовой техники, одежды, обуви. Давайте учить молодежь, привлекать оставшихся без работы специалистов. Многие найдут применение своим силам у нас в бытовом обслуживании, в малых производствах.

Почти полтора века назад Виктор Гюго говорил: «Социальная задача не знает границ». Это верно и сегодня. Потребительская кооперация предоставляет населению 180 тысяч услуг 130 видов. Но этого мало. Нет границ в удовлетворении запросов жителей села. Их интересуют ремонт и обслуживание автомобилей, дорог, прачечные и многое другое.

Хватит надеяться на то, что кадры для нашей системы подготовят другие учебные заведения. Надо самим быть проворнее.

Я как президент Ассоциации образовательных учреждений потребительской кооперации заявляю: будем настойчиво проводить в жизнь создание и развитие в потребительской кооперации профессионально-технического образования. Подготовку специалистов массовых профессий надо вести при всех вузах, техникумах, училищах, на базе районов.

Не каждый выпускник сельской школы может поехать учиться. Давайте наладим подготовку бухгалтеров, экономистов, товароведов, других специалистов по мес-

ту жительства. Этим мы будем способствовать закреплению молодежи на селе, получим специалистов, имеющих хорошие практические знания.

Это и есть прогресс в кооперативном образовании. Это и есть продвижение вперед науки.

Если этого не делать, то и мы, кооперативная наука, наносим рану Родине, кооперации, людям села. А сколько с нашей помощью сельских ребят и девочек могут стать достойными людьми.

Максим Горький писал: «Жизнь надо чаще мешать, чтобы она не закисло». Это высказывание можно применить и к науке. В ней недопустим застой.

Мало читать для студентов лекции, снабдить запасом знаний. Грош цена обучению, если выпускника надо переучивать. А в жизни часто так и бывает.

Знать – мало, надо уметь.

Этим искусством надо помочь овладеть. Обучая, надо учиться самим. Всегда быть способными ответить на вызовы времени. Качество подготовки специалистов – это тоже вопрос нравственности.

У меня есть информация, что возрастает число желающих из стран СНГ, Центральной Азии, развивающихся стран получить образование в университетах потребительской кооперации России. Этим можно и нужно гордиться. Но нельзя зазнаваться.

Сегодня на конференции присутствуют ученые и преподаватели из кооперативных вузов стран Содружества. Мы их приветствуем. Хотя я больше говорю о российских проблемах, но как Президент Лиги организаций потребительской кооперации стран СНГ знаю, что проблемы у нас схожие. Думаю, в своих выступлениях на секциях вы обменяетесь мнениями, поделитесь опытом.

Посоветовал бы обратить внимание на материал в журнале «Деловой вестник» о совещании в Совете Федерации по проблемам кооперативного движения в России. В конце года будет большой форум на эту тему.

В будущем году потребительская кооперация России отметит свое 175-летие. Пусть лучшим подарком к юбилею станут новые добрые дела, благодарность жителей села, которым кооперация призвана служить.

**В.Ф. Ермаков, Председатель Совета Центросоюза РФ, д.э.н., профессор**

# ПРОБЛЕМЫ И РЕЗЕРВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕГИОНА

Вклад ученых кооперативных вузов в разработку теоретических проблем потребительской кооперации в современной России неоспорим. Участие преподавателей, исследователей, теоретиков в научно-практических конференциях помогает практическим работникам вести дело на основе научных разработок.

Обоснованная учеными социальная миссия системы стала основой формирования в потребительской кооперации нового мировоззрения, а реализация основных идей позволила сформировать на селе новые отрасли, обеспечить занятость не одного десятка тысяч человек, улучшить социальную обстановку на селе.

Однако современная ситуация продиктовала новые угрозы для потребительской кооперации. Государство не оценило ту социальную работу, которую проводит система. С 1 января 2005 года из налогового кодекса исключена статья 297, которая отражала особенности налогообложения в нашей системе, позволяла создавать фонд развития потребительской кооперации. Для потребительской кооперации наступил новый, более тяжелый этап деятельности. Прежде всего, он связан с обострением конкурентной борьбы с крупными частными фирмами, как отечественными, так и зарубежными. Вступление России в ВТО усилит конкуренцию. В этих условиях деятельность практических специалистов должна быть направлена на обеспечение конкурентоспособности торговли, промышленности, заготовок, особо подчеркиваю - мы должны быть конкурентоспособны по условиям труда.

Позвольте остановиться на некоторых практических вопросах, которые решаем мы в Новгородской области. Главная задача, которую мы решаем в торговле – это превращение потребительской кооперации региона в единую мощную систему. Мы исходим из того, что разреженность потребительских обществ не позволяет нормально

конкурировать с крупными фирмами при закупках товаров.

Фактически мы объединили закупки товаров через областной опт. По итогам 2004 года 85% розничного товарооборота потребительской кооперации обеспечено за счет кооперативной промышленности и оптовой торговли. Это дало возможность значительно повысить конкурентоспособность кооперативной торговли. Темпы роста ее оборота были на 5% выше, чем других торгующих организаций. Это дает экономический эффект. По нашим подсчетам, закупки товаров крупными партиями позволили получить скидок от поставщиков почти на 20 млн. рублей. Сокращаются транспортные издержки, а коммерческая служба потребительских обществ имеет больше возможностей работать непосредственно в магазинах. О конкурентоспособности кооперативного опта говорит тот факт, что за прошлый год продано товаров частным структурам на 150 млн. рублей, что составляет 18% оборота.

Конкуренция диктует необходимость совершенствования розничной торговли. Эта работа проводится по следующим направлениям. Прежде всего, мы стараемся создать лучшие условия покупателям, переводя магазины на самообслуживание. Только за 2004 год переведено 80 магазинов, а всего по этому методу работает более двухсот магазинов. Перевод на этот метод обслуживания покупателей дает многократное увеличение продаж.

Одним из направлений является открытие универсамов в райцентрах и населенных пунктах, составной частью которых являются магазины-кулинарии. Анализ показывает их высокую эффективность. В целом по универсамам нагрузка на одного работника в 1,5 раза выше, чем в обычном магазине. В торговле непродовольственными товарами переходим на узкоспециализированную торговую сеть.

По-прежнему актуальным остается вопрос совершенствования структуры по-



требительской кооперации. Мы идем в направлении укрупнения и создания на территории области одного юридического лица. Об эффективности этой работы свидетельствуют факты. В 1999 году к облпотребсоюзу присоединено Валдайское райпо. За 5 лет доля потребительской кооперации в торговле этого района возросла с 38% до 45%. За эти годы, вместо убытков, предприятия Валдайского района дали 12 млн. рублей прибыли. В 2004 году присоединено Маловишерское райпо. За год доля товарооборота системы в районе возросла с 35,2% до 37,6%. Капитальные вложения составили 1,5 млн. рублей. Заработная плата возросла в 2 раза. Вместо убытков получена прибыль.

Сегодня много проблем, которые требуют научных разработок. Мы считаем, что дальнейшее проведение научно-практических конференций, совместная работа с учеными университета позволит найти более правильное решение назревших проблем. Позвольте искренне поблагодарить ученых университета, преподавателей, сотрудников за вклад в подготовку кадров для системы потребительской кооперации, а также за результаты научных исследований, востребованных практикой.

***С.С. Садальский, Председатель  
ревизионной комиссии Центросоюза России,  
председатель правления Новгородского  
областного потребительского общества,  
к.э.н.***

# НАУЧНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ – НА ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ КООПЕРАТИВНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

Современное образование является одним из основополагающих средств воспроизводства и развития культуры, духовного, интеллектуального и профессионального потенциалов общества и человека.

Сегодня образование стоит перед необходимостью глубочайших перемен, отражающих новую парадигму научной картины мира, трансформирующегося в постиндустриальную экономику.

Развитие образования, переход его в новое качественное состояние, не может быть осуществлено иначе, чем через освоение инноваций, через инновационные процессы. Инновации есть существенный момент развития образования. Инновации выражаются в тенденциях накопления и видоизменения разнообразных инициатив и нововведений в образовательном пространстве, которые в совокупности приводят к более или менее глобальным изменениям в сфере образования и трансформации его содержания и качества. Инновации – это такие актуально значимые и системно организующиеся новообразования, которые возникают на основе разнообразия инициатив и новшеств и становятся перспективными для развития образовательного процесса.

Основным условием, обеспечивающим результативность системных нововведений является инновационный потенциал вуза (образовательного учреждения), под которым как сложным образованием можно понимать совокупность условий и ресурсов для успешного осуществления и развития инновационных процессов, определяющей и составной частью которого является научный потенциал: люди как главная составляющая научных исследований, профессионально компетентные, испытывающие потребности в инновационной деятельности, готовые к инновациям, к освоению нестандартных форм научной деятельности, владеющие методами воплощения приоритетных научных идей и направ-

лений в практические действия; материально-техническое обеспечение; условия работы и др.

«Приоритет» применительно к науке (научные приоритеты) рассматриваются в постиндустриальных обществах с точки зрения реализации интересов повышения благосостояния, обеспечения конкурентоспособности, социального развития, достижения геополитических и иных национальных целей.

Проблему приоритетов научных исследований в вузах потребительской кооперации России следует рассматривать с точки зрения понятия «приоритет», применяемого в контексте Концепции развития потребительской кооперации до 2010 года и образовательной стратегии, вырабатываемой Центросоюзом России. К приоритетам научных исследований в системе потребительской кооперации можно отнести те направления исследований, те проекты, отдельные разработки, которые имеют особый интерес для потребительской кооперации, которые поддерживают, укрепляют, развивают ее конкурентоспособность, конкурентоспособность товаров и услуг, производимых организациями потребительской кооперации для внутреннего и внешнего рынков, усиливают центростремительные процессы ее системы, обеспечивают ей экономический рост и самоподдерживающееся развитие в будущем.

Те негативные моменты, с которыми сталкивается вузовская наука России: нехватка финансирования, неуклонное старение научно-педагогических кадров, снижение интереса молодежи к профессиональным занятиям научной работой и преподавательской деятельностью, нарушение преемственности научных поколений, утрата многих отечественных научных школ, высококвалифицированных педагогических коллективов, в определенной степени присущи и вузам системы потребительской кооперации. Во многом лишь благодаря

тому научному потенциалу, который накоплен кооперативным образованием, оно в состоянии сегодня обеспечить качественную подготовку специалистов. Сегодня ситуация такова, что, говоря словами В.Ф. Ермакова, «кооперативное образование формирует не только будущее поколение кооператоров, но и будущее потребительской кооперации».

И это не случайно. Кооперативное образование сегодня есть образ жизни более чем 170 тысяч людей, тех, которые учат и учатся, а точнее – около 400 тысяч работников системы потребительской кооперации.

Учебные заведения потребительской кооперации обладают высоким научным и образовательным потенциалом. Это около 6000 квалифицированных преподавателей, среди которых более 180 докторов наук, более 1200 кандидатов наук. Индекс соответствия аккредитационным показателям по университетам Центросоюза РФ превышает 1,3, что превосходит государственные образовательные учреждения. При каждом университете имеет место аспирантура и докторантура, действуют советы по защите докторских и кандидатских диссертаций. Это не только признание качества подготовки специалистов высокой квалификации, но и доверие системе кооперативного образования.

Развитие науки относится к числу высших приоритетов Российской Федерации, а для потребительской кооперации научно-исследовательская деятельность – неисчерпаемый социальный ресурс развития, как и образование в целом.

Если коротко сформулировать содержание и стратегические цели развития науки в вузах системы потребительской кооперации до 2010 года и на перспективу, то они связаны с направлениями модернизации высшей школы России, реструктуризацией потребительской кооперации, с необходимостью превращения потребительской кооперации в наукоемкую отрасль.

Если образование становится не производным, а определяющим фактором экономического роста, если оно не столько удовлетворяет общественные потребности, сколько формирует будущие общественные возможности, то в этих условиях наука не только превращается в крупную и относительно самостоятельную отрасль эко-

номики, в качестве инновационной составляющей она начинает пронизывать всю профессиональную деятельность каждого специалиста.

Исходя из того, что высшая школа как составляющая часть инновационного комплекса готовит научные кадры; обеспечивает выполнение фундаментальных и прикладных научных исследований и разработок; обеспечивает оценку, признание, распространение научных достижений, модернизация высшей школы преследует следующие цели: интеграция науки и образования, форсированное развитие научных исследований и разработок; сопряжение научных исследований высшей школы с инновационными процессами в экономике.

Новые подходы к стратегии образования потребовали коренных изменений в устройстве вузов, подборе, подготовке и организации труда преподавателей, в том числе научно-исследовательской работы, и государственных вузов, и вузов негосударственного сектора, который включает в себя более 600 вузов и тысячи организаций дополнительного образования.

Наибольшие шансы для устойчивого и динамичного роста имеют те вузы, которые обслуживают потребности в подготовке, переподготовке и повышении квалификации кадров крупных хозяйственных объединений, крупных хозяйственных систем (которой является и система потребительской кооперации), которые предоставляют студентам нетрадиционные образовательные услуги или традиционные в нетрадиционных областях. Представляется, речь идет о том, что в условиях глобального распространения рыночных принципов экономического развития, в том числе на рынке труда, выжить могут те вузы, которые создают условия для развития рискованных направлений высшего образования, удовлетворяющих уникальные потребности и запросы специфически социальных, национальных, конфессиональных и возрастных групп населения; те вузы, которые овладели современной культурой обеспечения качества выполнения научно-исследовательских работ; которые создают условия для формирования энергичной, творческой и высококвалифицированной академической научной элиты; которые организуют исследовательскую

деятельность исходя из задач перехода от индивидуализированных к командным формам работы, ориентированным на конечный результат; которые создают условия для информатизации научно-исследовательской работы; которые увеличивают объем фундаментальных исследований – основы развития науки, техники и технологий; которые усиливают инновационную ориентацию прикладных научных исследований и разработок (занимаются подготовкой кадров для инновационной сферы, в том числе и студентов по основам инновационного предпринимательства). Устойчиво и динамично могут развиваться те вузы, которые создают системы экономических и организационных стимулов, обеспечивающих инновационную активность, в частности, развивая вузовские и межвузовские системы грантов; те вузы, которые осуществляют переход к системе заказов в сфере научных исследований (это далеко непростая задача – превратить научно-исследовательскую и инновационную работу в объект, привлекательный для инвестиционной активности предприятий и организаций); те вузы, которые изменяют структуру научного сектора с учетом отраслевых приоритетов науки, развития приоритетных направлений научных исследований, лабораторной базы; которые ликвидируют те структурные подразделения, лаборатории, которые утратили научный профиль, не имеют достаточных кадровых и материально-технических ресурсов; которые поддерживают ведущие научные школы; развивают электронные библиотеки и наращивают их информационные ресурсы; развивают методологию и методики обучения в виртуальной среде; пересматривают подходы к воспитанию студентов в духе идей социальной и профессиональной ответственности, создают условия для частичной занятости студентов в сфере науки и научного обслуживания. То есть те вузы, которые обновляют не только содержание и структуру высшего образования, а превращают вуз в относительно самостоятельную отрасль, в ключевое звено новой экономики по созданию человеческого капитала постиндустриального общества.

Опыт стран с развитой системой высшей школы показывает, что критическая

масса специалистов с высшим образованием, необходимая для перехода к инновационному типу экономического роста, составляет 30 – 50% общей численности занятых. Это и определяет необходимость высоких темпов развития высшей школы. По мере становления экономики, основанной на знаниях, высшее образование сначала становится массовым, затем общедоступным, и к первой половине XXI века большинство работающих будут составлять высококвалифицированные специалисты с высшим образованием.

Исходя из интересов развития потребительской кооперации, обеспечения ее достойного места в экономике России необходим единый подход со стороны всех ее учебных заведений к реструктуризации и модернизации кооперативного образования, который должен соответствовать в полной мере актуальным и перспективным задачам развития системы потребительской кооперации.

Проблемы, которые особо нуждаются в глубоком научном исследовании, названы Председателем Совета Центросоюза России, доктором экономических наук, профессором Валентином Филипповичем Ермаковым и сформулированы в Постановлении Президиума Совета Центросоюза РФ от 16 апреля 2004 г.: взаимосвязь и взаимообусловленность социальной и хозяйственной деятельности потребительской кооперации; повышение эффективности использования объектов кооперативной собственности; оптимизация организационной структуры потребительской кооперации; формирование нового мышления работников и активизация просветительской работы; построение качественно новой системы подготовки и переподготовки кадров; научно-методическое обеспечение внедрения инновационных педагогических технологий, использования дистанционного обучения. Решение их напрямую зависит от действенности и эффективности использования научно-образовательного потенциала всей многоуровневой интегрированной системы кооперативного образования, единых подходов к ее реструктуризации.

Обеспечение единых подходов со стороны всех учебных заведений к реструктуризации и модернизации кооперативного образования становится возможным в ре-

зультате учреждения Ассоциации образовательных учреждений потребительской кооперации России, которая имеет своей основной целью разработку и реализацию стратегии построения системы образования, выполнение задач, вытекающих из Концепции развития потребительской кооперации до 2010 года, «Концепции модернизации российского образования до 2010 года».

В рамках созданной Ассоциации, на основе активного сотрудничества всех кооперативных вузов и, прежде всего университетов, должна быть отлажена работа по созданию отраслевой системы приоритетов научных исследований, усовершенствованы принципы и планирование НИР в кооперативных вузах, придано большее значение развитию системы НИРС, на основе которой может быть построена эффективная работа аспирантуры.

Возможно создание межвузовского научного или научно-технического совета, который бы осуществлял свою деятельность во взаимодействии со структурными подразделениями Центросоюза, научно-техническими советами вузов потребительской кооперации, занимался подготовкой предложений и рекомендаций по актуальным проблемам формирования отраслевой научно-технической политики в системе образования; рассматривал вопросы эффективности аспирантуры и докторантуры кооперативных вузов; анализировал достижения кооперативной науки, использование их в учебном процессе; развитием научных связей между вузами для решения сложных научных и научно-технических проблем, решение которых не под силу одному вузу или университету; содействовал интеграции ученых кооперативных вузов России и стран СНГ; готовил обоснованные рекомендации по выбору отраслевых научных исследований в системе образования; перечни законченных высокоэффективных научных работ для их коммерческой реализации в системе потребительской кооперации и за ее пределами; формировал базу данных о провидимых научных исследованиях, научных коллективах.

Необходимо выстраивать работу, ориентированную на развитие системы грантов Ассоциации, финансировать крупные, имеющие существенное хозяйственное зна-

чение для потребительской кооперации проекты, на конкурсной основе.

При значительном числе аспирантов в вузах потребительской кооперации университеты и институты крайне слабо пополняются молодыми кадрами высшей квалификации. Общеизвестно – молодые кандидаты наук – именно та категория ученых, состояние которой наиболее существенно влияет на воспроизводство, развитие кадрового потенциала науки, на обеспечение преемственности поколений. Необходимость создания условий для активной научной работы и профессионального роста перспективных молодых научных кадров стала очевидной.

Известно, что значительная часть аспирантов вообще не ставит себе цели подготовиться к профессиональной научной либо преподавательской деятельности. Выпускники аспирантуры уходят в другие сферы деятельности, в которых имеются более благоприятные материальные условия. Если вести речь о привлечении молодежи в науку в целях сохранения и развития научного и образовательного потенциала, то следует выделить два наиболее важных направления – активизацию НИРС и аспирантов и реализацию программ поддержки научного творчества молодежи.

При сложившейся практике размеры грантов ориентированы на размеры стипендий, и такое вознаграждение для студентов, аспирантов, молодых кандидатов наук есть вполне весомый материальный стимул, моральное поощрение, есть подтверждение их научной репутации.

В целях содействия развитию форм и методов, результативности научно-исследовательской работы студентов (НИРС) и научно-технического творчества молодежи (НТТМ) возможно создание в рамках Ассоциации Совета вузов потребительской кооперации по развитию НИРС и НТТМ, основными задачами которого могли стать следующие: разработка основных принципов функционирования НИРС-НТТМ; проведение аналитической и методической работы, направленной на развитие системы НИРС-НТТМ; разработка предложений о проведении всероссийских, международных студенческих конференций, семинаров, конкурсов, олимпиад и т.д.; обобщение, распространение и использование отече-



ственного и зарубежного опыта, новых организационных и методических форм и мероприятий системы НИРС-НТТМ.

В связи с необходимостью превращения университетского менеджмента в высокоспециализированную сферу деятельности, обеспечивающую целеполагание, планирование, организацию деятельности подразделений, оценку достигнутых результатов, развитие связей с общественностью, работодателями необходимо в рамках Ассоциации образовательных учреждений потребительской кооперации создание системы долгосрочного, среднесрочного и краткосрочного планирования деятельности, в том числе научно-исследовательской, и оценки ее результатов.

В Московском университете потребительской кооперации такая система создана. Принята Программа развития университета на период до 2010 года, которая есть, во-первых, вектор, направление, в котором будет развиваться университет; во-вторых, совокупность условий, в которых это развитие будет осуществляться. Программа исходит из того, что образовательная деятельность университета есть средство формирования гармонически развитой, социально активной и творческой личности, есть фактор экономического и социального прогресса. На основе Программы разработаны Комплекс мероприятий по ее реализации на период с 2004 до 2007 гг., годовые Календарные планы по направлениям Программы.

Созданная система долгосрочного, среднесрочного и краткосрочного планирования и прогнозирования позволит осуществлять оперативный мониторинг совершенствования образовательного процесса, развития научно-исследовательской работы, интеграции научно-исследовательской работы и практики, развития инфраструктуры университета, его материально-технической базы, нравственных основ деятельности.

Единые и коллективные действия всех звеньев системы кооперативного образования в рамках созданной Ассоциации, наиболее полное использование накопленного ею научного потенциала, усиление инновационной активности ученых кооперативных вузов на основе перехода к выполнению единых инновационных проектов и программ позволят кооперативному образованию развиваться опережающими темпами по сравнению с хозяйственной деятельностью, стать двигателем экономического и социального прогресса всей многоотраслевой системы потребительской кооперации в целом.

***М.В. Сероштан, президент-ректор  
Московского университета  
потребительской кооперации,  
д.э.н., профессор,  
Н.Н. Соловых, проректор по научной  
работе Московского университета  
потребительской кооперации,  
к.э.н., профессор***

# АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГЛОБАЛИЗАЦИИ И ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИОРИТЕТЫ РОССИИ

Мне бы хотелось высказать некоторые соображения по актуальной проблеме, которой сейчас уделяется очень большое внимание, а именно - процессу глобализации и выработке стратегии национального развития в новых условиях.

Конец уходящего века характерен многосторонней трансформацией мировой системы: мир стал восприниматься как глобальный, единый, взаимосвязанный, но при этом сохраняющий свое разнообразие. Изменения затронули все сферы: экономическую, политическую, социологическую, военную, правовую и др. Потребовалось прояснить этот феномен, чтобы придать выработке стратегических направлений развития осознанный и обоснованный характер. В этой ситуации мировое научное сообщество, в том числе и его российская часть, приступило к поиску новейших научных методов осмысления и отображения глобального мира. Зародилась и бурно развивается новая дисциплина - глобалистика и ее разделы: геоэкономика, геофинансы, геополитика, геоинформатика, геокультура, геостратегия, геологистика, международного права и др. Отображая «новую» реальность, геонауки отображают и сознание «нового» человека: человека глобального, геоэкономического, «человека-сеть». Иначе говоря, мы имеем дело с новым антропо-философским моментом - человеком новых мотиваций и ценностей.

Глобалистика высветила центральный вектор мирового развития, он формируется не в геополитических горизонтах, а в геоэкономических, и военная компонента постепенно сближается с геоэкономическими устремлениями основных игроков на мировой арене, - она защищает геоэкономические национальные интересы. Иными словами, реалии таковы, что на приоритетные позиции - в науке и практике выходят проблемы геоэкономического пространства. Геостратегия и геополитика же на данном отрезке исторического развития играют свою особую, но вспомогательную роль. Без такого разграничения приоритетов реаль-

ная картина мира предстает деформированной, а концепции национального развития и национальной безопасности могут получить неадекватное направление развития.

## **Актуальность включения национальных экономик в глобальную систему (стратегия доступа к мировому доходу)**

Глобализация, открывает новые благоприятные перспективы и возможности в решении национальных задач. Это первый блок проблемных вопросов, на который следует обратить особое внимание.

Чтобы сориентироваться в этом, необходимо четко представлять механизм функционирования мировой глобальной системы. А он сводится к следующему:

- Мировая система вступила в фазу реструктуризации.

- Система ищет новую точку динамического равновесия одновременно в трех глобальных направлениях: в геоэкономическом, геополитическом и геостратегическом.

- Россия попала в эпицентр глобальных подвижек (распад СССР и образование новых независимых государств, исчезновение Совета Экономической Взаимопомощи и Организации Варшавского договора, потеря зон влияния и т.п.), но, будучи одним из определяющих участков миропорядка, Россия не может не участвовать в этом процессе.

- Выработка фундаментальных основ национальной доктрины развития и стратегического арсенала ее реализации в современном мире обуславливаются несколькими принципиальными моментами: первое - всеобъемлющая глобализация стирает грань между внутренней внешней сферой деятельности, между внутренней и внешней политикой; второе - стремительно набирает силу процесс экономизации политики.

- Внутренний экономический регламент Мировозыистойвенной системы предопределен тем, что глобализация модифицирует товарное производство: оно осуществляется на базе перешагнувших нацио-

нальные рамки технологических систем. Обмен товаров идет на новых не международных, а межконтинентальных «стыках» разделения труда, да и выступают он в новейших формах (товар-группа, товар-объект, товар-программа) при этом предприятия, производящие такого рода товары выступают в транснациональной форме.

- Как результат этих процессов - формирование в недрах мирового хозяйства интернационализированных воспроизводственных ядер (циклов), которые играют роль своеобразных «локомотивов» мировой хозяйственной системы. Эти циклы (ядра) принимают подвижный, блуждающий характер. На карте мира появились экономические границы, они не совпадают с государственно-административными: национальные экономики «разрываются» на части, которые становятся звеньями разных воспроизводственных мировых анклавов. Национальные интересы закрепляются не на политических, а на экономических границах, носителями этих интересов выступают транснациональные корпорации, финансово-промышленные группировки и др. структуры. Им государства делегируют реализацию своих национальных интересов. Причем эти процессы не оказывают влияние на национальный суверенитет.

- В системе мировых экономических отношений произошел существенный поворот, а именно: 1) глобальные монополии сужают масштаб рыночных (конкурентных) отношений и восполняют рентными их за счет перераспределения мирового дохода; 2) трансграничные финансовые потоки (геофинансы), опосредуя блуждающие интернационализированные воспроизводственные циклы, породили гигантский слой виртуальных финансов, который постоянно подрывает глобальное (мировое) равновесие.

- Любая национальная экономика и ее хозяйствующие субъекты проходят ряд этапов не только на пути вхождения в интернационализированные воспроизводственные ядра, но и находясь в их составе, эволюционирует в рамках воспроизводственной цепи, последовательно занимая те или иные звенья глобального воспроизводственного процесса.

- В рамках интернационализированного воспроизводственного ядра формируется мировой доход.

- Борьба за его перераспределение является стратегическим ориентиром при функционировании национальной экономики на мировой хозяйственной арене. Цель высшего ранга для любого государства - прокормить к мировому доходу.

- Для реализации этой стратегической цели необходима соответствующая система национальных внешнеэкономических институтов - переход от торговой модели на воспроизводственную (геоэкономическую).

- Важнейшими звеньями такой модели являются: новая организационно-функциональная и управленческая форма и соответствующий методологический инструментарий.

- Возникло новое поле, на котором государство может реализовать свои стратегические цели, - это не мировой рынок, а геоэкономический атлас мира с ясно очерченными экономическими границами, национальными интересами, контурами стратегических альянсов, системной интеграционных подвижек, экономических группировок и т.п.

- Оперирование на геоэкономическом атласе требует выработки активной наступательной стратегии и соответствующих приемов: речь идет об использовании высоких геоэкономических технологий - открывается широкий горизонт для стратегии не прямых действий.

- Там, где в решениях, основанных на геополитических подходах ставится точка, геоэкономика, опираясь на геоэкономическую память, объективно ищет продолжения решений национальных внешнеэкономических стратегических задач в форме отложенной внешнеэкономической контрибуции.

- Таким образом, закладывается центральная идея, открывающая доступ к мировому доходу а именно: интернационализированные воспроизводственные ядра должны составлять сердцевину (основу) национальной внешнеэкономической системы, а постоянные их наращивание - суть развития внешнеэкономических связей любой страны.

В целом, в доктринальной основе геоэкономики лежит стремление национальных экономик к вращению в мировую геоэкономическую систему (встраивание в интернационализированные воспроизводственные ядра) с целью прорыва к полно-

равному участию в формировании и распределении мирового дохода через использование высоких геоэкономических технологий и путем оперирования на геоэкономическом атласе мира - это формула мирового воспроизводственного цикла. Таким образом, геоэкономика выступает не только как система методологических приемов и подходов к изучению (анализу и прогнозу) глобальной экономики, но и как основа для выработки стратегии оперирования национальной экономики в рамках тех или иных цивилизационных моделей мирового развития.

### **Проблемы безопасного развития в условиях глобальных перемен**

Наряду с рассмотренными выше благоприятными перспективами по включению национальной экономики в глобализирующуюся систему следует учесть и негативные стороны - появились новые вызовы и угрозы. Это второй блок проблемных вопросов, на котором нам следует особо остановиться.

- Геоэкономика как фундаментальная наука опосредует развитие глобальной (мировой системы) независимо от ее цивилизационной окраски. Вместе с тем, без учета цивилизационного аспекта невозможно прояснить сущность зарождающихся процессов, которые неумолимо проявляют себя на геоэкономическом атласе мира.

- Современное развитие формируется под воздействием постиндустриальной модели цивилизационного развития, как высшей, техногенной фазы индустриализма. Геоэкономическое пространство вобрало, впитало в себя его атрибуты.

- Техногенная фаза развития (постиндустриализм) безудержно раскручивает мировые воспроизводственные циклы, пожирая интеллектуальные, производственные, природные и т.д. ресурсы, превращая-МВЦ в самоцель. Мировая экономика попала в полосу изматывания, для России это представляет собой угрозу высшего ранга - изматывание милитаризмом заменяется техногенным изматыванием.

- Следование России во след западных постиндустриальных схем может поставить ее в «хвост» мирового развития. Это имеет идеологическое прикрытие: иде-

ологами постиндустриализма предпринимаются тотальные усилия, чтобы продлить жизнь техногенной (постиндустриальной) машины на исторической сцене в ее высшей фазе. С этой целью постиндустриализм примеряет на себя актуальную и полезную концепцию «устойчивого развития». Сама идея устойчивости развития трактуется как «теоретическое обоснование» апологетического стремления придать процессу пожирания ресурсов «устойчивый» характер с целью его дальнейшего «развития», не допустить сбоя в бешеном ритме и темпе функционирования глобальных воспроизводственных конвейеров, где формируется и перераспределяется мировой доход между узкой группой «развитых стран», не допустить в этот процесс «сторонних» государств, удержать их на «хозяйственном» дворе этих конвейеров (с их сырьевыми, людскими, интеллектуальными финансовыми) ресурсами.

- Геоэкономический подход позволяет избежать серьезнейших стратегических просчетов: во внешней сфере под видом «торговых» войн скрываются более разрушительные «геоэкономические» (внешнеэкономические) войны своими глубоко завуалированными арсеналами; несвоевременное включение интернационализированные воспроизводственные ядра приводит к тому, что многие национальные экономики, в том числе Россия, остаются в стороне этих процессов, довольствуются отведенной ролью «вспомогательного» хозяйства мирового производственного цикла. Тем самым перекрывается доступ к формированию и к каналам перераспределения мирового дохода. Постепенно приходят осознание; что традиционные представления о ведении войн с применением только силовых методов уходят в прошлое, на смену им приходят, (и уже ведутся) более опасные и грозные геоэкономические (внешнеэкономические) войны, как симбиоз «торговых» и «холодных-войн».

Важно также знать технологию ведения подобных войн, применяемые при этом стратегические приемы и методы.

Их особенности: «невидимость», отсутствие разрушений, бескровность; применяемая стратегия: «непрямые действия»; используемое оружие: высокие геоэкономические, геофинансовые, информацион-

ные и др. технологии; основная цель: «перелив» национального дохода «противника» в мировой и недопущение его к перераспределению мирового дохода; задача Вооруженных Сил: охрана «своих» подвижных интернационализованных воспроизводственных ядер (циклов), нависание над ареалами расширения зон действия транснациональных корпораций - оснащены новейшим классом оружия и снаряжения; состав преступления: маргинализация страны, населения, выброс их в разряд изгоев, парий и т.п. (страна-изгой, страна-пария); подсудность: геоэкономический трибунал; наказание: геоэкономическая контрибуция наказание за преступления против человечности Россия в полной мере испытала на себе все тяготы геоэкономической войны («холодная война» явилась первой мировой геоэкономической войной). Основным ядром здесь выступило «оживление» милитаризованных элементов в национальную экономику, искусственное нагнетание военных угроз, искусственное моральное старение вооружения (неоправданно частое снятие с вооружения первоклассных образцов военной техники), формирование крупномасштабных глобальных «инициатив». Классическим примером тому может служить американская стратегическая оборонная инициатива (СОИ), культивирование национально-этнических конфликтов и территориальных притязаний, что сформировало огромный, емкий мировой рынок оружия и военного снаряжения.

- В этих условиях центральной составной частью новейшей парадигмы становится выработка концепции национальной безопасности. Оставаясь в рамках торгово-посреднической доктрины ВСЭ, государство попадает в затяжную полосу экономического изматывания. Выплескивая через внешнюю торговлю свое национальное богатство (энергоносители, сырье, интеллектуальные и финансовые ресурсы), и не будучи звеном мирового воспроизводственного процесса, где используются эти ресурсы, где производятся и реализуются уникальные изделия, обеспечивающие формирование мирового, дохода, оседающего в международных финансовых институтах - многие экономики не участвуют в его перераспределении, а считают получаемые кредиты «заемными средствами».

Анализ проблем национальной безопасности (ее геоэкономического аспекта) позволяет сделать следующие выводы:

1. В мире формируется «новая» безопасность коренной внешнеполитической и военно-стратегической поворот к геоэкономическим интересам и их защите. Суть такого поворота:

- Глобальные перемены привели к новой стратегической ситуации. Поменялся вектор и ориентиры национального развития. С окончанием холодной войны мир перешел к новым способам и методам реализации национальных интересов на основе, прежде всего, новой геоэкономической парадигмы XXI века. Мир вступил в эпоху геоэкономических войн. Военно-политическая составляющая национальной безопасности трансформировалась в военно-экономическую.

- В борьбе за мировой доход идет непрерывный, бескровный передел мира. Сформировались мощные государства системы, зоны хозяйствования которых простираются на обширные мировые ареалы, значительно расширяя налогооблагаемую базу этих стран, что ведет к переливу национального дохода в мировой. Мощным рычагом этого процесса выступают блуждающие интернационализованные воспроизводственные ядра (крупные финансово-промышленные группировки, оснащенные наступательными, высокими геоэкономическими и геофинансовыми технологиями). Им государства делегируют реализацию национальных интересов в борьбе за доступ к формированию и перераспределению мирового дохода, а военная компонента выстраивается для защиты геоэкономических интересов. Таким образом, центральная прерогатива современной внешней политики определяется военно-экономическим симбиозом. Эту ситуацию отображают: национальные доктрины развития, концепции национальной безопасности и внешней политики, функции и структуры вооруженных сил ведущих государств мира.

- Эта же ситуация ярко проявила себя в серии событий последних лет. В конфликтах на Балканах, кризисной ситуации в Персидском заливе, ситуации вокруг Каспийского бассейна и других четко просматривается стратегический контекст: борьба за перераспределение мировых ресурсов (и,



прежде всего энергетических, морских, финансовых, интеллектуальных) в целях обеспечения бесперебойной работы мировых воспроизводственных циклов (ядер). Именно мощные финансово-промышленные группировки с «приданными» им (пока - косвенной) войсковыми соединениями определяют стратегическую повестку сегодняшнего дня.

- Подобная ситуация ярко проявляется не на мировом рынке, а на геэкономическом атласе мира, где зачастую здоровая конкуренция переходит грань и приобретает характер геэкономического «нападения» (развязывание геэкономических войн). Иными словами, постепенно входит в сферу геэкономического противоборства. Армии ведущих стран мира превращаются в Силы быстрого геэкономического реагирования. Отсутствие в мировой практике отработанных средств противодействия геэкономическому экспансионизму (нападению) поставило перед мировой системой необходимость поиска новейших международных институтов ответственности, в частности, геэкономического трибунала.

2. Выход глобального развития на новые горизонты (речь идет о геэкономическом пространстве, геэкономическом подходе) предопределяет качественно новое наполнение концептуальных основ национальной безопасности России, необходимость внесения кардинальных изменений в военную доктрину и проводимую адекватно ей военную реформу.

- Жесткая конкурентная внешняя среда, в которой «раскрепостились» стратегические векторы мирового развития, стремится законсервировать временно ослабленные позиции России с помощью системы международно-правовых актов и заполнения «бесхозных» ниш, плацдармов и т.п., таким образом создать своеобразный геэкономический и геополитический «панцирь», разорвать который позднее будет чрезвычайно сложно, но для развивающейся России - необходимо.

3. В России постепенно снимается формационная составляющая национальных интересов в связи, с чем угасает военная (силовая) компонента защиты подобного рода интересов. Остаются практически только цивилизационные интересы, а они не сформулированы. Ситуация не

осознана в России, как не осознана суть угроз, а главное, вызовов, надвигающихся на нас со стороны цивилизационного фактора. При этом цивилизационный фактор следует понимать в широком плане, не сводимом к его этнонациональной составляющей. Речь идет о техногенной (постидустриальной) модели СУ современного развития мира.

4. Суть новой цивилизационной модели такова, что она, не исключая из своих арсеналов военный фактор, качественно его преобразует. Следует осознать, что традиционные представления о ведении войн с применением только силовых методов уходят в прошлое на смену им приходят (и уже ведутся более опасные и грозные - геэкономические (внешнеэкономические войны)). Мы на пороге зарождения новой институциональной мировой структуры - Геэкономического трибунала, способного противостоять разрушительным геэкономическим войнам.

Сращивание внешнеэкономической доктрины с военной доктриной – первостепенное стратегическое значащее условие вхождения России в новую модель цивилизационного развития - информационное общество - в рамках которой возможны приемы, нейтрализующие военные угрозы, исходящие от геэкономических войн, путем применения геэкономических моделей, которые свяжут потенциального противника в системе реализации экономических проектов (товар-программ).

Формирование на этой основе интернационализированных воспроизводственных циклов (ядер) - магистральный путь безопасного развития.

5. При рассмотрении вопросов военной реформы необходимо учитывать весь спектр национальной безопасности России, а не только ее военную составляющую. А это значит, что национальная безопасность России может быть эффективна в том случае, если она будет отвечать геэкономическим реалиям, а не только внутренним возможностям экономики России.

6. Сегодняшние национальные геэкономические интересы, существующая внешнеэкономическая и внешнеполитическая системы России создают ситуацию, когда нечего защищать, и косвенно обрекают Вооруженные Силы на развал, на асинх-

ронность в проведении военной реформы. Требуется совместить по времени и стратегическим целям проведение внешнеэкономической и военной реформ, а также глубокую реорганизацию внешнеполитической сферы.

7. Стратегия национальной безопасности России должна быть направлена на оперирование ситуациями и структурами, образовавшимися в новой, геоэкономической системе координат.

8. Необходимо сформулировать техническое задание на формирование новейшего российского ВПК на геоэкономической основе - «ВПК XXI века». Россия должна стать участником геоэкономического процесса. Военная доктрина должна отражать геоэкономические аспекты, без этого невозможно создать Вооруженные Силы отвечающие реальным стратегическим интересам и задачам России в XXI веке.

Всеми силами следует держать стратегическую паузу и в рамках ее успеть завершить стратегический маневр исторического масштаба - выход ударных российских ТНК стратегического статуса в геоэкономическую плоскость оперирования в целях перераспределения мирового дохода

9. Во внешнеполитической сфере становится чрезвычайно важным формирование геоэкономического равновесного евразийского и европейского вектора, при активизации экономического сотрудничества с Европой стратегическая задача России. Вместе с тем, геоэкономическая «память» неумолимо заставляет искать выход из стратегически неустойчивой, несбалансированной ситуации в виде стратегического зачета взаимных требований, геоэкономической контрибуции и т.д.

10. Актуально формирование мощного Международного Центра (института) глобалистики и геоэкономики, способного проводить фундаментальные теоретические и методологические исследования на уровне современных задач, что будет во многом способствовать преодолению громадного разрыва в осознании жесточайших реалий современного мира и сложившейся модели нашего мышления в области безопасности и обороны.

- Россия еще не успела, к счастью, вклиниться в последнюю стадию постиндустриального развития. Завершая индуст-

риальный цикл своего развития, обладая сформировавшимися производственными анклавами (очагами), интеллектуальными заделами и способностью к воспроизводству научно-технического потенциала Россия имеет исторический шанс - она необремененная последней стадией постиндустриальной модели, готова не только гармонично войти в новую модель цивилизационного развития, но и при определенных условиях стать лидером этого процесса.

- Но ситуация меняется - на пороге XXI века зарождаются новейшие цивилизационные подвиги и геоэкономическое пространство под их влиянием преобразуется. В мире зарождается процесс отхода от техногенной модели развития и Россия выступает как предвестница этого процесса: мировой воспроизводственный цикл наполняется новым содержанием, в него вплетаются новые «внесистемные» компоненты: национально-этнические, культурологические морально-этические, духовные и т.д. Мир вступает в новую цивилизационную модель развития неэкономическую.

- Центральным атрибутом неэкономической модели являются этноэкономические системы. Зародились и набирают силу процессы этноэкономической транснационализации.

- Если рассматривать глобальную, систему в координатах неэкономики, то ее целевая доктринальная основа вырастает из постиндустриальной путем вплетения в нее ряда вышеотмеченных «внесистемных» атрибутов. Мировой воспроизводственный цикл воспроизводит новый набор ценностей, идет воспроизводство качества жизни. А это, в свою очередь, открывает принципиально новые горизонты цивилизационного развития в рамках неэкономической модели.

- В неэкономической системе может получить новое звучание проблема выстраивания концепции и доктрин в традиционно устоявшихся сферах деятельности: создавать любую доктрину (будь то внешнеэкономическая, военная, внешнеполитическая и т.д.) невозможно в отрыве друг от друга, здесь необходим симбиоз, единый блок, формируемый в единстве по времени, месту, цели и направленности.

- Россия вполне может стать предвестником, инициатором и лидером осо-

бого неэкономического образования, оно должно сформироваться на базе мирового интернационализованного воспроизводственного ядра, (условно-российского) уравновешенного зарождающимся воспроизводственным ядром европейского масштаба (без уравновешенности ядер нарушается неэкономическая модель - это принципиальное и базовое условия новой модели). Его истоки могут уйти в такие глубинные неэкономические корни, которые скомпонуют контур этого ядра (не исключено, что исторические корни позволят высветить новые образования с участием стран-лидеров Арабского Востока АТР, в других, вариантах и т.д. Причем, неэкономика может сформировать воспроизводственные ядра не обязательно на базе сопредельности государств, ибо интернационализованные звенья могут находиться в различных частях мира и по форме выступать не только в экономической оболочке.

- В рамках этноэкономических систем идет трансформация экономических атрибутов и, прежде всего, трансформация закона стоимости, его качественная модификация. Выйдя за национальные рамки закон стоимости, опосредуя функционирование мировых воспроизводственных цепей, т.е. новой, отличной от национальной, среды), через интернационализацию (транснационализацию) возвращаясь вновь в национальные рамки, уже «не выполняет обязанности» по обслуживанию национальных воспроизводственных циклов - извне он привносит новейшие компоненты и мотивационные начала, к прибыли добавляется система стратегических эффектов, которым тесно в национальных рамках, отсюда истоки деформаций и глубоких структурных искажений, давление на национальные границы, продвижение их к экономическим.

- Теперь уже образования-анклавы (субъекты мирохозяйственного общения) могут быть устойчивым, если они лежат не в рамках политических, а экономических границ, выходят на наднациональный уровень, а воспроизводственные циклы этих образований воспроизводят помимо товарной массы этнонациональные, духовные, культурологические и т.п. ценности, иными словами воспроизводят качество жизни.

- Система новейших геоэкономических стратегических ориентиров позволяет приступить к выработке практических рекомендаций, к поиску ответов на поставленные глобальные вопросы. Ответы лежат в плоскости фундаментальных начал глобалистики, определяющей место национальных систем в современном мире. С использованием геоэкономических подходов открывается широчайший стратегический простор (целенаправленное создание благоприятных геоэкономических ситуаций, включение в глобальные воспроизводственные цепи-ядра, подключение к каналам перераспределения мирового дохода, формирование отложенной внешнеэкономической контрибуции, ориентиров для системы национальной экономической безопасности, гармонизация национальной хозяйственной структуры - выход из структурой кризиса и т.д.). Геополитика априори не способна на решение этих задач, в ней выхолощен «реальный» (экономический) элемент и в ней до сих пор главенствуют опасные мифологемы «жизненного пространства», в завуалированной скрытой форме.

**Э.Г. Кочетов, директор Центра стратегических исследований геоэкономики ВНИИВС, Председатель совета по глобальным проблемам XXI века (геоэкономика и цивилизации), академик РАН, д.э.н.**

# КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ: РЕЗУЛЬТАТЫ АНКЕТИРОВАНИЯ СТУДЕНТОВ

Высшее образование в России как один из элементов хозяйственного механизма рыночной экономики подчиняется общим для этой экономики правилам игры, а следовательно, каждое учебное заведение вынуждено заботиться о самоокупаемости, прибыли и конкурировать с другими участниками рынка образовательных услуг и продуктов.

Чтобы оставаться конкурентоспособным, вузы должны быть хорошо информированы о своих потребителях (студентах) их требованиях, мнениях и намерениях.

Главным фактором конкурентоспособности организаций и предприятий является качество их продукции, а для высших учебных заведений – качество подготовки специалистов. Именно поэтому реформирование высшей школы в России имеет целью повышение качества подготовки специалистов и повышение на этой основе конкурентоспособности российского образования.

В Московском университете потребительской кооперации в рамках его реструктуризации разработана Программа развития университета до 2010 года. Один из разделов этой Программы предусматривает разработку мероприятий по повышению качества подготовки специалистов для потребительской кооперации.

Как известно, измерять и соизмерять качество чего-либо достаточно сложно. Это зависит от того, что понимается под качеством, какие показатели принимаются за основу, какая методика оценки качества используется. Нам представляется, что под качеством образовательных услуг и продуктов можно понимать совокупность знаний и навыков, приобретаемых студентами в процессе обучения, дающим им возможность после окончания университета выполнять должностные обязанности конкретного специалиста на достаточно высоком квалифицированном уровне.

Уровень качества подготовки специалиста определяется комплексом факторов, в числе которых оптимальный набор дисциплин в учебном плане специальности, глубина содержания этих дисциплин, наличие в содержа-

нии дисциплин достижений науки, а также их соответствие требованиям практики, формирование в процессе учебы практических навыков, нравственности и духовности. Эффективность реализации этих факторов зависит от квалификации преподавателей, использования ими новых педагогических технологий, учебно-методического и технического обеспечения учебного процесса. И, наконец, качество подготовки зависит от усилий самих студентов, их успеваемости.

Для выбора приоритетных направлений и большей обоснованности мероприятий по повышению качества подготовки специалистов нами проведен достаточно представительный опрос студентов всех факультетов большинства специальностей на всех курсах. Всего опрошено 332 студента на 38 учебных потоках университета.

В результате этого исследования выявлено насколько четко студенты представляют себе, что такое качество подготовки, насколько оно важно для них как будущих специалистов, уровень их знакомства с требованиями, предъявляемыми к специалистам потребительской кооперации. Выявлен уровень удовлетворенности студентов своей подготовкой по направлениям, определяющим их трудоустройство. Получена оценка студентами состояния факторов качества подготовки в университете.

Анализ результатов опроса показал, что абсолютное большинство студентов (86%) достаточно четко представляют себе, что такое качество подготовки специалистов. Однако около трети студентов специальностей «Финансы и кредит» и «Товароведение и экспертиза товаров» не разделяли этого мнения, что представляется достаточно тревожным симптомом и свидетельствует об ослаблении работы профессорско-преподавательского состава, занятого в подготовке этих специальностей в разъяснении студентам сущности этого понятия. Видимо, именно поэтому 13% студентов специальности «Финансы и кредит» считают, что для них, как будущих специалистов» качество подготов-

ки не столь важно. В целом по университету 96% студентов понимают, что для них, как будущих специалистов, качество подготовки очень важно. Особенно это характерно для студентов юридического, экономического и факультета международных экономических отношений.

При подготовке программы повышения качества подготовки нас интересовала степень знакомства студентов с факторами качества и их ранжированием по степени значимости (табл. 1).

Набор факторов качества подготовки определен организаторами опроса на основе собственного понимания этого вопроса. Причем два из них – насыщенность учебного плана и глубина содержания дисциплин определяются требованиями Государственных

стандартов образования и вроде бы не подлежат обсуждению. Однако студенты поставили эти факторы на 3-4 место, выделив в качестве основных факторов – формирование практических навыков в процессе обучения и высокую квалификацию преподавателей. Остальные факторы для них являются в несколько раз менее значимыми.

По факультетам имеются некоторые особенности в ранжировании этих факторов, но первые четыре фактора для всех факультетов являются приоритетными.

Настораживает недооценка студентами таких факторов качества подготовки как наличие в содержании дисциплин воспитательной составляющей и собственных усилий в изучении дисциплин (успеваемость). Видимо, этим факторам и со стороны пре-

Таблица 1

Степень знакомства студентов с факторами качества подготовки специалистов по специальностям

( в %% к числу опрошенных)

	Что, по Вашему мнению, в наибольшей мере определяет качество подготовки специалистов?									
	Формирование практических навыков в процессе обучения	Квалификация преподавателей	Глубина содержания дисциплины	Насыщенность учебного плана	Техническое обеспечение учебного процесса	Использование новых педагогических технологий	Наличие в содержании дисциплин достижений науки и практики	Учебно-методическое обеспечение учебного процесса	Успеваемость студентов	Наличие в содержании дисциплины воспитательной составляющей
Всего по университету	63	61	48	43	20	18	18	10	8	7
В том числе по специальностям:										
- Экономика и управление на предприятии	51	75	53	47	26	9	8	11	4	6
- Бухгалтерский учет, анализ, аудит	47	50	33	40	17	20	-	17	3	17
- Прикладная информатика	80	55	55	35	40	20	10	5	5	5
- Финансы и кредит	55	50	53	32	15	25	30	10	12	12
- Налоги и налогообложение	70	56	41	59	18	8	22	15	11	4
- Товароведение и экспертиза	65	50	40	45	25	20	20	-	20	10
- Коммерция	75	57	48	60	12	20	35	5	8	12
- Юриспруденция	60	66	69	37	20	14	23	14	9	9
- Мировая экономика	70	55	30	45	25	20	25	15	10	-
- Менеджмент организации	74	65	43	43	8	35	9	4	8	-
- Маркетинг	67	79	46	21	21	17	17	8	8	8



подавателей уделяется недостаточное внимание, т.е. требование о смещении приоритетов в работе преподавателей на воспитательную составляющую пока не вышло из стадии обсуждения и приоритетами остаются вопросы профессиональной подготовки.

По специальностям ранжирование факторов качества подготовки также варьирует несущественно – первые четыре фактора стабильно занимают первые четыре места. Однако, студенты специальности «Юриспруденция» ставят на первое место глубину содержания учебных дисциплин; студенты специальностей «Коммерция», «Налоги и налогообложение» – на второе место – оптимальный набор дисциплин в учебном плане (насыщенность учебного плана).

В значительно большей степени варьирует ранжирование факторов качества, отне-

сенных студентами к менее значимым. Например, 17% студентов специальности «Бухгалтерский учет, анализ и аудит» считает учебно-методическое обеспечение учебного процесса очень значимым фактором качества подготовки, в то время как студенты специальностей «Менеджмент организации», «Коммерция» и «Прикладная информатика» лишь 4-5 процентов. Фактор успеваемости студентов варьирует от 3 до 20 %, наличие в содержании дисциплин воспитательной составляющей от нуля до 17 процентов.

Есть над чем задуматься руководству выпускающими кафедрами.

Весьма интересна для всего профессорско-преподавательского состава и особенно для выпускающих кафедр оценка студентами современного состояния факторов качества подготовки специалистов (табл. 2).

Таблица 2

Оценка студентами состояния факторов качества подготовки специалистов в Московском университете потребительской кооперации по специальностям

( в баллах по пятибалльной шкале)

	Формирование практических навыков в процессе обучения	Наличие в содержании дисциплин воспитательной составляющей	Успеваемость студентов	Использование новых педагогических технологий	Техническое обеспечение учебного процесса	Соответствие содержания дисциплин требованиям практики	Наличие в содержании дисциплин достижений науки и практики	Учебно-методическое обеспечение учебного процесса	Глубина содержания дисциплин	Квалификация преподавателей	Насыщенность учебного плана
Всего по университету	2,9	3,1	3,2	3,2	3,3	3,3	3,3	3,6	3,6	4,0	4,0
В том числе по специальностям:											
- Экономика и управление на предприятии	3,2	2,2	2,9	3,0	3,3	3,1	3,1	3,0	3,6	3,8	4,0
- Бухгалтерский учет, анализ, аудит	2,5	3,5	3,3	3,2	3,4	3,2	3,5	3,2	4,2	4,1	4,1
- Прикладная информатика	3,0	3,1	3,2	3,0	3,3	2,9	3,2	3,0	2,9	3,9	4,3
- Финансы и кредит	3,0	3,0	3,2	3,3	3,2	3,7	3,7	3,7	3,6	4,0	3,7
- Налоги и налогообложение	2,6	3,5	3,5	2,9	3,0	3,6	3,2	3,8	3,6	4,0	3,3
- Товароведение и экспертиза	3,3	3,1	3,1	3,5	3,3	3,1	3,7	3,3	4,0	4,0	4,0
- Коммерция	3,2	3,4	3,3	3,6	3,6	3,6	3,5	3,4	3,8	3,9	4,2
- Юриспруденция	2,4	2,5	3,3	2,8	3,1	3,2	3,2	3,4	3,6	3,7	4,3
- Мировая экономика	3,2	3,6	3,6	3,7	3,5	3,6	3,4	4,4	3,7	4,7	4,2
- Менеджмент организации	2,4	3,3	2,8	2,7	3,0	2,8	3,0	3,4	3,1	3,6	3,3
- Маркетинг	3,1	3,4	3,3	3,6	3,4	3,3	3,2	4,0	3,5	4,2	4,1

В табл. 2 эта оценка приведена в порядке возрастания. В целом по университету не вызывают тревоги лишь четыре фактора качества подготовки: квалификация преподавателей, насыщенность учебных планов, глубина содержания дисциплин и учебно-методическое обеспечение учебного процесса. Остальные факторы качества подготовки оценены студентами по пятибальной шкале от 2,9 до 3,3 балла.

Вряд ли кого-либо могут удовлетворить оценки в 2,9 -3,1 балла таких факторов как формирование практических навыков в процессе подготовки и наличие воспитательной составляющей в обучении, или в 3,2 балла – использование новых педагогических технологий и успеваемость студентов, а также в 3,3 балла – наличие в содержании дисциплин достижений науки и практики, соответствие содержания дисциплин требованиям практики и техническое обеспечение учебного процесса.

Крайне низкие оценки студентами факторов качества имеются по всем специальностям университета. У экономистов-менеджеров – это недостатки в воспитательной работе, использование новых педагогических технологий и учебно-методическое обеспечение; у экономистов (бухучет) – формирование практических навыков в процессе обучения и соответствие содержания дисциплин требованиям практики; у информатиков-экономистов – глубина со-

держания дисциплин, учебно-методическое обеспечение учебного процесса; у экономистов (финансистов) – воспитательная работа и формирование практических навыков; у специалистов по налогообложению – формирование практических навыков и использование новых педагогических технологий; у юристов – формирование практических навыков, воспитательная работа и техническое обеспечение учебного процесса; у менеджеров – соответствие содержания дисциплин требованиям практики, использование новых педагогических технологий и успеваемость студентов; у маркетологов – формирование практических навыков и наличие в содержании дисциплин достижений науки и практики и т.д.

Представляется, что данные оценки было бы целесообразно рассмотреть на заседаниях выпускающих кафедр и наметить приоритеты в мероприятиях по повышению качества подготовки специалистов.

В настоящее время работодатели чаще всего требуют от кандидатов, желающих занять те или иные должности, - высшего образования, знания иностранных языков и владения компьютером. Поэтому в нашем обследовании-опросе выявлена степень удовлетворенности студентов своей подготовкой по этим направлениям (табл. 3).

В условиях рыночной экономики неудовлетворенность покупателя (в нашем случае студента) тем или иным аспектом товара – это сигнал для продавца (в нашем

Таблица 3

Уровень неудовлетворенности студентов своей подготовкой по отдельным направлениям (в %% к числу опрошенных)

	Не удовлетворены своей подготовкой		
	по специальности	по иностранному языку	по владению компьютером
Всего по университету	23	37	28
В том числе по специальностям:			
- Мировая экономика	10	20	35
- Менеджмент организации	27	57	27
- Маркетинг	17	50	25
- Бухгалтерский учет, анализ, аудит	33	57	27
- Экономика и управление на предприятии	14	32	13
- Прикладная информатика	5	25	25
- Финансы и кредит	37	43	35
- Налоги и налогообложение	37	38	44
- Товароведение и экспертиза	25	25	40
- Коммерция	28	35	23
- Юриспруденция	15	37	29

Таблица 4

Осведомленность студентов о требованиях, предъявляемых к специалистам потребительской кооперации

(в %% к числу опрошенных)

	Знаете ли Вы какие требования предъявляются к специалистам потребительской кооперации?		
	нет	имею смутное представление	да
Всего по университету	26	54	20
В том числе по специальностям:			
- Мировая экономика	50	35	15
- Юриспруденция	37	54	9
- Коммерция	28	40	32
- Бухгалтерский учет, анализ, аудит	27	50	23
- Финансы и кредит	27	50	23
- Менеджмент организации	26	66	8
- Экономика и управление на предприятии	26	42	32
- Налоги и налогообложение	26	67	7
- Маркетинг	25	62	13
- Прикладная информатика	10	75	15
- Товароведение и экспертиза	10	75	15

случае университета) по принятию срочных мер по исправлению положения или это сделают конкуренты с безусловной для нас потерей контингента. Поэтому выпускающим кафедрам было бы целесообразно глубже разобраться в причинах неудовлетворенности студентов, сделав, сделав подобный анализ по отдельным дисциплинам и даже по отдельным преподавателям.

И, наконец, наш университет готовит специалистов доля кооперативных организаций. Поэтому студенты должны достаточно четко представлять себе, что же требуется от них, как от специалистов потребительской кооперации. В нашем опросе ответы студентов распределились следующим образом (табл. 4).

Лишь 20% опрошенных студентов считают, что они хорошо знают эти требования, более половины имеют о них смутные представления, а каждый четвертый студент не имеет о них никакого представления.

В таблице 4 специальности университета приведены по мере убывания наиболее негативного показателя (доли студентов, не имеющих представления о требованиях к специалисту потребительской кооперации). К сожалению, к числу сравнительно благополучных можно отнести лишь две специальности – прикладная информатика и товароведение и экспертиза, да и то с боль-

шой натяжкой. Наибольшие проблемы в этом вопросе сложились на специальностях «Мировая экономика» и «Юриспруденция», где 40-50% студентов, видимо, не ориентированы на работу в кооперативных организациях. Трудно мириться и с таким положением, когда лишь 7-8% студентов знают о требованиях потребительской кооперации (специальности «Менеджмент организации», «Налоги и налогообложение»).

Таким образом, проведенное исследование вскрыло некоторые проблемы качества подготовки специалистов в нашем университете, что дает возможность подойти к исправлению недостатков, вооружившись необходимой информацией. Представляется, что кафедрам было бы целесообразно ознакомиться со всем пакетом полученной информации, что позволило бы им разработать меры по повышению качества подготовки специалистов более обоснованно и целенаправленно.

Считаем, что данное исследование было бы целесообразно продолжить, углубив его по отдельным дисциплинам.

**Г.П. Капица, проректор Московского университета потребительской кооперации, к.т.н., профессор,**  
**Ю.В. Морозов, зав. кафедрой маркетинга Московского университета потребительской кооперации, к.э.н., профессор**

# ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ПОТЕНЦИАЛА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Потребительская кооперация Таджикистана сохранила ранее сложившиеся конкурентные преимущества, эффективное использование которых способствует дальнейшему росту ее экономического потенциала. К ним, в частности, можно отнести:

- наличие собственной материально-технической базы (потребительская кооперация все еще остается крупным имущественным комплексом). Так, например, в общем количестве торговых предприятий различных форм собственности, более 80% предприятий приходится на потребительскую кооперацию;

- многофункциональный характер деятельности, позволяющий создать комбинированное (интегрированное) хозяйство;

- достаточный кадровый потенциал;

- наличие определенного сегмента рынка товаров и услуг (пайщики, сельские жители, обеспечивающие постоянный контингент потребителей);

- сложившаяся репутация социально ориентированной системы и надежного делового партнера;

- выполнение коммуникационной роли в сельской местности;

- накопленный опыт и навыки работы в сельской местности;

- способность формировать товарные ресурсы в основном за счет собственного производства и заготовок и др.

Наиболее полное использование преимуществ и повышение уровня эффективности использования экономического потенциала позволит потребительской кооперации найти свою нишу на рынке в условиях жесткой конкуренции.

Ведущее направление формирования экономического потенциала и его развития заключается в рациональном использовании всех видов ресурсов (материальных, трудовых, финансовых), увеличении численности пайщиков за счет вновь кооперированных, увеличении объемов деятельности, совершенствовании организационной структуры, преодолении психологических барьеров.

Повышение эффективности использования экономического потенциала потребительской кооперации республики невозможен без межотраслевой интеграции, т.е. хозяйствования в рамках единого комплекса: заготовки – переработка – сбыт. Используя преимущества интеграции, потребительская кооперация в отдельных случаях допускает функционирование заведомо убыточных, но социально значимых предприятий, если комплекс в целом рентабелен. Руководящий персонал потребительской кооперации осознали преимущество такой интеграции, однако, в настоящее время фактически не приступили к ее формированию.

Сегодня первоочередной задачей потребительской кооперации Республики Таджикистан является увеличение объемов деятельности ее производственных отраслей. Развивая производственную деятельность, потребительская кооперация способствует увеличению товарных ресурсов, более полному удовлетворению потребностей сельских жителей в продуктах питания, товарах и изделиях народного промысла. При этом рационально используются местные сырье и материалы, трудовые ресурсы села, сокращаются расходы на перевозку грузов, повышается занятость населения и деловая активность.

Потребительская кооперация республики значительно проигрывает кооперативным системам других стран, в том числе СНГ в использовании современных технологий: информационных, производственных, маркетинговых. Предприятиям и организациям потребительской кооперации для оценки своих потенциальных возможностей необходимо выяснить, что ожидает рынок в будущем, насколько усилится конкуренция, какой будет ожидаемый спрос на продукцию (услуги). Особенно важна для потребительской кооперации повышение ее конкурентоспособности на внешнем и внутреннем рынке.

Наряду с другими факторами этому способствует расширение границ маркетин-

говых исследований, призванных обеспечивать рентабельность деятельности предприятия путем ориентации выпуска продукции или предложения услуг на потребности рынка в данной продукции. Маркетинговые исследования представляют собой работу по получению, оценке и использованию рыночной информации для решения конкретных задач, стоящих перед предприятиями отраслей потребительской кооперации, в частности для оценки экономического потенциала системы.

Маркетинговая информация и маркетинговые исследования объективно необходимы предприятию для четкого определения сильных и слабых сторон, определения потенциальных возможностей. Результаты исследований ложатся в основу формирования и оценки выпуска продукции и дальнейшей ее реализации конечному потребителю.

Процесс сбора маркетинговой информации и проведения маркетинговых иссле-

дований может опираться на данные о целевой ориентации предприятия, полученные при проведении начального этапа оценки экономического потенциала. Так, например, целями производственного предприятия потребительской кооперации могут быть: рост загрузки производственных мощностей, достижение высокого уровня сбыта, удовлетворение потребностей пайщиков и в целом сельского населения. Как известно, преимущество кооперативного производства состоит в его небольших масштабах, что снижает коммерческий риск и позволяет быстро реагировать на изменение конъюнктуры рынка. Несмотря на относительно небольшие объемы производства непродовольственных товаров, они могут существенно дополнить товарные ресурсы.

***Х.Н. Факеров, ректор Таджикского  
государственного университета  
коммерции, д.э.н., профессор***



# КАЧЕСТВО ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ И РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Высшее образование является источником интеллектуальных ресурсов национальной экономики, поэтому обеспечение качества образования на уровне мировых достижений – это стратегическая цель государства.

Подготовка специалистов, способных приумножить национальное богатство Украины, продуцировать новые идеи и решать сложные задачи современной экономики, возможна лишь при условии постоянного поддержания высокого уровня качества высшего образования.

Высшие учебные заведения работают одновременно на двух рынках – рынке образовательных услуг и рынке труда. Успех образовательной деятельности вуза зависит от его места на обоих рынках. Так, высокое качество образовательных услуг гарантирует подготовку конкурентоспособных специалистов, которых вуз предлагает на рынке труда. Высшие учебные заведения, применяющие инновационные технологии обучения, ведущие активную научно-исследовательскую работу со студентами, имеющие современное информационное и техническое обеспечение, выпускают специалистов, которые всегда получают места работы. Это усиливает позиции вуза на рынке образовательных услуг.

Успешное продвижение высших учебных заведений на рынке образовательных услуг возможно лишь при условии их конкурентоспособности. Конкурентоспособность образовательных услуг определяется комплексом признаков, среди которых содержание образовательно-профессиональных программ подготовки специалистов, уровень информационных ресурсов, интеллектуальный потенциал научно-педагогических кадров, их способность к активному научному поиску, умение работать в рыночной среде, использование инновационных технологий в учебном процессе.

Конкуренция на рынке образовательных услуг вызывает необходимость разработки и успешной реализации стратегии и тактики удовлетворения спроса потребителей, программ формирования ресурсного обеспечения образовательных услуг, повышения квалификации преподавателей, поддержки их профессионального и научного уровня.

Философия удовлетворения запросов потребителей в интеллектуальной продукции и образовательных услугах пронизывает все сферы деятельности университета. Факультеты и кафедры постоянно работают над совершенствованием образовательной деятельности и подготовки специалистов. В университете активно используется мониторинг учебной деятельности как преподавателей, так и студентов, что является залогом успеха на рынке труда.

Эффективное управление качеством образовательных услуг требует четкого определения стратегических задач университета. Так, в предстоящем пятилетии необходимо увеличить доходы от внебюджетной деятельности за счет развития платных образовательных услуг, производства наукоемкой продукции, достижения экономии энергетических ресурсов и коммунальных услуг, активизировать использование новейших технологий и техники. Важнейшим заданием университета является интеграция в европейскую систему образования путем создания библиотеки интеллектуальных компьютерных учебников, снижения аудиторной нагрузки преподавателей на 50% за счет применения интерактивных моделей и электронных технологий обучения, формирования системы мотиваций, стимулирующих поиск новых внебюджетных источников финансирования, участия кафедр в конкурсах грантов и проектов на внутреннем и внешнем рынках.

На рынке образовательных услуг в широком понимании происходит реализация интеллектуальной собственности вуза. Интеллект это тот товар, с которым выходит на рынок достаточно специфический поставщик – высшее учебное заведение. Необходимо учитывать, что категория «образовательная услуга» является продуктом рыночной экономики. В научной литературе отсутствует определение ее содержания и доминирует простой перечень видов образовательных услуг. Так, в сфере образовательной деятельности к ним относят: обучение студентов, получение второго высшего образования, последиplomное образование, подготовка рабочих различных профессий, обучение слушателей подготовительных отделений, подготовка аспирантов и докторантов, прием кан-

дидатских экзаменов, подготовка к защите и проведение защиты диссертаций и т.п.

Образовательная услуга является самостоятельной рыночной категорией, которая представляет собой товар, предлагаемый поставщиком потребителю. Такой товар не имеет конкретной материальной формы, его нельзя положить на полку обычного или Internet-магазина. Образовательная услуга представляет собой интеллектуальный ресурс поставщика – высшего учебного заведения, который концентрирует его научно-педагогический потенциал, информационные ресурсы и инновационные образовательные технологии. Таким образом, высшее учебное заведение, выходя на рынок образовательных услуг, должно осознавать, что его конкурентоспособность определяется не простым набором широкого круга разнообразных образовательных услуг (например, подготовка специалистов и магистров или научных работников в аспирантуре и докторантуре), но, что значительно важнее – интеллектуальным потенциалом вуза. Только интеллектуальные ресурсы высшего учебного заведения в сочетании с материальными, финансовыми и информационными ресурсами дают возможность бороться за достойное место на рынке образовательных услуг и заинтересовать потребителей образовательных услуг и заказчиков подготовки специалистов.

Потребителем образовательных услуг, которые представляет вуз, выступает студент, слушатель, аспирант, докторант. Каждый из них выбирает из большого количества вузов, предлагающих свои образовательные программы и технологии, информационные, научно-педагогические, материально-технические ресурсы, лишь один. Критерием определения лучшего высшего учебного заведения для потребителя выступает конкурентоспособность образовательных услуг вуза.

Следует особо подчеркнуть наличие существенных различий между потребителем образовательных услуг, которым выступает тот, кто учиться, и заказчиком – кто заказывает вузу подготовку специалистов. Так, абитуриент – будущий студент, как потребитель, выходит на рынок образовательных услуг для выбора высшего учебного заведения, в котором он будет учиться. Заказчик подготовки специалистов на рынке образовательных услуг ищет вуз, в котором будет учиться его абитуриент, направляемый на обучение. Заказчик не является потребителем образовательных услуг, его рынком как потребителя

рабочей силы – специалиста определенного образовательно-квалификационного уровня и специальности является рынок труда. Заказчик активно влияет на уровень образовательных услуг, формируя содержание образовательно-профессиональных программ, предопределяя поведение абитуриентов, побуждая их к выбору не только нужной специальности, квалификационного уровня, но и лучшего высшего учебного заведения.

Следовательно, высшее учебное заведение работает на рынке образовательных услуг не только с потребителями – будущими студентами, но и с потенциальными работодателями – заказчиками специалистов, с которыми заключает договора (контракты) на подготовку, переподготовку и повышение квалификации кадров.

На рынке образовательных услуг работают одновременно сотни высших учебных заведений, которые предлагают потребителям огромное количество образовательно-профессиональных программ по направлениям, специальностям и квалификационным уровням. Как может потребитель образовательных услуг среди множества университетов, академий, институтов, колледжей выбрать достойное высшее учебное заведение? Какими критериями руководствоваться абитуриенту, выбирая специальность и вуз в условиях жесткой конкуренции высших учебных заведений. Рекламная продукция об образовательной деятельности каждого вуза содержит лишь общую информацию об организации учебно-воспитательного процесса, содержания и технологиях обучения, научно-педагогических кадров, фондах учебной литературы, материально-техническом обеспечении. Такая информация имеет целью привлечь внимание наибольшей численности граждан, среди которых будущие абитуриенты, их родители и заказчики подготовки специалистов.

Как избежать влияния необъективной рекламы на будущих потребителей образовательных услуг, как защитить их от недобросовестной конкуренции вузов. На эти вопросы следует отвечать однозначно – необходимо создать систему оценки качества образовательной деятельности высших учебных заведений, которая будет иметь публичный характер. Такая система, по нашему мнению, может базироваться на использовании принципов международного менеджмента и международных стандартов управления качеством.

Полтавский университет потребительской кооперации Украины определил поли-

тику в сфере качества образовательных услуг, разработал Концепцию внедрения системы управления качеством образовательной деятельности в Программу действий по ее реализации. Главная задача университета – обеспечение конкурентоспособности образовательных услуг по подготовке бакалавров, специалистов и магистров – требует системного подхода к координации направлений деятельности подразделений, персонала, ресурсов, технологий обучения, информации на всех этапах – от изучения требований потребителей к качеству образовательных услуг и до качества выпускаемых специалистов, их трудоустройства и последипломной переподготовки. Университет работает над созданием целенаправленного управления всеми факторами, которые определяют качество образовательных услуг, что позволит гарантировать высокое качество процессов и результатов образовательной деятельности.

Система управления качеством в соответствии с требованиями международных стандартов ориентирована на управление качеством процессов предоставления образовательных услуг и направлена на формирование системного подхода и эффективность на всех его этапах. Такая система управления качеством образовательной деятельности позволит удовлетворять требования потребителей образовательных услуг, заказчиков и общества в целом. Потребители должны быть уверены в способности университета предоставлять образовательные услуги высокого качества и постоянно поддерживать их уровень; заказчики – в конкурентоспособности специалистов, общество – в подготовке гражданина, профессионально и морально способного работать на собственные и общественные интересы.

Для определения степени выполнения требований международных стандартов университет проводит внутренний аудит и мониторинг качества процессов, результатов и системы управления в целом. Подготовлены внутренние аудиторы из числа ведущих научно-педагогических работников университета, для чего были привлечены специалисты Центра подготовки персонала Украинской ассоциации качества. С учетом полученных результатов внутреннего аудита и мониторинга в университете проводятся корректирующие мероприятия по устранению существующих проблем и принимаются профилактические меры относительно потенциальных проблем. Такие меры направ-

лены на повышение эффективности функционирования системы управления качеством образовательной деятельности университета, позволяют существенно улучшить качество подготовки специалистов.

Политика университета по обеспечению качества образовательных услуг предусматривает формирование системы объективной оценки и самооценки качества высшего образования на всех его направлениях и внедрение комплексных технологий поддержки управленческой деятельности ректората. При этом управление качеством образовательных услуг увязывается с необходимостью разработки специальных технологий поддержки такого управления как стратегической основы управления университетом.

Ключевым этапом достижения высокого качества образовательных услуг является проектирование будущего облика высшего учебного заведения. Полтавский университет потребительской кооперации Украины в ближайшие десять лет – это ведущий университет, обеспечивающий экономику Украины кадрами высшей квалификации в области пищевых технологий и торговли, ресторанного бизнеса, финансов, банковского дела, менеджмента, маркетинга и социальной информатики, университет качества, исповедующий командную работу и политику удовлетворения запросов потребителей образовательных услуг, политику высокоэффективных процессов в научной и образовательной сферах; предпринимательский университет, сформировавший коллектив профессионалов в сфере науки и образования, сочетающий инновационную активность с наукоемкими технологиями; региональный ресурсный центр информационных, телекоммуникационных и вычислительных технологий; компьютерный университет с развитой системой интеллектуальных программно-информационных средств поддержки процессов в основных сферах деятельности; университет программ последипломного образования для своих выпускников, а также переподготовки кадров по новым направлениям развития науки, техники и технологий.

***А.А. Нестуля, ректор Полтавского университета потребительской кооперации Украины, д.и.н., профессор***  
***В.П. Косарина, первый проректор Полтавского университета потребительской кооперации Украины, к.э.н., профессор***

# МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ КОМПЛЕКСНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ЗАКОНОВ В УПРАВЛЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИЕЙ

Методологические вопросы комплексного использования экономических законов в управлении потребительской кооперацией выступают основой науки кооперативного управления.

В сущность явления проникнуть всегда непросто, а тем более в сущность управленческих явлений, потому что их постоянное развитие и видоизменение еще в большей степени осложняет процесс познания. Субъективная деятельность по управлению процессом производства для наиболее правильного и целесообразного его развития должна всегда базироваться на знании и использовании экономических законов. Только при соблюдении этого условия социально-экономическая деятельность потребительской кооперации будет осуществляться в актуализированном направлении, что обеспечит высокие темпы развития производства и его высокую эффективность. Именно эти причины и обусловили необходимость научного исследования методологических вопросов комплексного использования экономических законов в управлении потребительской кооперацией.

Следует отметить, что субъективный фактор, то есть целесообразная деятельность в управлении приобретает исключительное значение, если она детерминирована законами развития и призвана выражать потребности развития системы.

Учитывая исследования многих ученых в отрасли философии, экономической теории, отраслевых экономик, общего менеджмента, следует отметить, что законы отображают сущность процессов и явлений, то есть они выражают их содержание, которые в процессе развития изменяются. Это относится как к общим законам развития природы и общества, так и к экономическим.

Производственные отношения, которые находятся в постоянном развитии, внут-

ренне изменяют содержание экономических процессов, что, несомненно, приводит к модификации экономических законов, отображающих существенные черты каждого этапа развития потребительской кооперации.

Познание экономических законов - сложный процесс, именно потому, что весь мир представляет собой сложное и, на первый взгляд, чрезвычайно запутанное единство массы явлений. Причем все явления находятся во взаимном и общем движении, что, конечно, осложняет процесс познания этих явлений, их связей и изменений.

Бесспорно, что процесс познания законов развития природы и общества есть не что другое, как бесконечный процесс углубления познания человеческих явлений, процессов и т.п.

Познание экономических законов - это раскрытие сущности экономических явлений, изучение связей между ними, так как они действуют не разрозненно, а в диалектическом единстве. В процесс познания следует включить изучение видоизменений законов под воздействием развивающихся производственных отношений. Большое значение имеет глубина познания экономических законов. То есть, чем глубже мы познаем экономический закон, тем лучше мы сможем определить его взаимосвязь с другими законами и, тем самым, лучше познать эти законы. Так, через углубление познания одного закона, мы углубляем познание других законов и имеем возможность лучше изучить связи между ними. Все это приводит к более глубокому осмыслению производственных отношений и определению путей их развития и усовершенствования.

С точки зрения диалектики, пока не наступила стадия познания экономических законов, они осуществляются стихийно, направляют наше сознание в сферу экономической деятельности. Но как только мы



открыли и изучили тот или другой экономический закон, то начинаем строить свою экономическую деятельность соответственно уже познанной необходимости.

Это положение вполне возможно применить к познанию и использованию экономических законов в практической деятельности по управлению потребительской кооперацией.

Познание экономических законов - основа научного предвидения в кооперативной деятельности. А без предвидения ближайшего или отдаленного будущего развития систем невозможно правильное ведение хозяйственной деятельности. На современном этапе развития потребительской кооперации многое зависит от уровня развития науки управления и использования ее достижений в практике управления кооперативным хозяйством. В первую очередь, от ее развития зависит создание научно обоснованного механизма управления отраслей потребительской кооперацией. А для этого необходимо более глубоко изучить связи между объективным и субъективным, потому что в их взаимосвязях реализуется механизм сознательного использования экономических законов в деятельности по управлению системой потребительской кооперации.

То обстоятельство, что экономические законы образуют систему, предъявляет особые требования к формам и методам их использования. Самым важным среди этих требований является необходимость комплексного подхода к использованию экономических законов, учет всей их совокупности как единого целого, согласованное усовершенствование организации управления.

Не рассматривая всего механизма использования экономических законов, стоит подчеркнуть, что центральное место в нем занимает управление хозяйством, анализируемое в широком понимании слова. Именно через управление достигается согласованная, скоординированная деятельность всех звеньев кооперативного производства. Поэтому мы рассмотрим лишь некоторые проблемы использования экономических законов в процессе управления кооперативным хозяйством, применяемые формы и методы.

Под формами использования экономических законов следует понимать конкретные хозяйственные формы, через которые оказываются и действуют эти законы. В практичес-

ком плане задача сводится к тому, чтоб обеспечить соответствие или адекватность этих форм содержанию соответствующих законов. Формы использования экономических законов должны взаимно дополнять друг друга с тем, чтоб обеспечить рациональное использование всей системы экономических законов. Это делает необходимым комплексный подход к их выбору и усовершенствованию.

Под методами использования экономических законов следует понимать средства сознательного влияния на хозяйственные процессы, приемы достижения согласованности общественных действий. К числу самых важных методов следует отнести прогнозирование экономического и социального развития, хозрасчетное стимулирование, организацию процесса управления, развитие трудового персонала. Они, в принципе, совпадают с методами управления экономикой, анализируемого в широком понимании. В процессе определения и усовершенствования методов использования экономических законов также необходим комплексный подход.

Формы и методы управления потребительской кооперацией как социально-экономической системой, выражая существенные, стойкие связи в системе производственных отношений, имеют некоторые общие черты независимо от конкретно-исторических условий. В своей основе и сущностной характеристике они являются единственными для всех общественных формаций, независимо от национальных особенностей. Но это лишь одна сторона проблемы. Другая же заключается в том, что общее всегда существует и проявляется через особенное, специфическое. Поэтому конкретные формы и методы управления, опираясь на общие основные принципы, должны всегда учитывать своеобразие данного исторического этапа. Только в этом случае они могут активно содействовать развитию производства и повышению его эффективности.

При рассмотрении этой сложной в теоретическом и практическом отношении проблемы важно учитывать, что переход от сущности к явлению - а формы и методы управления относятся к сфере явлений - предусматривает учет целой совокупности факторов, что ведет к видоизменению и модификации той или другой сущности закона.

Отсюда один из самых важных выводов, который базируется на обобщении ис-



торического опыта: с одной стороны, нельзя успешно управлять социально-экономической системой без глубокого и всестороннего познания объективных экономических законов, с другой, невозможно эффективно управлять, зная лишь законы и игнорируя конкретно-исторические условия их действия и проявления.

Следствием этого является необходимость постоянного усовершенствования управления экономикой, приведения форм и методов ведения хозяйства в соответствие с новыми условиями.

Рассмотрение экономических законов через призму их взаимодействия обуславливает потребность определения таких понятий, как «механизм действия экономических законов» и «механизм использования экономических законов» и их роль в системе управления.

Под механизмом действия экономических законов следует понимать совокупность объективных связей и зависимостей между явлениями и процессами экономической жизни в их саморазвитии, самодвижении. Механизм использования экономических законов - это реализация совокупности условий (познание законов, постановка целей и определение путей их достижения и т.п.), которые определяют субъективную деятельность по разработке конкретных форм и методов ведения кооперативного хозяйства. Эти два понятия, на наш взгляд, нельзя отождествлять, так же, как и нельзя противопоставлять. Принимать точку зрения отождествления отмеченных механизмов - означает выдвигать субъективный фактор на первый план, а объективность экономических процессов - на второй, создавая тем самым пространство для элементов субъективизма и волюнтаризма в управлении потребительской кооперацией. Противопоставлять их - значит фетишизировать экономические законы, не находя при этом путей реализации экономической необходимости.

Особенное определяется специфическими чертами, которые определяют функционирование механизма действия экономических законов, условиями, регламентирующими субъективную деятельность в использовании экономических законов. В основе такого подхода находится диалектическое представление о материальном и сознательном, объективном и субъективном,

с их взаимопереходами друг в друга и собственной специфичностью.

Изучая механизм действия экономических законов, нужно обратить внимание на такие его основополагающие качества функционирования, как объективность, системность, противоречивость. Экономические законы не только зависят от сознания и намерения людей, но и определяют их сознание и намерения. Объективный характер экономических законов определяется тем, что, во-первых, люди не могут создавать, отменять их, или замещать отдельные экономические законы другими; во-вторых, они действуют независимо от познания их людьми; в-третьих, экономические законы действуют независимо от желаний людей.

Однако объективность экономических законов отнюдь не означает, что общество бесцельно перед ними и должно слепо подчиняться их действию. Люди могут познавать их и, в соответствии с объективной необходимостью, осуществлять свою практическую деятельность. Такая возможность, как уже подчеркивалось, заложена в самой природе экономических законов. Исходя из такого взгляда, формы и методы использования экономических законов определяются природой и сферой их действия. Они будут тем эффективнее, чем больше оказывается их соответствие содержанию закона. Поэтому разработка наиболее эффективных форм и методов использования экономических законов связана с раскрытием их содержания и механизма действия в процессе управления. Всегда люди действовали, и будут действовать сознательно. Но в связи с тем, что конкретные социально-экономические условия в разных общественно-экономических формациях неодинаковы, то и возможности использования экономических законов неодинаковы.

Таким образом, управленческая методология нуждается в подходе к исследованию экономических законов как к системе, в которой они взаимодействуют между собой, взаимно влияют друг на друга. Это тем более необходимо в условиях развития рыночной экономики. В этих условиях расширяется сфера действия экономических законов и полнее раскрывается отображенная в них объективная необходимость. Это обстоятельство приобретает принципиальное методологическое значение для познания и сознательного использования экономичес-

ких законов. Определяющим моментом усовершенствования управления должен стать комплексный подход к исследованию экономических законов, более глубокое познание совокупного механизма их действия.

Понимание механизма действия экономических законов невозможно без признания того, что как каждый отдельно экономический закон, так и вся система законов всегда включает в себя внутренние противоречия, выступающие источником их развития. Это обуславливает необходимость создания адекватных форм их движения, что, в свою очередь, допускает не только выявление противоречий, заключающихся в законах, но и характеристик качественного и количественного порядка. Дело в том, что наличие внутренних противоречий в системе экономических законов обуславливает то обстоятельство, что не только количественная характеристика не может быть однозначной, но происходят изменения и качественного порядка. Все это позволяет практически разрабатывать разнообразные варианты экономического развития.

Как уже подчеркивалось, экономические законы проявляются посредством деятельности людей. Последняя же невозможна без диалектики природы. Данное положение позволяет утверждать, что механизм действия экономических законов перекрещивается с действием законов природы и приобретает важное методологическое значение в процессе их использования, что актуализирует ориентацию не только на получение определенного экономического эффекта, но сохранение экономического равновесия. Механизм использования экономических законов содержит в себе как органичную часть процесс их познания.

Процесс познания должен протекать по следующей логической цепи (от абстрактного к конкретному): экономические законы а категории а экономические интересы а организационно-хозяйственные формы в процессе управления, то есть от экономических сущностей более глубинного порядка к экономическим сущностям поверхностного плана.

Но одного знания, пусть даже самого глубокого и всестороннего, недостаточно для эффективного практического использования экономических законов в системе управления кооперативным хозяйством. Для этого необходимо, в первую очередь, общественное действие, которое проявляется в созда-

нии таких конкретных хозяйственных условий, которые максимально отвечали бы объективной необходимости, определяющей экономическими законами.

Использование экономических законов в их системе нуждается в комплексном усовершенствовании механизма ведения хозяйства с учетом определяющей роли законов формации в целом.

Учитывая комплекс факторов внешней среды, целесообразно отметить, что механизм использования экономических законов непосредственно связан с законами надстройки. Глубиной этой связи во многом определяется экономическое развитие.

Здесь возможны три варианта:

во-первых, законы надстройки отвечают экономическим потребностям: в этом случае они стимулируют развитие экономики;

во-вторых, законы надстройки в одном случае отвечают, а в другом не отвечают экономическим потребностям – тогда развитие экономики тормозится;

в-третьих, законы надстройки не отвечают экономическим потребностям. В таком случае возникают так называемые субъективные противоречия, для решения которых необходимы большие средства и время.

Именно эти обстоятельства требуют, чтобы конкретные организационно-экономические формы ведения (закрепленные в надстроечных законах) хозяйства, разрабатывающиеся в процессе использования экономических законов, как можно полнее отображали внутреннюю сущность экономических процессов.

При использовании экономических законов важно учитывать не только отмеченные методологические основы, но и конкретные социально-экономические условия, степень развития производительных сил общества. Следует исходить из того, что организационно-экономические формы имеют не только объективное содержание, но и являются «инструментами» системы управления. Поэтому они должны отвечать как требованиям экономических законов, так и специфическим особенностям того или иного периода развития. Причем, если организационно-экономические формы ведения хозяйства - это своеобразные методы использования экономических законов, то конкретные социально-экономические процессы - это в какой-то степени результат социально-эконо-

мического развития. В то же время, конкретные социально-экономические процессы и организационно-экономические формы ведения хозяйства взаимно соотносятся, дополняются, взаимодействуют друг с другом.

Рассмотренные характеристики экономических законов выступают, своего рода, методологическими предпосылками к изучению их непосредственного использования в управлении системой потребительской кооперации.

Результаты обобщения теоретических положений современного менеджмента и прикладного опыта его отображения через призму практического функционирования кооперативных организаций, позволяют сделать вывод, что самой важной областью сознательного использования экономических законов в условиях рыночной экономики становится управление социально-экономическим развитием общества и, в первую очередь, при формировании механизма ведения хозяйства.

Объективную сторону механизма ведения хозяйства образует механизм действия экономических законов. Из этого следует, что механизм ведения хозяйства представляет собой систему организационно-экономических отношений. Субъективную сторону образует механизм использования экономических законов. В этом случае механизм ведения хозяйства выступает как совокупность организационно-экономических форм ведения хозяйства.

Развитие механизма ведения хозяйства определяется как изменениями в структуре и уровне производительных сил, обусловленными, в первую очередь, современной научно-технической революцией, так и собственными внутренними причинами, связанными с развитием противоречий.

Система экономических законов и современное экономическое положение обуславливают необходимость следующих изменений в механизме ведения кооперативного хозяйства:

во-первых, усиление взаимодействия экономических законов в результате глубоких количественных и качественных сдвигов в структуре производительных сил, нуждаются в комплексном подходе к усовершенствованию механизма системы потребительской кооперации. В настоящее время одним из главных моментов, которые сдерживают практическую реализацию мероприятий по усовер-

шенствованию механизма ведения кооперативного хозяйства, является несоответствие организационной структуры управления, хозяйственных форм и методов управления;

во-вторых, эффективность механизма ведения кооперативного хозяйства во многом определяется степенью развития соответствующих предпосылок, то есть, совершенствуя механизм ведения хозяйства, необходимо формировать и адекватные условия его действия;

в-третьих, обострилась проблема оптимального соотношения между непосредственными общественными отношениями и товарными связями в механизме ведения хозяйства. Это нуждается, с одной стороны, в более глубоких мероприятиях по прогнозированию развития, а с другой стороны - мероприятий по развитию свободных товарно-денежных отношений;

в-четвертых, эффективность функционирования механизма ведения кооперативного хозяйства, степень его соответствия системе экономических законов во многом определяется развитием материального стимулирования. В условиях интеграции связей и зависимостей стимулирующая функция должна быть плотнее связанная с конечными хозяйственными результатами;

в-пятых, процесс усовершенствования механизма ведения кооперативного хозяйства призван не только определить место в его структуре для системы управления инновациями, но и определить последнее как доминанту.

Таким образом, механизм ведения кооперативного хозяйства, вся система управления, подчиняясь своим внутренним источникам развития, в то же время вполне зависит и от их соответствия экономическим законам, достигнутого уровня развития производительных сил, от осознания необходимости реагирования на изменения конкретных экономических условий. Все это определяет эффективность механизма ведения кооперативного хозяйства, а, следовательно, его влияние на результативность задач по развитию общества в целом.

***И. А. Маркина, проректор по научной и учебно-методической работе Полтавского университета потребительской кооперации Украины, заведующая кафедрой менеджмента организаций и внешнеэкономической деятельности, к.э.н., профессор***

# ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В СИСТЕМЕ СОЦИАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА

В глобализованном мире возникает необходимость теоретического анализа основных категорий и особенностей проявления отношений, присущих кооперации, в странах православно-славянской цивилизации. Трансформации в сфере потребительской кооперации Украины выходят за пределы чисто экономических отношений и отражают культурные, мировоззренческие, технологические, экологические и социальные стороны глобального системного кризиса. Страны западной цивилизации концентрируют капитал за счет обнищания остального мира. Кооператоры стран православно-славянской и других цивилизаций считают своей социальной миссией защиту благосостояния и культуры местных сообществ от негативных проявлений рынка. Кооперативы в своей деятельности основываются на международно признанных принципах и ценностях, а также этических ценностях. Таким образом, в основе экономической деятельности кооперативов лежат нормы нравственности.

Нравственность есть нечто, способствующее человеческому развитию, расцвету личности. Свобода развития, союз справедливости, мира и любви являются высшей целью человеческого бытия. Важным является утверждение о том, что нравственность отражает сложную структуру и многогранность человеческих существ и среды их обитания, а нравственные принципы невозможно четко сформулировать вне зависимости от общего научного знания - уровня развития биологии, психологии, экономики и наук о человеке в целом [2, с. 181]. Таким образом, нравственные и экономические категории взаимосвязаны, а отношения нравственности реализуются в партнерстве.

Кооперативы являются одним из важнейших элементов смешанной экономики, характеризующейся наличием развитых отношений партнерства. Отношения партнерства служат устойчивому развитию экономики. Систематизация практики применения терминов «отношения партнерства», «стра-

тегическое партнерство», «глобальное партнерство», «промышленное партнерство» и других позволяет выделить отношения партнеров в совместных предприятиях, партнерство между территориальными общинами, партнерство как организационную форму отношения социального партнерства. Под социальным партнерством исследователи понимают долгосрочные и краткосрочные акции, которые осуществляются равноправными субъектами по добровольному согласию на принципах доверия с целью решения актуальных проблем социально-экономического развития [3, с. 52]. Социальное партнерство является основной формой разрешения социальных конфликтов. В экономической сфере оно предусматривает солидарность (общность интересов, действий и ответственности, которая основана на разделении труда и совместно разделенном характере труда, собственности, экономической власти, управления и дохода), лояльность (готовность и способность к участию в общественном производстве в правовом поле общества), легитимность (реализацию прав или полномочий собственника ресурсов в соответствии с установленными обществом «правилами игры») [3, с. 42–43].

Идея социального партнерства применима и лежит в основе генезиса и дальнейшей эволюции сферы потребительской кооперации. Осевым временем возникновения кооперативного движения является XIX столетие, осевым пространством - страны Западной Европы, которые составляют ядро западной цивилизации, осевой структурой - кооператив. В Великобритании кооперация с позиций христианской морали должна была содействовать разрешению противоречий между трудом и капиталом. Кооперативная идеология, как продукт западной цивилизации, была воспринята на этнических украинских землях благодаря наличию соответствующих условий - становлению и динамичному развитию капиталистических отношений, традиционным локальным формам культурно-хозяйственной

самоорганизации населения с целью выживания и развития (копа, громада, толока, спилка, товарищество). Важным экономическим условием эффективного развития потребительской кооперации является наличие общей кооперативной сферы, интенсивных эндогенных отношений в кооперативном секторе экономики. Первая национальная модель экономического развития сферы потребительской кооперации была сформирована за время монополии административно-командных методов управления. Характерной особенностью второй модели было подчинение целей развития потребительской кооперации определенным государственным приоритетам. Государство использовало разветвленный аппарат потребительской кооперации, ее приемлемую форму. При этом был утрачен социальный смысл экономических отношений, свойственный сфере потребительской кооперации. Многообразие видов было сведено к многоотраслевой сфере потребительской кооперации, которая выполняет функции некоторых других видов кооперации. Имущество (собственность) потребительской и других видов кооперации было частично или полностью неоднократно отчуждено в собственность государства.

При анализе модели потребительской кооперации, которая сложилась в административно-командной экономике, следует учитывать характеристики национальной модели, факт преобразования естественно исторического типа экономического развития в социокультурный, реалии глобализации, международные кооперативные принципы. Члены и работники потребительской кооперации оказались в трансформационный период в другой социокультурной среде, в условиях формирования социокультурного типа личности. В основе построения национальной модели развития кооперации находятся такие черты украинского народа, как стремление к индивидуальной свободе, склонность к демократии, терпеливость, предусмотрительность, осторожность, постоянный поиск способов выживания, высокий уровень духовности на основе принятия христианских ценностей. Национальные традиции содействуют пониманию гармонии отношений человека, общества и природы, развитию отношений устойчивого развития, характерных для

постиндустриального общества. Философия устойчивого (самоподдерживаемого) развития потребительской кооперации в качестве стратегической цели предусматривает урегулирование отношений между людьми и природой. За счет развития разных видов кооперации необходимо обеспечить оптимизацию производственных отношений, создать социально-природную микросреду для человека, привести в соответствие социально-психологическое развитие человека в соответствии с инновационным развитием общества. Теоретические основы устойчивого развития потребительской кооперации заложены в работах С. Подлинского, М. Туган-Барановского, В. Вернадского. Модель устойчивого (самоподдерживаемого) развития отвечает требованиям постиндустриального общества. Экономические отношения в сфере потребительской кооперации в трансформационный период имеют инверсионно-поступательный характер развития. Необходимо рассматривать преимущества национальной модели в новом измерении времени, не утратив идентичности потребительской кооперации. Адаптация к условиям рынка требует усиления социальных аспектов экономических отношений, развития отношений с членами потребительской кооперации, трансформирования отношений собственности.

В переходной экономике складывается трансформационная модель с развернутыми отношениями социального партнерства. Прошлое и настоящее подают примеры участия потребительской кооперации в отношениях партнерства. «В истории Украины и России содержится неограниченный и неустрашаемый опыт досоветских институтов социально-экономической и социокультурной организации, на которых основывались отношения партнерства. Об этом, в частности, свидетельствует богатая история земств, дворянских собраний, местных самоуправлений, профессиональных союзов, потребительских и благотворительных обществ» [4, с. 63–64]. На условиях равноправного партнерства проходят деловые встречи представителей потребительских союзов стран СНГ с целью обсуждения вопросов сотрудничества и развития потребительской кооперации. Проблемы развития сферы образования рассматриваются на встречах ректоров университетов



потребительской кооперации стран СНГ. Подписано кооперативное соглашение между Проектным центром Кооперативного союза Швеции и Центральным союзом потребительских обществ Украины о дальнейшем сотрудничестве, развитии потребительской кооперации Украины, упорядочении отношений между сторонами во время реализации проекта «Потребительское кооперативное движение Украины, его современное и будущее развитие». В решениях Совета Укоопсоюза отмечается необходимость совместного, с участием пайщиков и органов местного самоуправления, определения необходимого для каждого населенного пункта количества магазинов. В Черниговской и других областях разработаны региональные соглашения о сотрудничестве органов исполнительной власти с кооперативными предприятиями (организациями) торгового, бытового и других видов обслуживания сельского населения. Особое внимание уделяется торговому обслуживанию отдаленных и малочисленных населенных пунктов, доставке им товаров минимальной потребительской корзины. Таким образом, реализуется принцип служения кооперации обслуживаемому населению.

В отношениях социального партнерства принимают участие и другие виды кооперативов, в частности кредитные союзы. Вовлечение в отношения социального партнерства важно, на наш взгляд, для всех возрождаемых или трансформируемых потребительских, в широком смысле слова, кооперативов — потребительских обществ, закупочных и сбытовых кооперативов, кредитных союзов, а также других видов кооперативов. Восстановление и воспроизводство отношений социального партнерства в трансформационной модели должно приблизить сферу потребительской кооперации к модели устойчивого (самоподдерживаемого) развития, осевым принципом которой является экономность, т.е. выраженная языком экономической теории нравственность. Анализ с позиций нравственности и экономности позволяет говорить о рассмотрении отношений устойчивого (самоподдерживаемого) развития в качестве последующего этапа развития отношений социального партнерства. Нравственным является экономное использование ограниченных ресурсов планеты, сохранение их

для будущих поколений. Нравственным является ограниченно-достаточное, рациональное потребление. Отношения устойчивого (самоподдерживаемого) развития являются частным, отдельным случаем отношений социального партнерства. Таким образом, категория нравственности и экономности отражает характер отношений между людьми, обществом и природой.

На наш взгляд, важной проблемой является теоретический анализ норм, которые составляют институт потребительской кооперации. Норма является базовым элементом институтов, регулятором отношений между людьми. За время существования института кооперации произошло эволюционное развитие его норм. Такими нормами являются общие кооперативные принципы, которые формируются на основе идей и опыта, обуславливают объединение кооперативных ценностей и практической деятельности кооператоров. Принципы, принятые в 1844 г. в Рочделе (Великобритания), в определенной мере отличаются от принципов, принятых конгрессами Международного кооперативного альянса в 1966 и 1995 гг. Изучение эволюции указанных норм за период с 1844 по 1995 гг. позволяет сделать вывод о возрастании социальной роли кооперации, повышении масштабности кооперативного движения. По нашему мнению, в качестве норм должны быть зафиксированы свобода развития кооперации, кооперативов и личности потребителей, право личности на свободу потребления, значимость качества человеческого и социального капитала в отношениях кооперации, принципы социального партнерства.

Движение к достижению нравственно значимых целей экономического развития потребительской кооперации характеризует нынешняя практика социально-экономических отношений в сфере потребительской кооперации. Кооперативы развитых стран реализуют идеи устойчивого развития. На Генеральной ассамблее Международного кооперативного альянса (МКА) в Сеуле в 2001 году шла речь о необходимости сосуществования кооперативов с окружающей средой средствами «дружественного» фермерства, с локальными сообществами - путем взаимного развития, с потребителями - через снабжение экологически чистой сельскохозяйственной продукци-

ей. Воплотить модель устойчивого развития может только высоконравственный, образованный, профессионально подготовленный человек, т.е. нужен соответствующий человеческий капитал, который формируется в процессе базового обучения, последилового образования, непосредственно на рабочем месте. Снижение уровня бедности членов потребительской кооперации достигается путем предоставления рабочих мест на предприятиях традиционных и новых отраслей деятельности, участия в формировании доходов домохозяйств при закупках выращенной сельскохозяйственной продукции для нужд потребительской кооперации. Последней цели также способствует создание условий для продажи сельскохозяйственной продукции на рынках потребительской кооперации. Потребительская кооперация занимается благотворительной деятельностью, основными формами которой являются материальная помощь ветеранам и инвалидам; бесплатное питание людей преклонного возраста, одиноких, из малообеспеченных семей, детей; бесплатная подписка на газеты.

Потребительская кооперация является общественным феноменом [5, с.92], на создание модели ее экономического развития влияют научная мысль, глобализация экономических отношений, этнокультурные и мировоззренческие факторы, отношения с государством, предпринимателями, негосударственными организациями, отношения между членами кооперации, кооперативом и работниками. В индустриальном обществе развились национальная модель и модель, которая сложилась в условиях административно-командной экономики. В постиндустриальном обществе национальной является модель устойчивого развития сферы потребительской кооперации. Отношения социального партнерства входят в трансформационную модель, осевыми принципами которой являются нравственность и экономность. Восстановление и воспроизводство отношений социального партнерства в сфере потребительской кооперации дают возможность сформировать соответствующий социальный капитал в третьем секторе смешанной экономики, способствуют становлению гражданского общества.

Экономической культуре западной цивилизации присуща традиция анализа

экономического человека - хозяйствующего субъекта как центрального понятия. М. Грушевский считал украинский народ одним из наиболее обогащенных восточными влияниями народов западной культуры. Особое влияние на развитие культуры Украины оказал византизм. Изучая духовный тип христианского экономического человека, С. Булгаков акцентировал внимание на особых его чертах. Христианство обусловило новую мотивацию хозяйственного труда. Соединение мироотреченности и мироприятия в этике хозяйственного аскетизма определяет труд как духовно-хозяйственную силу, являющуюся фундаментом всей европейской культуры [1, с.234].

В православном восприятии хозяйственной жизни имеются особенности. Православие, в отличие от протестантской и католической традиций, рассматривает частную собственность в качестве исторического института, который все время меняется по своим очертаниям и социальному значению. Православие не защищает основанную на эксплуатации наемного труда капиталистическую систему. В вопросе об оценке хозяйственных форм православие исходит из критерия правовой и хозяйственной свободы личности [1, с.245].

В современных условиях развиваются отношения православной церкви и кооперации. В России социальная направленность деятельности потребительской кооперации реализуется в духовно-воспитательной и просветительской работе, борьбе с бедностью. В кооперативных учебных заведениях изучаются курсы по основам православия, православной педагогике. В Украине опыт сотрудничества с православной церковью имеется в Харьковском облпотребсоюзе.

Качественно иное восточное влияние связано с перемещением центров экономической власти в Азиатский регион, что усилит в перспективе этнокультурное давление, прежде всего, Китая, а также с поликультурностью современной западной цивилизации. Так, за последние десятилетия в Западной Европе произошли существенные изменения этнической структуры в направлении увеличения афро-азиатского компонента. Усвоение кооператорами Украины опыта развития многокультурной объединенной Европы без ощущения этносоциального дискомфорта - это важный и

необходимый шаг к принятию ценностей гражданского общества.

Трансформационный характер отношений в обществе и экономике Украины обуславливает появление ряда противоречий, которые влияют на развитие нового экономического человека кооперации. Изменение привычной для абсолютного большинства людей системы норм и ценностей, которая была сформирована при жизни нескольких предшествующих поколений; социальное противостояние в обществе, его расслоение по имущественному состоянию с преобладанием доли населения, живущего в условиях относительной и абсолютной бедности; навязывание моделей общественного и экономического развития, которые были сформированы в другой социокультурной среде, приводят к формированию социокультурного типа личности. Тип «советского кооператора» меняется на тип «украинского кооператора», который действует в конкретной государственно-рыночной среде, а в перспективе должен действовать в условиях социально ориентированной рыночной экономики постиндустриального общества. Следует выделить кооператора члена, но не работника потребительской кооперации, а также кооператора -члена и работника предприятия или организации сферы потребительской кооперации. В последнем случае особенно важна роль менеджмента потребительских обществ и их союзов в воспроизводстве отношений кооперации. У работников потребительской кооперации должен главенствовать принцип гармонизации экономических, социальных и духовных потребностей, т.е. учета, в первую очередь, интересов пайщиков. Таким образом, на первый план выдвигается духовно-социально-экономическая эффективность хозяйствования, что содействует социальному развитию сельской местности, возрождению духовности и нравственности в обществе. В то же время возрастает роль научных работников и преподавателей выс-

ших учебных заведений кооперативной и некооперативной сфер, которые, зачастую не являясь членами кооперации, становятся носителями ее идеи. Все сказанное позволяет утверждать, что экономическое мышление кооператоров формируется коллективным разумом, а экономический человек кооперации является сложноструктурированным. В условиях переходной экономики новое экономическое мышление становится экономическим условием развития сферы потребительской кооперации.

Формированию экономического мышления способствует сфера социально-кооперативного образования, которое нацелено на определенную общественную группу (кооператоры, потенциальные кооператоры, руководители и специалисты, работники кооперативов и их союзов). Целью образования должно стать обеспечение свободы развития личности в достижении морально-этических норм, составляющих социальный капитал; формирование нового экономического мышления как экономического условия развития сферы кооперации; содействие развитию экономического человека кооперации; достижение развития человеческого капитала кооперации, способного обеспечить социальную защиту бедных слоев населения; предупреждение атомизации, стандартизации, унификации кооператоров, защита культуры местных сообществ; ускорение социализации женщин и молодежи; экологизация экономических отношений в сфере кооперации; обеспечение мобильности студентов и преподавателей в европейском образовательном пространстве; сохранение и воспроизводство потенциала национальной культуры кооперации.

**Г.П. Скляр, директор Института  
повышения квалификации  
Полтавского университета  
потребительской кооперации Украины,  
к.э.н., доцент**

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Булгаков С. Н. Православие. - М.: 000 «Издательство «АСТ»»; Харьков: Фолио, 2001. - 480 с.
2. Великие мыслители о великих вопросах: современная западная философия / Пер. с англ. К. Савельева. - М.: ФАИР-Пресс, 2000. - 400 с.
3. Задорожний Г. В. и др. Социальное партнерство — реальный шлях до открытого суспільства / Г.В. Задорожний, О. В. Коврига, В. В. Смолвик. — Харків: ХІБМ, 2000. — 192 с.
4. Задорожний Г. В., Коврига О. В., Смолвик В. В. Культурно-исторический смысл и практическое значение социального партнерства для Украины // Социальная экономика.- 2001.-№ 1.- 63-68 с.
5. Скляр Г.П. Феномен кооперации : Монографія. - Полтава: «Інтер Граф ка», 2004. - 92 с.

## КООПЕРАТИВНАЯ СФЕРА УСЛУГ

Сегодня Украина переживает сложный этап своей истории, когда образуются институты самостоятельного государства, складывается политическая система, вырабатываются основные принципы внутренней и внешней политики.

Следует подчеркнуть, что мировая экономика с каждым днем все большее и большее превращаются в экономику услуг. Положительным примером этого есть сфера услуг США, на которую приходится 70% всех рабочих мест и 74% ВВП.

Но сфера услуг в Украине еще далека от развитых стран. Причина этого в низком экономическом развитии страны и недостаточном материальном обеспечении.

В период переходной рыночной экономики в стране сфера услуг еще неопределенна. Для ее развития необходимым есть развитие производственной сферы и возрастания материального благосостояния населения.

Актуальность данной проблемы побуждает к проведению научных исследований и разработки стратегии развития, которое касается сферы услуг в рыночной экономике на современном этапе. Либерализация цен, которая началась в 1992 году и продолжается, привела к нарушению производства и потреблению материальных благ. В связи с этим, следует вспомнить теневую экономику, которая за предположением ученых скрывает от государственного бюджета около 40% средств, которые влияют на финансовую систему и выплаты заработной платы, и общего оборота средств.

На данное время в нашем обществе сложились условия, когда оплата за коммунальные услуги больше месячной зарплаты всех членов семьи. Это отрицательно сказывается на развитии сферы услуг, и соответственно пользовании населения дополнительными услугами. Известно, что чем большая покупательная активность населения, тем активнее товарооборот, тем больше население тратит деньги, полностью удовлетворяется спрос на сферу услуг.

Как вид человеческой деятельности услуги имеют продолжительную историю.

Из давних времен производство и предоставление услуг составляло существенную часть хозяйственной деятельности человека и его общественной жизни.

Услуги – это деятельность субъектов, которая не приобретает материально-вещевой формы и удовлетворяет определенные потребности заказчиков – личные, коллективные. Они являются результатом разнотипной деятельности, которая осуществляется производителем для удовлетворения любых потребителей (отдельных граждан, предприятий, организаций, предпринимателей), и, как правило, приводит к изменениям состояния единиц, которые потребляют эту услугу. Специфика услуг как продукции состоит в том, что услуги не накапливаются (за исключением отдельных видов), не транспортируются, не существуют в отдельности от производителей, то есть они потребляются в основном, в момент их предоставления.

В начале 60-годов минувшего столетия потребительская кооперация Украины практически доминировала на рынке услуг на селе. Тогда в системе работало свыше 9 тысяч объектов по предоставлению услуг, в том числе по починке и пошиву: одежды - 2500, обуви - 2370, ремонту радиоаппаратуры и бытовой техники свыше 500; парикмахерских - 1550. С течением времени деятельность этой сферы перешла в подчинение Министерства бытового обслуживания.

С началом создания государственности Украины и переходу к рыночной экономике, вследствие разгосударствления и коммерциализации сфера бытового обслуживания в селах практически свернула свою деятельность, оставив жителей без большинства услуг. Сеть услуг на селе сократилась в 4 раза. В 2000 году на 5 сельских поселений, или 2600 жителей приходился один объект службы быта. Развивая на селе сферу услуг, кооперативные организации обеспечивают значительную социальную поддержку сельскому населению, предоставляют ему возможность по минимальным ценам отремонтировать обувь, одежду и бытовую технику, сфотографироваться, получить комплекс бытовых, ри-

туальных и других услуг, а также повысить занятость населения за счет увеличения рабочих мест, которые в особенности важны для села.

Как подчеркивал Президент Украины Л.Д. Кучма на 1V собрании Совета Укоопсоюза в 2001 году: «Кооперации отведена важная роль в развития социальной инфраструктуры на селе... Ведь людям нужны бани, прачечные, разного рода ремонтные мастерские... Восстановление системы бытового обслуживания на селе должно стать одним из перспективных направлений диверсификации развития кооперации... В кооперативных организациях есть много свободных площадей и ними нужно с умом воспользоваться для организации сектора бытовых услуг...»

На выполнение задачи Президента Украины в мае 2001 года Правлением Укоопсоюза было принято решение по развитию, а по сути возрождению в системе новой области деятельности - сферы услуг. Осуществлен комплекс организационно - технических мероприятий, разработана Программа развития сферы услуг до 2004 года. Она направленная на улучшение обслуживания сельских жителей, обеспечение их платежеспособного спроса широким спектром услуг, приближение услуг к местожительству граждан, создание сети стационарных объектов, использование передвижных форм предоставления услуг.

В свете решений XIX съезда потребительской кооперации Украины, «Программы развития – 2010», Стратегии развития потребительской кооперации, кооперативные союзы Украины настойчиво работают над возрождением сферы бытовых услуг, которая есть составной частью социальной инфраструктуры на селе. Как отмечалось на XIX съезде потребительской кооперации Украины – «... сфера услуг постоянная новой области деятельности многих кооперативных организаций, решение существенных экономических и социальных проблем украинского села, агропромышленного комплекса, удовлетворения повседневных потребностей сельского населения...»

На сегодняшний день в системе действует больше 3300 объектов по предоставлению бытовых и ритуальных услуг, в том

числе свыше тысячи объектов по ремонту обуви, одежды и бытовой техники, 250 – парикмахерских, 600 – по организации отдыха, 200 по предоставлению ритуальных услуг, 600 – проката товаров, стирка и чистка изделий и прочие. Так по статистическим данным за первое полугодие текущего года общий объем реализованных услуг достиг почти 100 млн. грн., что на 13% больше чем в соответствующем периоде минувшего года.

Значительно высшие темпы прироста свыше 20% в Житомирском, Закарпатском, Кировоградском, Луганском, Ровенском и Тернопольском облпотребсоюзах – в пределах 150-180 объектов. Особую роль развитию услуг уделяют кооператоры Полтавской, Днепропетровской, Харьковской областей, в любой из них - уже созданы от 250 до 350 объектов по предоставлению бытовых услуг, в Крымпотребсоюзе, Львовском, Одесском, Сумском, Черниговском облпотребсоюзах – в пределах 150-180 объектов.

Выполняя важную социальную миссию, потребительская кооперация оказывает помощь крестьянам перерабатывать на давальческих условиях зерно, мясо, фрукты, овощи, предоставляет комплекс рыночных услуг, осуществляет закупку выращенной в личных фермерских хозяйствах сельскохозяйственную продукцию и сырье. За четырех года в системе осуществлена значительная организационная и практическая работа. Утвержденная Программа развития сферы платных услуг направлена на улучшение обслуживания населения.

Рядом с расширением сети бытовых услуг созданием в ней современных интерьеров совершенствуются также формы и методы обслуживания. Мастерство специалистов, культура обслуживания делают кооперативную сферу услуг привлекательной как для молодых, так и для жителей старшего возраста. Опыт работы многих организаций по развитию сферы услуг и улучшению обслуживания населения заслуживает внимания и повсеместного внедрения в жизнь.

Для примера рассмотрим функционирования облпотребсоюзов, что довольно эффективно влияют на развитие сферы услуг, как в областях, так и в Украине в целом.



В Харьковском потребительском обществе на территории бывшей универсальной базы организована мастерская по ремонту автомобилей (СТО), где работают опытные специалисты. Они качественно ремонтируют разнообразные модели автомобилей как отечественного так и иностранного производства. Выполняют работы по рихтовке и покраске кузовов, ремонту ходовой части и электрооборудования. Воздержанные цены, возможность наличного расчета или в безналичной форме привлекают частных и юридических лиц.

В торговой сети системы облпотребсоюза организована работа чайных столов. Доходов они не дают, но делают авансы и привлекают пайщиков и сельских жителей к посещаемости магазинов и покупке товаров, что оказывает содействие возрастанию прибыли. Также к услугам сельских жителей в 120 магазинах организованы народные библиотеки, книжный фонд которых собран кооператорами, здесь можно взять для чтения книги, ознакомиться со свежей прессой.

За 2002-2004 года кооператорами Полтавской области было открыто мастерских по ремонту: обуви и изделий из кожи 24, бытовых приборов, мебели, изготовлению ключей, точению ножей – 32, одежды, трикотажных изделий – 17, а также 15 парикмахерских и массажных кабинетов. В 13 районах на базе неработающих магазинов созданы пункты ритуальных услуг. Для предоставления сельским жителям парикмахерских услуг в Кобелякском райпотребсоюзе организована выездная парикмахерская, которая дважды на неделю по графику обслуживает жителей населенных пунктов – Жуки, Красная Квитка, Чорбовка. Введена новая форма организации обслуживания населения – открыто 9 пунктов по приему вещей в химчистку. Эту работу выполняет в соответствии с заключенным договором о сотрудничестве ОАО «Радуга» г. Полтавы. Соответственно соглашениям в 18 кооперативных магазинах организованы пункты по приему в ремонт обуви, который выполняет ООО «Подощва» областного центра. В помещении административного дома Лохвицкого райпотребсоюза предоставляются услуги по массажу. В массажном кабинете много клиентов, так как здесь дос-

тупные цены, а специалист хорошо знает свое дело.

Пункт бытовых услуг Пирятинского потребительского общества предоставляет услуги по ремонту электробытовых приборов, изготовлению ключей, нарезке стекла. Также нашел свое место на рынке услуг Кустовой информационно-вычислительный центр Полтавского облпотребсоюза. Здесь предоставляются разнообразные услуги физическим и юридическим лицам, в частности: монтаж, техническое обслуживание и ремонт кассовых аппаратов, средств связи, телевизоров, магнитофонов, пожарной сигнализации, офисной техники, электронных весов и т.п. Выполняются полиграфические и ксерокопировальные работы, программное обеспечение компьютерной техники. Объем реализованных услуг составил прибыль – 7 тыс. грн.

Кооператоры Днепропетровской области большое внимание уделяют развитию сферы услуг на селе. Так рабкооп «Ингулец» в с. Лозоватка Криворожского района на базе подсобного помещения начала работу часовая мастерская, а в магазине «Культтовары» обустроили зал компьютерных игр. В помещении бывшего книжного магазина с. Новополеье открыто ателье по ремонту и пошиву одежды.

Одним из лучших объектов сферы услуг в Кировоградской области является автомобильная мойка хозрасчетного подразделения «Луч» Кировоградского райпотребсоюза, рядом с которой работает магазин с кафетерием. Она построенная на собственные средства работников, имеет привлекательный вид, хорошее техническое оснащение, которое привлекает собственников автомобилей, а также высокое качество обслуживания.

Парикмахерская «Роксолана» Куликовского потребительского общества Черниговской области пользуется у населения большой популярностью. За год ею предоставлено услуг на 29 тыс. грн. К услугам клиентов – мужской и женский залы, маникюрный кабинет. По уровню обслуживания парикмахерской присвоена 1 категория. На внедрение в жизнь заслуживает опыт работы Менского райпотребсоюза относительно предоставления услуг по экспертной оценке транспортных средств. Годовой объем предоставления услуг - 42 тыс. грн.

В Бороздянском райпотребсоюзе с ноября 2002 года работает мастерская по ремонту бытовой техники, которая предоставляет населению услуги по ремонту бытовых холодильников, стиральных машин, пылесосов, утюгов, электроплит и других приборов. Мастерская тесно взаимодействует с ремонтно-монтажным комбинатом облпотребсоюза, который обеспечивает ее необходимыми материалами и запчастями. Работа сферы услуг повышает эффективность использования материально-технической базы и трудовых ресурсов потребительской кооперации, создает дополнительные рабочие места, оказывает содействие наращиванию объемов деятельности и улучшение обслуживания населения.

Потребительская кооперация Украины становится ядром кооперативного сектора экономики, важной составной частью экономики страны. Поэтому, новый этап развития потребительской кооперации можно считать этапом экономического роста, гар-

монического соединения социальных и экономических основ, социальной ориентации кооперативной деятельности, усиление социальной миссии потребительской кооперации. В рыночной среде роль и значение потребительской кооперации возрастает, поскольку ее призвание помогать социальной защищенности и экономической поддержке широких слоев населения, становлению сельского рынка товаров и услуг, расширению международного кооперативного сообщества и международной интеграции.

***С.Н. Гринько, зав. лабораторией  
коммерческой деятельности  
и предпринимательства  
Полтавского университета  
потребительской кооперации Украины,  
соискатель,  
О.А. Спорыш, ассистент кафедры  
коммерческой деятельности  
и предпринимательства  
Полтавского университета  
потребительской кооперации Украины***

# ИННОВАЦИИ И КАЧЕСТВО ХЛЕБА С ПОЗИЦИЙ ВЫПОЛНЕНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ МИССИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

*Хлеб - одно из величайших  
открытий человеческого ума*  
**К.А. Тимирязев**

Почему же хлеб веками занимает столь почетное место в нашей жизни и является, по выражению известного русского ученого К.А. Тимирязева, одним из величайших открытий человеческого ума. Разгадка кроется в нем самом. Это обусловлено его составом, строением, структурой мякиша. Хлеб употребляется ежедневно всеми группами населения и никогда не приедается.

В настоящее время остро стоит проблема обеспечения населения новыми видами хлебобулочных изделий, что объясняется следующими причинами.

Прошедшее десятилетие оказалось самым неблагоприятным в демографической истории России второй половины XX столетия - общий уровень рождаемости в стране опустился до самых низких значений среди европейских стран и составил менее 9 родившихся на 1000 человек, заметно сокращаются продолжительность жизни, численность населения и стойко ухудшаются показатели здоровья людей.

При сохранении такой тенденции, в России к 2050 году будет менее 100 миллионов жителей. Наибольшее беспокойство вызывает плохое состояние здоровья сельских жителей. По данным ученых аграриев через 15-20 лет при такой ситуации выживает одно село из четырех.

Основной причиной сложившейся ситуации является снижение потребления продуктов питания необходимых для поддержания активной и здоровой жизни из-за низкой покупательной способности населения и других негативных факторов: ухудшение экологии, пьянство, наркомания, особенно среди молодежи.

Годовая потребность пищи на одного человека по данным Всемирной организа-

ции здравоохранения составляет 959,7 кг, включая питьевую воду. По данным Международной комиссии ФАО/ВОЗ в странах «семерки» потребляется каждым жителем 959,8 кг пищевых продуктов. В России на душу населения потребляется 701,6 кг пищи. Дефицит продуктов питания составляет 258,1 кг или 26,9%. После 1990 года заметно уменьшилось потребление мяса и мясopодуков, молочных и рыбных продуктов, а так же овощей, фруктов и ягод.

В стране сегодня живут за чертой бедности 28 миллионов человек. Большая часть бедного населения проживает в сельской местности. Здоровье, бедность, образование это три приоритетные проблемы села. Эти проблемы, в том числе и рациональное адекватное питание, отнесены к приоритетным направлениям комиссией ЮНЕСКО по народонаселению и качеству жизни.

Ухудшение питания в последние годы влечет за собой необратимые демографические изменения, увеличивает социальную и межрегиональную напряженность.

Критериями продовольственного благополучия страны является адекватное питание, обеспеченность людей полноценными белками, витаминами, минеральными веществами, пищевыми волокнами в соответствии с нормами, рекомендуемыми Всемирной организацией здравоохранения (ВОЗ).

Дефицит в рационе питания человека эссенциальных микронутриентов связан с большой опасностью для здоровья человека и является причиной передачи негативных наследственных признаков, то есть возникают проблемы сохранения полноценного генофонда. Ученые характеризуют это понятие как «скрытый голод». Исследования различных групп населения, проведенные институтом питания РФ академии медицинских наук, показали о крайне недостаточном потреблении витаминов, ряда минеральных веществ, (железа, кальция, йода, селена, магния, цинка и др.) полно-

ценного белка и пищевых волокон (клетчатки, пентозанов, гемицеллюлозы) значительной частью населения нашей страны.

Дефицит полноценного белка в питании россиян, составляет 26%, дефицит витамина С достигает 50-80%, витаминов В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>6</sub>, В<sub>12</sub> - 40-80%, β каротина 40-50%.

Проблема здорового питания населения приобретает общегосударственное значение, так как связана со здоровьем нации и безопасностью страны. Поэтому необходимо изменение общественной психологии к вопросам питания, что и определено в Концепции государственной политики в области здорового питания Российской Федерации: «Питание должно не только удовлетворять физиологические потребности организма человека в пищевых веществах и энергии, но и выполнять профилактические и лечебные цели».

Эта проблема нашла отражение в Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2010 года.

В настоящее время имеется реальная возможность сокращения дефицита микронутриентов, в первую очередь витаминов группы В, РР, а также минеральных веществ: кальция, железа, йода, незаменимых аминокислот, белков, пищевых волокон, благодаря повседневному употреблению хлебобулочных изделий, обогащенных этими эссенциальными микронутриентами.

Во многих странах мира (Германия, Великобритания, Норвегия, Финляндия, США и др.) широкомасштабные программы по оздоровлению населения реализуются через хлеб и хлебопродукты. Например, в Германии за 3 года доля специальных сортов хлеба в общем объеме его потребления увеличилось с 30 до 70% , в США до 51% .

За последние годы в России наметилась устойчивая тенденция к росту объемов производства хлебобулочных изделий для лечебного и профилактического питания. Однако уровень развития данного производства в настоящее время не соответствует решению поставленных задач. Доля хлебобулочных изделий для лечебно-профилактического питания в общей выработке хлеба составляет 4,87%.

Прогнозирование спроса на диетические изделия свидетельствует о необходимости его увеличения к 2012 году почти в 4 раза (для лечебного питания до 90 тысяч

тонн в год, профилактического до 1280 тысяч тонн в год). Доля данной продукции в общей выработке должна в среднем составить к 2012 году 17,5%.

Ведущая роль в обеспечении сельского населения хлебом, в том числе новыми сортами изделий для профилактического и лечебного питания принадлежит потребительской кооперации. Потенциал производства хлебобулочных изделий в системе потребительской кооперации достаточно высокий и является одним из самых важных, так как позволяет реализовывать важную социальную миссию потребительской кооперации - удовлетворение потребностей населения хлебобулочными изделиями.

Доля производства хлебобулочных изделий предприятиями потребительской кооперации в целом по территории России составляет 15,2%. Количество хлебозаводов и цехов по производству хлеба и булочных изделий составляет 3020 единиц, в том числе в хлебопечении 2490 единиц, и на предприятиях общественного питания 530 единиц. Производственная мощность предприятий хлебопечения составляет 13653 тонн в сутки. Фактически предприятиями потребительской кооперации (включая выработку предприятиями общепита) по данным на 01.01.2004 г. производится 956 тысяч тонн хлебобулочных изделий. В расчете на одного человека, при норме 83 кг в год составляет 31,7 кг или 38,2% к норме потребления.

Однако коэффициент использования производственных мощностей составляет 27,1%. Поэтому в Концепции развития потребительской кооперации предусматривается улучшение их использования. Имеющиеся в системе производственные мощности позволяют вырабатывать в год свыше 6,8 млн. тонн хлебобулочных изделий. Все это объективно подтверждает, что потребительская кооперация занимает важное место в обеспечении продовольственной безопасности государства и решении его социальной политики.

Борьба с бедностью и экология относятся к глобальным проблемам всего человечества. Организация выпечки хлеба на дому в отдаленных населенных пунктах, где есть магазины и лавки на дому позволяет реализовать еще одну очень важную миссию потребительской кооперации - борьбу с бедностью, так как представляются рабочие места.

В последние годы в нашей стране большое внимание уделяется обогащению хлеба различными полезными веществами - функциональными пищевыми ингредиентами, придающими ему лечебные и профилактические свойства.

Введение в рецептуру изделий таких компонентов оказывает влияние на качественный и количественный состав рациона питания человека и позволяет решить проблему профилактики и лечения различных заболеваний, связанных с дефицитом тех или иных веществ.

Расширение ассортимента и освоение производства лечебно- профилактических сортов хлеба является также одним из направлений, предполагающим развитие хлебопекарной промышленности потребительской кооперации в соответствии с Концепцией ее развития. Для решения вопроса «оздоровления» ассортимента хлеба ГОСНИИ хлебопекарной промышленности совместно с другими научными учреждениями и предприятиями страны разработано за последние 7 лет более 50 наименований хлеба (см. табл.).

В настоящее время наиболее распространенными становятся изделия с добавками адсорбирующего свойства - пищевыми волокнами. Пищевые волокна играют важную роль в активации процессов обмена

на веществ и выведении из организма человека вредных продуктов его жизнедеятельности, тяжелых металлов, радионуклидов. Ежедневная норма потребления пищевых волокон для взрослого человека составляет 20-30 г. При работе во вредных условиях это количество должно быть увеличено до 10-20%.

Изделия с повышенным содержанием пищевых волокон (крупки пшеничной дробленой, диетических пшеничных отрубей, клетчатки, диспергированного зерна и др.) рекомендуются при заболеваниях желудочно-кишечного тракта, ожирении, при сердечно-сосудистых заболеваниях и для массового питания населения городов и регионов с неблагоприятными экологическими условиями.

Способом повышения биологической ценности хлеба является обогащение его витаминами (В<sub>1</sub>, В<sub>2</sub>, В<sub>3</sub>, В<sub>6</sub>, В<sub>12</sub>, РР) и минеральными веществами (кальцием, железом, йодом), что решает сокращение дефицита этих микронутриентов.

Витамины могут быть добавлены в виде отдельных препаратов или в составе пищевого витаминного концентрата и натурального сырья. Лучше использовать в качестве обогатителей натуральные витаминосодержащие продукты, так как степень разрушения витаминов в таких добавках в

Ассортимент хлебобулочных изделий для профилактического и лечебного питания

Хлебобулочные изделия с повышенным содержанием пищевых волокон.	Хлеб «Целебный», «Нива», «Крестьянский», «Рождественский», «Дмитровский», «Семеновский», «Соколовский», с морковным, свекольным и яблочным порошками, «Солнышко с топинамбуром», хлеб и булочные изделия «Полюшко», «Славные» и «Славные 2000» и др.
Хлебобулочные изделия из диспергированного зерна.	Булки таежные с диспергированным зерном, хлеб из диспергированного зерна ржи и пшеницы, хлеб «Семеновский» и «Соколовский».
Хлебобулочные изделия, обогащенные витаминами и минеральными веществами.	Изделия булочные «Витязь», булочки «Студенческие витаминизированные», изделия хлебобулочные «От Михалыча», «Колосок» (с витаминами и железом), хлеб «Зерновой с кальцием» (витаминизированный), батон с β каротином, хлеб и булочные изделия «Веторон», «Облепиховые», «Витазар» и др.
Хлебобулочные изделия с повышенным содержанием йода.	Хлеб «Йодированный», «Умница», «Дедушкин», «Академический», хлеб и булочные изделия «Рябиношка», батон йодированный, хлеб «Мурманский» и «Северный» с ламинарией.
Хлебобулочные изделия повышенной пищевой и биологической ценности.	Хлеб и булочные изделия с продуктами переработки сои (хлеб «Богатырский», «Селянский», «Хуторской», булка «Южанка», сдоба «Станичная», «Соявита», хлебцы «Станичные» и «Степные» и др.



2 раза ниже, чем при использовании синтетических витаминов. К натуральным витаминным добавкам относится мука «Витазар» из жмыха зародышей пшеницы и ржи, а так же закваски с направленным культивированием микроорганизмов. Так, пропионовые бактерии, в пропионовокислой закваске синтезируют витамины, в том числе  $B_{12}$  (против анемии), пропионовую кислоту и антибиотики - ингибиторы развития картофельной болезни хлеба. Каротинсинтезирующие дрожжи в витаминной закваске синтезируют  $\beta$  каротин, эргостериновые дрожжи в дрожжевой закваске - провитамин D.

Хлебопекарные предприятия России в последние годы широко используют для обогащения хлеба витаминами препараты серии «Валетек». Регулярное потребление витаминизированного хлеба способствует повышению устойчивости организма к неблагоприятным воздействиям окружающей среды, ускорению выздоровления при различных заболеваниях, повышению тонуса при стрессовых ситуациях и нагрузках.

Одной из ведущих проблем мирового здравоохранения признана анемия, затрагивающая преимущественно наиболее уязвимую часть населения - женщин репродуктивного возраста, детей ранних лет жизни и школьников. Для решения данной проблемы разрабатываются рецептуры хлебобулочных изделий, обогащенных препаратами железа и витаминов. При этом необходимо использовать готовые смеси микронутриентов, разрешенные к применению органами здравоохранения Российской Федерации.

В последние годы все большее внимание медиков и специалистов по рациональному питанию в нашей стране и за рубежом привлекает  $\beta$ -каротин как средство, способствующее восстановлению нормальных иммунных реакций, снижению риска сердечно-сосудистых, онкологических и других заболеваний людей, проживающих в регионах с повышенным уровнем радиации.

Для обогащения хлебобулочных изделий наиболее целесообразно использовать как природный каротин, так и каротин, производимый промышленным способом.

По медицинским рекомендациям суточное потребление  $\beta$ -каротина с пищей должно составлять не менее 5-6 мг Поступ-

ление этого ценного микронутриента с обычным рационом питания составляет примерно 2 мг в сутки. В 100г хлебных изделий, разработанных с добавлением  $\beta$ -каротина, содержится не менее 2 мг  $\beta$ -каротина, что составляет около 30% рекомендуемой суточной дозы его потребления.

Увеличение потребления каротина путем использования хлебобулочных изделий является важным и эффективным средством в системе мер направленных на снижение риска онкологических заболеваний людей проживающих в зонах с повышенным уровнем радиации.

К другой хорошо известной радиопротекторной добавке относится кальций, необходимый в питании населения всех регионов. Жителям регионов с повышенным загрязнением окружающей среды радионуклидами, он необходим в повышенных дозах. Обогащение пищевого рациона кальцием снижает опасность воздействия радиоактивного стронция на организм человека приблизительно в 1,5 раза. В детском возрасте кальций необходим для формирования костной ткани, снижается риск заболевания остеопорозом.

В настоящее время разработаны специальные сорта хлебобулочных изделий с кальцием, для улучшения усвояемости которого используются полуфабрикаты содержащие молочную кислоту.

К числу актуальных относится проблема йодной недостаточности у населения. Йод - обязательный микроэлемент рациона питания человека, ежесуточное потребление которого должно составлять для взрослых не менее 100-200 мкг. Использование йодсодержащих добавок при производстве хлебобулочных изделий является одним из эффективных способов борьбы с йододефицитом. Для повышения содержания йода в хлебобулочные изделия добавляют йодированные дрожжи, йодказеин, йодированную добавку «Амитон».

Актуальной для России стала проблема дефицита белка в рационе питания населения, что связано с продолжительностью жизни. Одним из эффективных белковых обогатителей хлебобулочных изделий являются продукты переработки соевых бобов. Кроме того, соя является источником незаменимых аминокислот, в первую очередь лизина. Содержание лизи-

на в соевой муке в 2,5-3 раза выше, чем пшеничной. Благодаря жирнокислотному составу и содержанию фосфолипидов, соя обладает выраженным гипохолестеринемическим эффектом. В ГОСНИИХП разработано более 20 видов хлебобулочных изделий с продуктами переработки сои.

Для изделий диетического назначения разработаны «порошковые» технологии на основе диетических композитных смесей, что позволяет решить проблему обеспечения населения лечебным питанием через сеть минипекарен, лечебных учреждений и в домашних условиях (выпечка хлеба на дому).

При создании нового ассортимента хлебобулочных изделий диетического назначения разработаны технологии, повышающие биоусвояемость микронутриентов, либо снижающие их потери в процессе термической обработки.

При реализации новых видов хлебобулочных изделий очень важным фактором является грамотная организация их продажи, так как цены на хлебобулочные изделия лечебно-профилактического назначения выше по сравнению с массовыми сортами хлеба. Однако мировой опыт и опыт нашей страны свидетельствует о резком росте объемов продаж хлебобулочных изделий, относящихся к группе «здоровья».

Для интенсификации продаж изделий лечебно-профилактического назначения необходимо учитывать следующие особенности продукции:

- эти изделия являются продуктом целевого назначения, то есть, предназначены для определенного сегмента рынка. Продавцы сельских магазинов хорошо знают проблемы селян, в том числе людей больных, инвалидов, поэтому они могут оказать существенную помощь в оптимизации ассортимента этой группы изделий с учетом требований потребителей и проблем региона;

- население, особенно в сельской местности, недостаточно информировано о пользе употребления лечебно-профилакти-

ческих сортов хлеба, поэтому улучшение работы по информированию потребителя о полезных свойствах этих изделий также является важнейшей социальной миссией потребительской кооперации.

При этом целесообразно использовать современные рекламные технологии: презентации новинок, конференции, дегустации, местное радио и телевидение и др.

Увеличению продаж будет способствовать создание в магазинах отделов диетического питания.

Возможно, снижение цен на лечебно-профилактические сорта хлеба при использовании муки собственного производства, выработанной на мельницах потребительской кооперации из зерна, выращенного в собственных подсобных хозяйствах.

Обеспечение сельского населения новыми видами хлебобулочных изделий лечебно-профилактического назначения и проведения комплекса работ по пропаганде оздоровительного питания на местах является важным и эффективным средством в общей системе мер, направленных на оздоровление населения и снижения риска ряда наиболее распространенных заболеваний современности.

Потенциальные возможности потребительской кооперации для выполнения этой важной социальной миссии велики. Но для усиления работы по реализации социальной миссии потребительских обществ в этом направлении необходима интеграция науки, образования и практики, что и было сделано в нашем университете открытием учебно-научно-производственного комплекса «Альянс». Научный потенциал для выполнения этой важной проблемы имеется и в Московском университете потребительской кооперации.

***В.И. Заикина, доцент кафедры  
товароведения, товарного консалтинга и  
аудита Московского университета  
потребительской кооперации,  
к.т.н., доцент***

# РОЛЬ МАРКЕТИНГА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Эффективным средством и базой предпринимательской деятельности в современных условиях становления рыночных отношений в Украине является маркетинг, который используется для разработки и принятия управленческих решений и играет ключевую роль в системе управления, организации, планирования и контроллинга непосредственно системе предпринимательской деятельности.

Современный маркетинг – это сложное социально-экономическое явление, которое наиболее правильно рассматривать как совокупность четырех факторов деятельности, постоянно меняющихся параметров поведения в условиях рынка:

- маркетинг как философия взаимодействия и координации предпринимательской деятельности (философия бизнеса); маркетинг как концепция управления (маркетинговый менеджмент); маркетинг как средство обеспечения преимуществ в конкурентной среде; маркетинг как метод поиска решений.

Маркетинг применяется независимо от того, в какой степени развиты рыночные отношения, так как выступает в виде реальной системы, которая увязывает внутреннюю и внешнюю деятельность предприятия, а также координирует взаимодействие всех субъектов, входящих в систему маркетинга. Однако нужно отметить, что маркетинг предполагает свое функционирование и развитие в любой экономической системе, независимо от роли в ней государственных структур.

Любая деятельность, предпринимательская или маркетинговая, осуществляется с целью достижения определенного результата. Цели маркетинговой деятельности тесно связаны с целями предприятия и способствуют достижению предприятием намеченных задач. К основным целям предприятия можно отнести: завоевание рынка; рентабельность, финансо-

вую устойчивость; обеспечение социальных факторов производства; создание и укрепление позиций на рынке и престижа предприятия.

Именно предприятия потребительской кооперации стоят перед проблемой решения названных целей. Это связано с тем, что в период перехода Украины от командно-административной системы хозяйствования к формированию рыночной системы, потребительская кооперация, которая до этого была монопольной посреднической системой, утратила свои позиции. Сложная управленческая структура системы, законодательная база, а также другие факторы макросреды сыграли негативную роль в снижении уровня ее конкурентоспособности на сельском рынке.

Одним из возможных элементов выхода системы потребительской кооперации Украины из сложившейся неблагоприятной ситуации может быть новая концепция управления маркетингом на рынках товаров и услуг, которая была предложена в 80-е годы шведскими учеными и названа маркетингом взаимодействия.

Основная идея маркетинга взаимодействия состоит в том, что объектом управления маркетингом становится не совокупное решение, а отношения (коммуникации) с покупателем и другими участниками процесса купли-продажи. Прогрессивность концепции маркетинга взаимодействия подтверждается тем, что продукты все больше становятся стандартизированными, а услуги унифицированными, что приводит к формированию повторяющихся маркетинговых решений. Поэтому единственный способ удержать потребителя – это индивидуализация отношений с ним, что возможно на основе развития долгосрочного взаимодействия партнеров. В этом контексте отношения становятся важнейшим ресурсом, которым владеет предприятие наряду с материальными,

финансовыми, информационными, человеческими и т.п. ресурсами

Маркетинг взаимодействия повышает значимость личности, личных контактов в системе эффективных коммуникаций. Более того, он распределяет ответственность за принятие решений в области маркетинга на весь персонал предприятия, поскольку требует участия в маркетинговой деятельности не только специалистов службы маркетинга, но и работников других предпринимательских единиц, включая менеджеров верхнего звена. Именно аппарат управления предприятием становится ответственным за формирование и развитие долговременных взаимовыгодных отношений в процессе взаимодействия организации с клиентами и покупателями.

Предприятия потребительской кооперации Украины, ориентируясь на особенности своего рыночного сегмента - сельское население - вполне могут, используя особенности маркетинга взаимодействия, стать единственно выгодным посредником для сельского потребителя.

Снижение производственной функции в системе, а в связи с этим снижение уровня ее конкурентоспособности, требует принятия серьезных мер, которые позволили бы устранить существующую проблему. Грамотное обоснование и правильный

выбор концепции маркетинга имеют значение для организации всей предпринимательской и маркетинговой деятельности предприятия. Для реализации концепции осуществляется функция маркетинга. Она выполняется наряду с другими функциями, такими, как производственная, кадровая, материально-техническое обеспечение, финансовая, бухгалтерский учет и т.д. В этом случае функция маркетинга выступает в виде функции предпринимательства и представляет собой отдельные виды или комплекс видов специализированной деятельности, осуществляемые в процессе маркетинговой деятельности. Главное отличие функции маркетинга от других функций предприятия заключается в том, что функция маркетинга нацелена на организацию и осуществление процесса обмена между организацией и ее потребителями, клиентами. В этой связи функция маркетинга несет ответственность за создание, формирование и развитие спроса в связи с постоянно меняющимися потребностями, что позволит, в конечном итоге достичь необходимого уровня конкурентоспособности.

***Н.В. Карпенко, зав. кафедрой  
маркетинга Полтавского университета  
потребительской кооперации Украины,  
к.э.н., доцент***

## КРУГЛЫЙ СТОЛ

### «Социально-нравственная миссия потребительской кооперации»

В рамках секции «Место и роль кооперации в современном обществе» Международной конференции ученых кооперативных вузов стран СНГ «Научный потенциал – кооперации» проведен круглый стол «Социально-нравственная миссия потребительской кооперации». Ведущие: Бражник Г.В., профессор, заведующая кафедрой философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, Соболев А.В., доцент, заведующий кафедрой экономической теории Московского университета потребительской кооперации.

В заседании круглого стола приняли участие ученые различных отраслей знаний - философы, историки, социологи, политологи, экономисты и др. Московс-

кого университета потребительской кооперации и его филиалов: Арзамасского, Брянского и Химкинского.

Цель круглого стола – консолидация интеллектуальных ресурсов университета для содействия социально-экономическому развитию России и ее важному общественному институту – потребительской кооперации, выработка инновационных подходов к решению глобальных проблем современности.

Участники круглого стола подчеркнули необходимость и целесообразность фундаментального осмысления и многоаспектных исследований (философских, социально-экономических, исторических) кооперативных процессов в современном глобальном мировом пространстве и российском обществе. Предметами самого активно-

го обсуждения стали такие направления работы, как роль лидерства, философский, социальный, экономический, политический анализ кооперативной деятельности - как с позитивной, так нормативной точек зрения, морально-нравственные, этические и эстетические проблемы. Не были обойдены вниманием вопросы патриотического воспитания, научной организации труда и управленческие аспекты в деятельности потребительской кооперации, а также основные направления социально-экономической и кооперативной мысли России и русского зарубежья. Участники круглого стола подчеркнули, что данные исследования, безусловно, дополнительный научный потенциал и побудительные импульсы к изучению кооперативной проблематики.

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ КООПЕРАТИВНОГО ДВИЖЕНИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ МИРОВОЙ ЭКОНОМИКИ

В начале XXI века кооперативные организации вынуждены осуществлять свою деятельность в условиях глобализации мировой экономики. В настоящее время не существует единого определения «глобализации», но одно определено – в мире, где она осуществима, движущей силой развития экономических отношений является рынок. Это означает, что мир становится все более тесным в деловом отношении.

Происходящий процесс глобализации мировой экономики оценивается экономистами разных стран и уже сегодня можно говорить о его положительных, и отрицательных сторонах.

Положительные стороны глобализации: - процесс глобализации организуется и регулируется, а точнее сказать, управляется не одним человеком или правительством одного государства;



- он способствует развитию свободной торговли, безграничным возможностям международных контактов.

- люди могут выполнять работу для организаций, находящихся на других континентах, получать обслуживание вне зависимости от того, насколько они удалены от места своего постоянного проживания или от поставщика интересующих их товаров (работ, услуг);

- с помощью интернета возможен доступ практически к любой мировой информации из любой точки мира.

В то же время глобализационные процессы сопровождаются кризисными явлениями в мировой экономике и экономиках отдельных стран, что оказывает существенное воздействие на развитие мирового кооперативного движения. Однако кооперативы страдают от них намного меньше, чем частные предприятия, так как они в основном опираются на членский капитал, на решение конкретных проблем людей, которые не исчезают, а только обостряются в кризисной ситуации.

Время, когда кооперативы были «третьим» путем социально-экономического роста, занимая место между капитализмом и социализмом, прошло. Мир вступил в новую эру развития рыночной экономической системы – неэкономическую систему, характеризующуюся переделом мира между крупнейшими ТНК и наиболее развитыми странами.

Невозможность социализма (сегодня) и неспособность капитализма решать социальные проблемы привели к некоторому тождественному кооперативному кризису.

Кооперативы должны действовать на рынке, предлагая товары и услуги высокого качества и по конкурентоспособным ценам, позволяющим им получать прибыль, необходимую для удовлетворения социальных нужд и обеспечения благосостояния членов.

Необходимо различать потребительские и производственные кооперативы.

Потребительские кооперативы появились тогда, когда услуги различных производителей не были ни географически, ни материально доступны или необходимой услуги вообще не существовало. В условиях глобализации они наиболее устойчивы и способны противостоять дав-

лению со стороны крупных и крупнейших компаний инвесторного типа, в т.ч. ТНК. Это возможно только при ориентации потребительских кооперативов не на внешний рынок, а на исключительное удовлетворение потребностей своих членов в соответствии с решениями, принимаемыми самими членами. Ориентация потребительских кооперативов на внешний рынок, обслуживание нечленов – прямой путь к их гибели в результате неравноправной конкуренции с более крупными рыночными предпринимательскими структурами. В то же время упрочение позиций потребительской кооперации в условиях глобализации, подавляющего воздействия ТНК на потребителей, возможно лишь при укреплении единства внутри кооперативного сектора мировой экономики. В этих условиях значительно повышается роль региональных, национальных и межнациональных союзов, главной задачей которых становится не столько идеологическая, сколько повседневная практическая работа по организации хозяйственных связей между кооперативами, в т.ч. и разных стран.

Производственные кооперативы сегодня – часто результат выкупа служащими компаний части капитала, которые обнаружили находятся на грани банкротства или эту грань уже перешагнули. Они также имеют старые традиции. Такие кооперативы могут осуществлять свою деятельность в области транспорта, страхования, здоровья и социальных услуг.

Есть попытки организации кооперативов, члены которых входят как потребители, так и производителей, но большого опыта в деятельности таких организационных форм нет. Все еще впереди, ведь только практика покажет результаты их деятельности и точность выполнения поставленных задач. Современный опыт России показывает, что создание таких кооперативов ведет к уменьшению членской базы. Так число членов потребительской кооперации России за последние годы значительно сократилось.

Глобализация – динамичный процесс, в котором на общество будут воздействовать различные факторы, и невозможно точно рассчитать ее последствия. Есть два наиболее вероятных последствия

глобализации для общества: рост безработицы и концентрация экономической мощи. Они представляют реальную угрозу для демократии.

Кооперативы способны значительно сгладить эти последствия. С одной стороны, они способствуют росту занятости населения, с другой – являются экономическим противовесом концентрации капиталов. Одним из важнейших направлений развития кооперативного движения является объединение кооперативов перед лицом внешней угрозы, противопоставление мировой глобализации кооперативной интеграции и глобализации. Вместо того чтобы конфликтовать или соперничать, кооперативам разных типов и видов необходимо определить общие перспективы и возможности для развития взаимопомощи внутри кооперативного сектора национальных и мировой экономики.

Все многообразие кооперативов объединяет один признак – признание и реализация в практической деятельности кооперативных принципов, среди которых выделяется 6-й принцип: сотрудничество между кооперативами. Любой кооперативов только тогда признается кооперативом, когда он признает кооперативные ценности и все принципы кооперативного движения и следует им на практике. Этот принцип, впервые сформулированный в 1966 году, в разной степени применялся, начиная с 1850-х годов. Его значение особенно возрастает в XXI веке. Если кооперативы намерены полностью использовать свой потенциал, сохранить привлекательность для населения в условиях принципиально меняющегося мира, то они могут добиться этого с помощью постоянного и практического сотрудничества.

В условиях пересмотра роли государства и уменьшения «общественного» бюджета на местном, региональном, национальном и международном уровнях идет поиск новых моделей финансирования и обеспечения «общих» услуг. Таких, например, как предприятия коммунального обслуживания (газ, электричество, вода), инфраструктура и связь, медицинские услуги.

Кооперативная организационно-правовая форма дает возможность мобилизовать финансы в обществе через объединен-

ные усилия, управлять расходами и контролировать их совместно и регулярно, создать объединенную ответственность и солидарность в обществе. Кооперативный опыт в области коммунального обслуживания, страхования, оказания медицинских услуг дают возможность утверждать, что кооперативы способны играть существенную роль в оказании «общих» услуг.

Глобализационные процессы формируют реальные угрозы кооперативному движению, преодоление которых становится важнейшей задачей кооперативов разных стран и их объединений на региональном, национальном и межнациональном уровнях.

Одной из таких задач является преодоление коррупции. Сегодня коррупция необузданна, прежде всего, в странах, где слабо развиты судебные системы или они зависимы от государства.

Коррупция – это поведение, которое отклоняется от формальных правил поведения, управляющих действиями какого-либо должностного лица из-за личных интересов увеличения богатства или укрепления власти, повышения социального статуса.

Коррупция приводит к огромным потерям в кооперативах. Она оказывает негативное влияние на крупные кооперативы различными способами:

- неблагоприятные и незапланированные инвестиции в активы и недвижимость;
- кумовство, через которое формируется избыток трудовых ресурсов и неэффективное их использование;
- оказание финансовой поддержки политическим партиям за счет средств кооперативов;
- использование кооперативных ресурсов для персональных и других целей, которые не связаны с интересами кооперативов;
- преднамеренная плата чиновникам за счет средств кооперативов для решения личных проблем руководителей кооперативов.

Кооперативы, как предприятия в рамках современной экономической системы будут способны функционировать этически там, где имеется открытость и прозрачность на рынке. Чтобы устранять свою собственную коррупцию необходи-

мо повысить роль общего управления и демократии. Когда члены будут играть активную роль в деловом принятии решений, коррупция может отступить, т.к. члены кооперативов являются избирателями не только собственных органов управления, но и управления регионально-го и национального масштаба.

Необходимость существования кооперативов в условиях развитого мирового рынка как единого целого и увеличения конкуренции вызывает необходимость поиска новых возможностей для развития кооперативного движения.

Другой важнейшей задачей является совершенствование менеджмента в кооперативах. Главная проблема – способность к быстрому принятию решений, касающихся оперативной хозяйственной деятельности. Это очень важно для кооператоров, учитывая демократический характер принятия решений. Каждый раз для принятия важного решения менеджерам необходимо консультироваться с членами правления, что существенно снижает скорость реакции на конъюнктуру рынка.

В современной кооперативной практике может быть применяться такой способ быстрого принятия решений, совместимый с демократическими принципами управления: вместо голосования по конкретным оперативным вопросам хозяйственной деятельности надо выбирать программы. Кроме того, при выборе органов управления также нужно выбирать людей не только по внутренним качествам (честность, компетентность, серьезное отношение к работе), но и по тем программам конкретных действий, которые они предлагают. Современный менеджер кооператива должен иметь долгосрочную программу развития деятельности и следовать намеченному плану, выполнение которого контролируется выборными органами кооперативов.

Сегодня от профессионального управления кооперативом зависит очень многое. Поэтому очень важно вкладывать средства в развитие человеческого капитала, особенно в области коммерческого управления. Мир без границ требует менеджеров, которые не только знают теорию управления, но и действуют согласно кооперативным принципам, мыслят шире про-

стой концепции торговца. Необходимо знание законодательства, международной торговли, правил Всемирной торговой организации и т.п.

Одним из направлений развития кооперации в целях ее противодействия давлению со стороны компаний инвесторного типа и постепенного, усиливающегося их овладения традиционными рынками кооперативов является создание многоцелевых кооперативов, осуществляющих диверсифицированную деятельность. Многоцелевые кооперативы наиболее эффективны в местностях, где проживает относительно бедное население. Оно не имеет высокой покупательной способности, позволяющей специализированным кооперативам остаться в современных условиях жизнеспособными. Именно здесь они могут стать жизнеспособными.

Эти кооперативы в существующем контексте могут быть успешными по двум причинам:

- сельские общины могут управлять их деятельностью лучше с объединенной и находящейся во взаимосвязи системой обслуживания, например обеспечивающей кредит потребителям.

- крупные кооперативы с большим объемом бизнеса могут существовать в более бедных общинах. Расходы по осуществлению их деятельности могут быть ниже вследствие снижения доли условно-постоянной их части.

Процессу создания многоцелевых кооперативов в современных условиях противодействуют ТНК. Транснациональные корпорации начали организовывать клубы своих членов и предлагать товары со скидками постоянным клиентам. Ряд ТНК предлагают профессиональное обучение идентифицированным клиентам.

Многоцелевые кооперативы способны накапливать и использовать коллективные и индивидуальные ресурсы членов, чтобы противостоять ТНК в рыночном соревновании. Главный доход многоцелевых кооперативов может быть получен от сельской банковской системы.

Одной из задач кооперативов является формирование образцов потребления. Поэтому необходимо регулировать рыночную агрессию и неэтичное рекламирование частной промышленностью сво-

ей продукции, так, чтобы это могло уменьшить расточительное потребление более низкими по своему уровню экономических групп населения и поощрять экономное потребление.

В XXI веке важнейшей проблемой становится кооперативная идентичность. Новые подходы к кооперативной идентичности могут серьезным образом изменить поведение кооперативов.

Возрастает значение социальной миссии кооперативов. Они должны участвовать в развитии человеческого капитала через оказание услуг здравоохранения, заботы о пожилых людях, повышении грамотности и т.д. Удовлетворение основных человеческих потребностей должно стать главной задачей кооперативов.

По нашему мнению, в XXI веке кооперативы должны иметь простую организационную структуру, меньшее количество автономных и децентрализованных единиц, ориентироваться на создание конкурентных товаров и услуг, создание собственной рыночной ниши. Они должны в большей степени ориентироваться на экономические и социальные потребности членов, формировать высоко обученный и гибкий штат работников. Необходимо формирование мировой системы кооперативов различных типов, форм и видов, позволяющей каждому члену чувствовать себя экономически и со-

циально защищенным в любой точке мира, чувствовать принадлежность к крупному социальному объединению, способному в любой момент встать на защиту его экономических и социальных прав.

Таким образом, кооперация сегодня начинает играть новую важную социально-экономическую роль – становится опекуном демократии и мира, способным противостоять формированию нового, уже во всемирном масштабе, тоталитарного общества, что вполне возможно в случае реализации негативных последствий глобализации мировой экономики.

Если в XXI веке объективные условия (позиции государства, политические силы, состояние экономики) будут благоприятными для развития кооперативов, то кооперация сможет играть одну из ведущих ролей в жизни населения мира. При этом само кооперативное движение должно формировать эти условия в процессе ежедневной работы, направленной на укрепление своих сильных сторон и реализацию формирующихся возможностей в современном мире.

*И.В. Захаров, профессор кафедры  
международного кооперативного  
движения Московского университета  
потребительской кооперации  
д.э.н., профессор*

## К ВОПРОСУ О РЕАЛИЗАЦИИ СОЦИАЛЬНОЙ МИССИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Кооперация исторически возникла как способ объединения людей, заинтересованных в решении тех или иных конкретных проблем, которые они не могли решить иначе, чем, объединившись в кооператив. Кооператив существует до тех пор, пока он может решать эти проблемы и пока эти проблемы существуют.

Потребительская кооперация в современных условиях представляет собой добровольное объединение относительно малоимущих членов общества с целью преодоления и ослабления зависимости

от окружающей их экономической среды путем совместного ведения хозяйственной деятельности, направленной на удовлетворение массовых потребностей, социальных и культурных нужд. Следовательно важнейшей отличительной особенностью кооператива и кооперации является социальная направленность хозяйственной деятельности, функция социальной защиты.

Социальная роль потребительской кооперации особенно ярко стала заметна в последние годы в связи с появлением в

жизни нашего общества ряда проблем, которые ни государство, ни новые частнокапиталистические структуры решить пока не в состоянии.

Потребительская кооперация осуществляет свою деятельность, главным образом в селе. В социальной сфере села происходят существенные ухудшения. Усиливается социальное неравенство, отставание села по условиям жизнедеятельности от города. За чертой бедности находится 57% сельских жителей, число безработных в сельской местности достигла 2 млн. человек. Безысходность, бездуховность, отсутствие перспектив ведет к пьянству, деградации личности, молодежь покидает деревню, вымирают целые поселения. Пришла в упадок и в большинстве регионов практически перестала существовать социальная инфраструктура села. Закрыты расположенные в селе медпункты, библиотеки, детские учреждения, школы, клубы, предприятия бытового обслуживания. В этих условиях потребительские общества остались единственными организациями, готовыми и способными решать проблемы сельских жителей, своих пайщиков.

В потребительской кооперации Российской Федерации разработана Концепция развития на период до 2010 года, которая определяет стратегической задачей деятельности всех кооперативных организаций борьбу с бедностью. Теоретическому обоснованию и практическому воплощению основных направлений этой деятельности были посвящены научно-практические конференции, которые прошли во всех регионах России. Борьба с бедностью и работа по духовному возрождению села имеет несколько направлений.

Первое направление - социально-экономическое. Это выражается в создании новых рабочих мест, повышении занятости, содействии повышению денежных доходов населения и одновременно развитию новых видов хозяйственной деятельности с целью улучшения условий жизни сельских жителей. Прежде всего - это содействие развитию личных подсобных хозяйств населения, народных промыс-

лов, развитие различных видов производственных и бытовых услуг, создание сети аптек и др.

Второе направление - социально-культурное. Это выражается в организации помощи престарелым, инвалидам, семьям с детьми, в проведении просветительской работы, создании библиотек, центров проведения досуга, возрождении художественного творчества, спортивной работы, обустройстве детских площадок и др.

Деятельность потребительской кооперации в названных направлениях прямо вытекает из сущности кооперации. Однако в современных условиях наиболее эффективное осуществление социальной работы потребительской кооперации отмечается там, где эта работа поддерживается местными органами власти. Борьба с бедностью - это проблема государственная, и то, что организации потребительской кооперации активно работают в интересах своих пайщиков и всего сельского населения, ищут новые пути решения этой проблемы не должно оставаться без внимания и поддержки государства. Не верно было бы понимать государственную поддержку узко, в виде предоставления организациям потребительской кооперации налоговых и других льгот на региональном уровне. Государственная поддержка должна проявляться через постоянное внимание к деятельности кооперативных организаций, пропаганду их роли и достижений, формирование ее имиджа как социально-ориентированной системы, выполняющей функции государственной важности.

Есть и другие аспекты повышения эффективности социальной работы потребительской кооперации. Это взаимосвязи кооперативных организаций с другими общественными организациями, объединениями, духовенством и осуществление совместных с ними акций.

***П.В. Ишевский, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.и.н., доцент***



# ПРОБЛЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Сегодня под влиянием нового либерального эконоцентризма рынку приписывается роль автоматического гаранта развитости и процветания: был бы рынок, все остальное приложится.

Однако теоретики рынка словно не знают, что рыночный обмен стар как мир и что уже древняя Финикия была рыночным обществом. Означает ли это, что она была современным обществом с атрибутами цивилизации: благополучия, демократического плюрализма, правами человека и т.д.

Рынок отнюдь не является главным, основным двигателем общественного прогресса, как это считают либеральные экономисты сегодня. Рынок есть способ удовлетворения человеческих потребностей на основе товарного обмена.

Общественный прогресс – есть способ умножения человеческих способностей на основе знания. Таким образом, в рамках известной дихотомии «первичного и вторичного» рынок не первичен, а вторичен, поскольку прежде чем удовлетворить новые потребности людей, надо обрести новые способности к производству всевозможных благ.

Эти новые способности общество обрело на заре начавшейся научной революции XV-XVI в.в. Между человеком как субъектом производства и природой, как объектом приложения его сил, вклинился посредник – теоретическое (фундаментальное знание), ставшее истоком новых промышленных и социальных технологий.

Здесь можно использовать экономическую аналогию. В расширенном воспроизводстве, полученная прибыль, в отличие от простого производства, не проедается целиком, а в определенной ее части реинвестируется в производство. Применительно к системе общественного прогресса в целом такой прибылью реинвестируемой в производственную практику является научное знание. Иначе говоря, традиционный

работник, приступая к работе, имея запас знаний и умений, не превышающий того, что ему необходимо было для выполнения заданных (рутинных) операций.

Современный субъект производства приступает к работе, имея запас знаний, заведомо превышающий в заданном месте и в данный момент.

В сфере специализированного образования и повышения квалификации часто слышатся жалобы от обучаемых, на то, что им дают «слишком много теории». Слишком много непрофильных занятий, которые вряд ли пригодятся на рабочем месте. Однако дело как раз в том, что этот «излишек знаний» является источником социально-экономической динамики современного общества. Благодаря этому «излишку» возникает зазор между личностью и производственной ситуацией, между теорией и практикой. Этот зазор становится источником постоянного творческого беспокойства работника.

Традиционное производство получало работников, запрограммированных под заранее заданную функцию. Современное производство черпает свое пополнение из системы образования, которой ведает, не только производственная, сколько научная система, обладающая непрерывно обновляемой корректирующей программой.

Современное образование даст, как правило. Гораздо больше знаний, чем того требуется на рабочем месте, а в смысле практических навыков и умений – гораздо меньше требуемого. Поэтому выпускники техникумов, колледжей и вузов в рамках производства всегда чувствуют себя «пограничной личностью», которая с одной стороны, умеет слишком мало в своей профессии, а с другой – теоретически знает слишком много для того, чтобы реализовать свои знания в производственную систему и достичь интеллектуального и морального удовлетворения.

Подобно тому, как неизрасходованная в потреблении часть прибыли становится источником мировой динамики производства и капитала, постоянно ищущего новые точки своего приложения, неизрасходованные на рабочем месте знания становятся инновацией в науку и производство и общей социокультурной динамики общества.

Величина этой динамики определяется следующей закономерностью. Скорость приращивания общетеоретического (фундаментального) знания должна превышать скорость роста специализированного отраслевого знания. При таком неравенстве отраслевого знания. При таком неравенстве отраслевые научные системы не смогут поглотить все наработанное к данному моменту теоретическое знание. Кроме того, данное неравенство образует постоянные резервы общеинтеллектуального накопления, непроедаемого в процессе отраслевой практики.

Рост общетеоретической подготовки студентов, опережающей темпы их прикладной, специализированной подготовки по меркам бюрократического разума плодит «беспокойное племя интеллектуалов», неспособных утихомириться и адаптироваться к практике. Но по меркам «философии прогресса», именно так проявляет себя прогресс – как постоянно развивающаяся «критическая подсистема», подвергающаяся сомнению все устоявшееся. Избыток общетеоретических, фундаментальных знаний у молодежи является гарантом ее способности к усвоению качественно новых знаний и источником социально-профессиональной мобильности.

Теперь обратимся к современной рыночной идеологии в России. Ожидалось, что в реформах на постсоветском пространстве будут определенные социальные издержки за счет выбраковки нерентабельных производств, реструктуризации целых отраслей производства и управления. Но никто не ожидал подвохов в научно-технической сфере: обвального секвестра науки, образования, наукоемких производств. Рынок заработал как всеупрощающая система, направленная на сокращение и выбраковку всего высокосложного, служащего источником перспективных новаций. Подобно тому, как в области обществен-

ной морали, разум сегодня отступает перед инстинктом, в общественном производстве сокращается все, что не сулит немедленной прибыли.

Целенаправленный удар был нанесен по фундаментальной науке. Она не сумела вписаться в требования рыночной рентабельности. Такая ситуация грозит обществу «проеданием» интеллектуального потенциала и сужением долговременных резервов роста. Рыночные цензоры, пытающиеся сэкономить на общем образовании, уподобляются скопидому, который режет курицу, несущие золотые яйца.

В системе общетеоретического знания значительное место занимают гуманитарные науки. В свою очередь среди них особую роль играет философское знание.

XXI век, возможно решающий в судьбах человечества, не может обойтись без нового мировоззрения, глубокого философского осмысления вещей, средств и перспектив развития мира в целом и нашей страны в частности.

Роль философского знания у будущих специалистов потребкооперации, проявляется в двух важнейших функциях – мировоззренческой и методологической.

В мировоззренческом плане философское знание расширяет кругозор человека, позволяет ему адекватно осмыслить и создать широко масштабную картину духовного социального развития мира на данном историческом этапе.

На этой основе философия способна выработать новые мировоззренческие идеалы и идеи общественного развития, готовить человека, специалиста к радикальным переменам в будущем. В этом заключается один из важных элементов того «зазора», «прибавочной стоимости» знаний между якобы излишками общей теории и непосредственной практикой специалиста.

Не менее важную роль играет методологическая функция философия. Это – использование всей системы принципов, законов, категорий и отдельных теорий философии для познания сущности процессов и явлений и практической деятельности.

К примеру, если рассмотреть методологическую роль теории диалектики применительно к деятельности потребительской кооперации, то это означает формирование

у ее кадров творческого, гибкого мышления, адекватно реагирующего на все изменения в этой области. Это, прежде всего, способность видеть систему противоречий в деятельности потребительской кооперации, необходимость выделить из них основные и главные противоречия и направлять свои усилия на их разрешение.

Например, сложность существования потребительской кооперации как социально ориентированной системы, существующей в рыночных условиях, составляет главное, в настоящее время, противоречие ее функционирования. Осознавая это противоречие, специалисты потребительской кооперации должны искать оптимальные пути его разрешения.

Философское знание нацеливает специалиста видеть объект своей деятельности в развитии. На этой основе можно научно предвидеть перспективы его дальнейшего движения. Философский принцип всеобщей связи ориентирует управленческие кадры на комплексный подход в решении проблем потребительской кооперации, в частности, во взаимосвязи материальных и духовных сторон ее деятельности.

Диалектически гибкое мышление предполагает среди многообразных и сложных явлений действительности видеть их сущность. Способность вскрывать сущность явлений – это, образно говоря, возможность видеть дуб в желудке. Такое мышление

помогает управленцу, специалисту различать в единичных фактах общую тенденцию их развития и наоборот, отделять необходимые, закономерные факты, процессы от случайных, вскрывать внутренние, существенные причины явлений и событий, отличать их от второстепенных.

Здесь обозначены лишь отдельные положения философского знания, имеющего большое значение в деятельности любого специалиста. В целом философское знание как и другие гуманитарные науки играют роль вышеупомянутого «зазора», как бы «излишка знаний» между личностью и его практической деятельностью. Этот «прибавочный продукт» знаний инвестируется в творческую деятельность личности, что в перспективе реализуется в эффективности производства.

Однако наши либеральные рыночники из Минвуза добрались и до гуманитарных наук, урезав их преподавание в вузах до такого минимума, что их уже с большой натяжкой можно назвать науками. Сокращение количества аудиторных часов на преподавание этих наук нанесло серьезный удар не только по качеству обучения, но и по процессу воспитания студентов.

*В.П. Павловский, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.ф.н.*

## О РОЛИ ГУМАНИТАРНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В ПРОЦЕССЕ ФОРМИРОВАНИЯ СОВРЕМЕННОЙ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОЙ ЭЛИТЫ

Образование как система – это уникальный социальный институт, призванный развивать и приумножать человеческий капитал, формируя идеи, социально-значимые идеалы, мировоззренческие позиции, надежды, конструирующие как будущее общество в целом, так и судьбу отдельных людей, включая и систему потребительской кооперации.

Новое время породило не только новые идеи в обществе, но и совершенно но-

вое социальное, да и личностное стремление – выжить. Хорошо известно, что для выживания человека решающее значение имеет уровень сформированности его духовного мира. Функция же формирования духовного мира во многом отводится системе образования. Специфика ситуации состоит в том, что роль духовного фактора резко возрастает в кризисных, экстремальных ситуациях. В этих условиях чаще выживают

люди, имеющие сформированный духовный мир и стойкие жизненные ориентации.

Самое опасное в нынешнем состоянии российского общества, особенно в молодежной среде – не экономический и социальный кризисы и даже не конфликты, а усиливающееся ощущение духовной пустоты, бессмысленности, бесперспективности, временности всего происходящего.

В последние годы появились реальные новые возможности самоутверждения личности, где не требуется высокого уровня образования. И эта тенденция пугает, т.к. образование неразрывно связано с жизнедеятельностью личности на всех этапах ее становления и развития. При этом, образовательная деятельность выполняет разные функции: обучения, формирования жизненных ценностей и установок, повышения квалификации и т.д. Отказ от образования, в первую очередь, отказ от гуманитарного образования может привести общество к деградации и разрушению.

Тревожным симптомом обесценивания знания является падение культурного уровня молодежи, что влечет за собой возникновение и усиление таких негативных тенденций, как склонность к криминогенному поведению, возрастание конфликтности, агрессии, а также конформизма и социальной апатии.

В данной ситуации необходимым для каждого является адекватное представление о себе и о своем месте в обществе в кризисной ситуации. Новое время таково, что оно не просто заставляет людей переучиваться, но часто требует изменения системы ценностей, установок, взглядов и ставит перед необходимостью фактически стать новой личностью. Новая нестабильная среда лишает обычного человека возможности приспособиться к ней. В этих условиях особую актуальность приобретают поиски точек отсчета для самоутверждения, ориентиров для самосохранения. Целенаправленная помощь молодому человеку в поиске путей самоутверждения должна осуществляться на базе гуманитарного образования, которое выполняет функции по формированию новых личностных качеств человека – таких, как новые ценностные ориентации, гибкое мышление и т.д.

Трудности, которые испытывает общество, связаны не только с экономичес-

ким кризисом, но и в такой же степени с социальным и политическим. В чем же главная причина упадка общества? В экономике или в человеке, в состоянии его души? Чему необходимо отдавать приоритет: восстановлению промышленности или обучать, воспитывать, образовывать человека? Однозначно ответить на такой вопрос сложно. Но ни у кого не вызывает сомнения, что образованный человек и только он – основа социального порядка, экономической эффективности, расцвета науки и культуры. Весь опыт, накопленный в ходе интеллектуального развития общества, свидетельствует о губительной опасности образования, лишённого морально-нравственной основы. «Знание без воспитания, – по мнению Д. Менделеева, – меч в руках сумасшедшего».

Главным недостатком современного образования является отсутствие у него идеологического стержня – гуманизма. Гуманитарное значение исчезает под воздействием сегодняшних «рыночных» реалий. Однако только гуманитарное знание позволит раскрыть человеческое начало в человеке. Исчезновение старой идеологии и социальных мифов обусловило необходимость обновления, как социально-гуманитарного знания, так и гуманитарного образования.

Специальность, не взращенная на таких понятиях, как «мораль», «нравственность», «совесть», губительна для общества. Однако приходится с сожалением констатировать, что эти этические нормы постепенно исчезают из общества.

Главной задачей гуманитарного образования является формирование человеческой личности. Основой же его является человек. Это системное целостное многообразное знание о человеке. Вернее человек – это ядро вокруг которого сконцентрированы представители всех гуманитарных научных направлений. В гуманитарном знании утверждается идея единства человека и природы, идея их нерасторжимости. Общество гуманистично настолько, насколько в нем ценен человек. Гуманитарное знание должно быть сосредоточено на знании человека как целостного социального субъекта. Оно должно представлять человека во всех его многосторонних бытийных формах, его развитие, интересы, потребности, цели, желания. Все эти идеи

созвучны целям современного кооперативного движения в мире.

Гуманизация образования – это не просто увеличение числа дисциплин социально-гуманитарного профиля, а изменение внутренних ориентиров образования. Общество в целом не в состоянии успешно развиваться без учета ценностных устремлений человека. Гуманитарное образование должно помочь людям преодолеть чувство собственной незначительности, беспомощности и растерянности, столь свойственные человеку в современном обществе. В настоящее время очень важно подтвердить индивидуальную ценность каждого гражданина. Гуманизм противостоит растущей в современном обществе тенденции в оценке людей по шкале, подразумевающей, например, что победители лучше побежденных, начальники лучше подчиненных и т.д.

Гуманизация образования может стать механизмом воспроизводства духовно-нравственного потенциала общества и потребительской кооперации России. Дорога к свободе личности, приоритету нравственных норм и благополучию общества, его экономическому и культурному процветанию берет свое начало не только в высокоэффективной экономике, но и в образовании, которое является наилучшим способом передачи людям, в первую очередь входящим в жизнь, молодым, набора необходимых навыков и норм, знаний и умений, нравственных и культурных ценностей. Сегодняшнее образование ориентируется на узкопрофессиональную подготовку по критерию рыночной «полезности». Этому сознательному или стихийному напору, вымывающему дух гуманизации из образования, необходимо противопоставить весь арсенал гуманитарного знания.

Оно не имеет себе равных по объему и разносторонности. Из него проросли все другие знания и отчуждение от гуманитарного знания недопустимо. Это сужает возможности в творчестве, в нахождении различных способов решения социальных и экономических проблем.

Проблема гуманизации образования заключается еще и в выборе знаний, которые должны опираться на явления социальной реальности, отражать ее. А это очень непростая задача, поскольку «постсоветская действительность, - по замеча-

нию Н.К. Фролова, - постоянно уничтожающая традиционные моральные приоритеты то с примитивным безразличием, то с варварским ожесточением, размывает российские социальные институты гражданственности и патриотизма».

Глубокий духовный кризис, охвативший все слои нашего общества, берет свое начало в отсутствии четкой государственной идеологии. Старые идеалы уже не отражают настроения и мировоззрения общества. Назрела необходимость в формировании новых «идеальных типов», которые бы явились эталоном духовно-нравственного, патриотического воспитания российских граждан, особенно молодежи. Наше общество нуждается в консолидирующей системе идей, сплачивающих различные слои населения, определяющих их ценностные ориентации, моральные нормы, определенный образ жизни, их социальную активность. Необходима идеология, которая будет способствовать не только воспитанию общества, но и стимулировать его развитие. Необходима новая идеология развития потребительской кооперации России. Без четкого представления об идеологии невозможно всерьез говорить о преподавании гуманитарных дисциплин, при этом нужно преодолеть негативное отношение к учению об идеях, идеологии. Преодоление этой сложной задачи еще одна цель гуманитарного образования.

Вузы делают первые шаги в процессе дальнейшей гуманизации высшего образования в России. Во многих учебных заведениях вводятся курсы, касающиеся определенных исторических этапов развития культуры, истории, философии, социологии и т.д. Этот подход можно назвать культурно-просветительским. Здесь гуманитарное знание остается чем-то внешним по отношению к студенту.

Необходимо пробудить интерес у молодого человека к гуманитарному знанию. Убедить в его полезности. Задача гуманитарного образования – сформировать в сознании студента единую картину мира, в которую в неразрывном единстве включены научное и социальное, техническое и гуманитарное, личностное и общественное. Это будет способствовать приобщению студента к творческому мышлению, к осознанию гуманных целей кооперации.



Основой политической культуры являются философско-мировоззренческие знания, без которых студент не сможет сформировать свои взгляды на окружающий мир и определить свое место в этом мире. Специализация сузила мир каждого отдельного человека и уменьшила возможности взаимного понимания людей. Философия может связать то, что разорвано, дать людям целостное единство взглядов на мир, на общество.

Последовательность преподавания гуманитарного цикла, на наш взгляд, следующая.

На младших курсах целесообразно преподавать родной язык, историю отечества и культурологию, что дает студентам представление о развитии цивилизации и страны. Далее для развития навыков абстрактного мышления необходимо преподавание философских дисциплин. Завершать гуманитарный курс высшего образования следует такими дисциплинами, как экономическая теория, социология, политология, психология; которые дают представление о логике экономических и социальных процессов.

Настоятельная потребность в активизации процесса гуманизации образования обусловлена в целом низким общекультурным уровнем студентов образовательных учреждений. Узкий кругозор, отсутствие гибкости мышления, непредсказуемость поведения. Для многих характерна низкая культура речи, слабое владение не только иностранным, но и русским языком, неумение четко, грамотно сформулировать свои мысли, работать с научной литературой, слабо развита способность к самокритике, потребность в самообразовании. Отсутствие гуманистических ценностей проявляется в ослаблении интеллектуально-духовного развития. Все это отражается на уровне профессиональной культуры молодого специалиста. Отражается на уровне подготовки интеллектуальной элиты современной потребительской кооперации.

Основной ценностью получения образования все больше становятся профессиональные знания, а не широкий кругозор. Все больше в сознании молодежи крепнет уверенность, что главное качество будущего специалиста – профессионализм, а общекультурная подготовка должна осу-

ществляться лишь в этой мере, в какой это нужно для профессионального роста. Такая установка может быть преодолена в процессе гуманитарного образования, в центре которого должны стоять проблемы человека, общение людей. Поскольку знание законов человеческих взаимоотношений в решении жизненных проблем может помочь гораздо больше, чем узкопрофессиональные знания. Знание гуманитарных проблем, в круге которых, ключевой является проблема человека, необходимо для представителя любой профессии. Причем, неважно, насколько сильно привязана гуманитарная дисциплина к профилю будущей специальности. Важна сама гуманитарная дисциплина, ее содержание.

Процесс образования не имеет права пассивно следовать за событиями, он сам должен активно влиять на весь процесс создания нового общества, готовить не только специалистов, но, прежде всего граждан завтрашнего дня, граждан самостоятельных, обладающих критическим видением, всесторонне образованных и творческих, способных сделать свой выбор в жизни. «Высшая школа, - говорил в своем выступлении на Всемирной конференции ЮНЕСКО по высшему образованию премьер-министр Франции Лионель Жоспен, - должна приспосабливаться к рынку, однако я против концепции, по которой она определяется требованиями рынка. Университеты, прежде всего, должны давать знания и квалификацию, однако это так же можно, где учатся демократии, гражданственности и творческому самовыражению личности». Система обучения граждан, следовательно, должна строиться на единстве профессионального и гуманитарного знания. Это единство явится плодотворной почвой для новых ростков нового общества, новой жизнеспособной кооперативной модели хозяйствования.

**Г.В. Бражник, зав. кафедрой философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.ф.н., профессор,**  
**Н.М. Бердыкльчева, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.ф.н., доцент**

# ПОЛИТОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ КООПЕРАТИВНЫХ ФОРМ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

Хотелось бы обратить внимание на некоторые политологические проблемы анализа кооперативной деятельности в современной России.

Важнейшим аспектом полноценного функционирования современной российской кооперации является ее взаимоотношение с государством. В этой связи заметим, что в России государство всегда играло важнейшую социально-политическую и культурную роль, и являлось, пожалуй, доминирующим элементом общественной жизни. Это было обусловлено специфическими особенностями страны, географическими, климатическими, военно-политическими и другими факторами ее развития. Мы полагаем, что и в процессах современной политической, социальной и экономической жизни российского общества государство во многом должно взять на себя ведущую роль. С одной стороны, государство может стать инициатором ряда крупномасштабных и общенациональных экономических, социальных и научно-технических программ по основным направлениям общественного развития, а с другой стороны, оно должно выступить гарантом политической стабильности и порядка в стране.

Конечно, государство, органы административной власти не имеют права вмешиваться в деятельность кооперативных организаций (что, в частности, отражено в законе о потребительской кооперации). Но вряд ли возможно противопоставлять государство и кооперацию как антагонистов. На это, в свое время обращал внимание крупнейший теоретик кооперации М.И. Туган-Барановский. Характеризуя идеал взаимоотношений государства и кооперативов, он писал: «На начале обще-

ственного принуждения будет построена система государственного хозяйства; на начале индивидуальной свободы будет построена трудовая кооперация, а также единое производство при помощи общественных средств производства»<sup>1</sup>. В этой связи, можно привести мнение Председателя Совета Центросоюза Российской Федерации В.Ф. Ермакова: «Власть и кооперация делают одно общее дело - работают в интересах людей. Из этого и следует исходить, строя свои взаимоотношения с властью на местах, предметно показывать ей выгоды сотрудничества»<sup>2</sup>.

Отсюда вытекает одна из актуальных проблем современной российской социально-политической и экономической жизни, важная и для полноценного функционирования кооперативных организаций: определение места, роли и функционального назначения административно-бюрократической системы. В России в эпохи общественных катаклизмов, традиционным ответом на вопрос «Кто виноват?» стало принятие «выявлять пороки» сложившейся системы государственной власти. В связи с этим можно вспомнить, что процессы перестройки в СССР, начавшиеся с критики и обличения «административно-командной системы», в конечном итоге привели к неконтролируемым процессам социальной дезорганизации, политической дезинтеграции и формированию еще более мощной, но и более бесконтрольной бюрократии в странах СНГ.

Представляется целесообразным, в связи с этим, обратиться к выводам немецкого политолога Макса Вебера (1864 - 1920), который считал, что бюрократизм, как социальный феномен, возникает одновременно

<sup>1</sup> М.И. Туган-Барановский. Социализм как положительное явление \ \ М.И. Туган-Барановский. К лучшему будущему. М., 1996. С. 384.

<sup>2</sup> Ермаков В.Ф. Кооперативная самобытность в новом тысячелетии \ \ Кооперативная самобытность в новом тысячелетии. М., 2001. С. 38.

с государством и является его неотъемлемым структурным компонентом. При этом бюрократическая организация характеризуется эффективностью, строгой регламентацией обязанностей между сотрудниками, иерархичностью (предполагающей четкий контроль за выполнением решений), формализованной системой правил и инструкций, эмоциональной нейтральностью и безличностью административной деятельности (в которой каждый функционер выступает не как индивид, а как носитель социальной власти, представитель определенной должности). Подобную систему организации государственной власти М. Вебер считал наиболее рациональной, ориентированной на профессионализм штаба управления и воспроизводство «высококвалифицированных специалистов духовного труда»<sup>3</sup>. Он полагал, что подобная система содержит немалые ресурсы эффективного воздействия на общество с целью его упорядочения, сохранения, совершенствования и развития.

Нам представляется, что сегодня в России необходимо предельно четко определить место административно-бюрократической системы в обществе, конкретизировать ее роль в современной политической системе с целью максимального использования потенциала профессиональных структур управления. Как правило, ставшие традиционными для нашей страны периодические «встряски», «чистки», и реорганизации в системе органов государственной власти происходили и происходят от отсутствия ясного понимания и рационального подхода к месту и функциональному назначению административно-бюрократической системы. Не менее важной задачей является создание такой модели государственного управления, которая бы четко определяла границы компетенции бюрократических органов власти, создавала бы эффективные условия, препятствующие переносу функциональных сторон бюрократической деятельности из средства в самоцель, для чего необходима выработка механизмов действенного контроля за административным аппаратом со стороны общества, общественных организаций и движений.

Крайне важным это является и для полноценного функционирования коопера-

тивных организаций в современной России, которые часто испытывают на себе последствия излишней регламентации и некомпетентности административно-бюрократических структур. Это проблема не только кооперативного движения, но и в целом российского общества. Но современные кооператоры не должны быть пассивными в этом вопросе, они обязаны выдвигать и отстаивать свои предложения и модели по оптимизации и гармонизации деятельности административно-государственных и кооперативных структур, пытаться реализовывать свои наработки на уровне законодательных инициатив. Следует понимать, что без этой творческой инициативности за кооператоров никто их проблем не решит. Большую роль в выработке оптимальных моделей взаимодействия кооперативных организаций с государственными структурами должны сыграть образовательные учреждения потребкооперации, обладающие немалым интеллектуальным, научным и организационным потенциалом.

Исходя из вышесказанного, можно отметить, что достаточно актуальными для современной России остаются вопросы о формах и принципах социальной организации общества, о соотношении централизованных начал государственной власти и деятельности органов местного самоуправления, и в частности, кооперативного самоуправления.

Можно заметить, что в России местное самоуправление традиционно развивалось не самостоятельно, а под протекторатом государственной власти. С учетом исторической специфики развития страны, и при масштабах ее территории это было необходимо. Но можно констатировать, что и в дореволюционной России, и позже в СССР основные элементы местного самоуправления, в том числе и кооперативного самоуправления, были достаточно жизнеспособными.

В то же время, исторический опыт (опыт последних лет не исключение) показал деструктивность противопоставления профессионального централизованного управления и самоуправления, противостояния деятельности органов государственной власти и общественных организаций, об-

<sup>3</sup> См.: Вебер М. Политика как призвание и профессия // Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 657.

ществленного самоуправления. Представляется, что в процессе современного политического реформирования в системе государственного управления очень важно соблюсти пропорции, четко определить сферы деятельности центральных органов власти и системы регионального, местного, общественного и кооперативного самоуправления. Деятельность этих органов должна сочетаться и дополнять друг друга. Задача состоит в том, чтобы с учетом реальных условий находить оптимальное соотношение и взаимодействие между ними, исходя из критериев эффективности функционирования системы в целом.

Нельзя противопоставлять так же кооперативные формы организации жизни и патриотизм, «идею Родины», а так же сформировавшиеся в течение веков национально-государственные традиции и культурные ценности. И в кооперации, и в любой другой сфере жизни общества важнейшим стимулом деятельности является патриотическое сознание, любовь к своей стране, желание внести свой вклад в ее развитие и процветание. Вообще, важнейшей моральной предпосылкой дальнейшего развития нашей страны можно считать сохранение в общественном сознании народа идеи великой России, как могучей мировой державы. Нам необходим «национализм» здорового свойства, основанный на принадлежности к великой исторической Родине, к огромному евразийскому континенту

Сегодня также становится понятным, что преобладание форм и методов экономического моделирования над национально-политическими факторами развития общества не может привести к достижению успешных результатов реформ. Можно утверждать, что попытки проведения модернизации в современной России посредством кардинальной перестройки экономической системы (по либерально-рыночному образцу) закончились неудачей. Очевидно, что и в дальнейшем ориентация на развитие исключительно рыночных отношений и механизмов не позволит России обрести статуса современной державы, включить ее в процессы мирового развития и обеспечить высокое качество жизни людей. В то же время, мы считаем, что приоритет национальных ценностей, внимание к культурно-цивилизационным факторам развития во внутрен-

ней политике государства будут способствовать и экономическому подъему страны, и успеху кооперативного движения в России.

Необходимо так же посмотреть на кооперативную модель жизнедеятельности в свете современных тенденций мировой цивилизации. Со времен промышленной революции к началу XXI века человечество подошло с грузом накопившихся проблем, грозящих глобальной катастрофой. На наших глазах меняется внешняя среда, социальная жизнь, поведение живых существ, ухудшается экология. Все больше дает о себе знать возрастающее социальное напряжение, неравенство в неоднородность обществ, распространение бедности, социальная несправедливость, голод и недоедание, безработица, неграмотность, отчуждение, наркомания, упадок нравственных ценностей, нарастание радикальных тенденций - бунты среди молодежи, преступность, взрывы насилия, терроризм, распад традиционных социальных структур, политическая коррупция, бюрократизм, ужесточение полицейских мер, ухудшение природной ситуации, энергетический кризис, ограниченность потенциала природных ресурсов и т.д. Самым острым образом стоит вопрос о выживании человеческого мира, что напрямую связано с сохранением среды его обитания – биосферы.

Что же подвело человечество к порогу катастрофы? В первую очередь, ориентация на развитие эгоистического и индивидуалистического начала, которое, несомненно, заложено в каждой человеческой личности. Эта базовая индивидуалистическая ориентация, уходящая своими корнями в стихийность социальных и экономических процессов Нового Времени, имела и свое идейное подкрепление в западноевропейской рациональной философии, позитивистской социологии, экономической теории, традиции которой заложил Адам Смит, и политической идеологии либерализма. Мы можем констатировать, что во многом причинами кризиса современного мира являются те ценности и приоритеты, в пользу которых сделал свой выбор коллективный Запад. Более того, экспансивная и агрессивная западная цивилизация стала активно транслировать, экспортировать, навязывать свои ценности, идеологию, институты, экономическую и политическую систему всем иным, не западным обществам под идейной вывеской «общечеловеческих ценностей».

При доминировании Запада в современном мире, торжествует и современная модификация западной идеологии «человека естественного» и «человека экономического», которую обобщенно можно определить как «либерально-рыночный экономикоцентризм». Именно эта идеология постоянно действует животнo-эгоистический потенциал современных людей и приводит к дисгармонии с окружающим миром, природой, к внутреннему психологическому разладу. Но главное, эта идеология постепенно подводит человечество к исторической пропасти.

В этой связи важно подчеркнуть, что сегодня именно кооперативные принципы - коллективистской солидарности, гармонизации личных и общественных интересов, равенства, взаимопомощи и заботы о других, взаимной ответственности, разумного целеполагания, рационального планирования и т.д. - противостоящие животному эгоизму людей и стихийности социальных процессов - становятся как никогда востребованными в современном мире, стоящим на пороге экологической и социальной катастрофы.

Нелишнем будет, в этой связи, напоминание о глубокой мысли М.И. Туган-Барановского, который считал кооперацию, кооперативную деятельность, кооператив-

ное движение ярким примером сознательных социальных процессов в истории, управляемых человеческой мыслью и человеческой волей, противостоящих бессознательной стихийности, неразумности человеческой жизнедеятельности.

Несомненно, что в самом феномене кооперации, в кооперативных формах организации жизни социума заложен огромный потенциал настоящего социального прорыва, выхода из глубокой кризисной ситуации, в которую поставило себя человечество на пороге XXI века. И чем быстрее произойдет осознание этого, чем масштабнее будет организационно-кооперативный охват различных сфер социальной и экономической жизни, чем скорее кооперативная философия и идеология овладеет умами людей, тем больше явится надежд на разумность, сознательность человеческого выбора, преодолевающего начала эгоизма и индивидуализма, которые являются разрушительными для будущего мира. А, следовательно, появятся и реальные предпосылки исторического выживания человечества.

***А.В. Матюхин, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.с.н.***

## ПРАВСТВЕННОСТЬ И КООПЕРАЦИЯ

Капиталистические отношения не способствуют сохранению высоконравственных отношений в обществе. Конечно, среди столпов капитализма наверняка есть люди честные, порядочные, совестливые. Однако жесткая конкуренция, борьба за клиента, рынки сбыта продукции, порождает агрессивность, все это способствует нарушению этических, нравственных норм. Идет борьба периодически переходящая в войну, когда истинные цели прикрываются псевдонравственными лозунгами.

В идеях кооперации не заложено той капиталистической агрессии. Однако кооперация, возможно, не столь эффективна. Возможно, при отсутствии капиталистической агрессии мир до сих пор не знал бы что такое: персональный компьютер, интернет, мобильный телефон, личный автомобиль. Возмож-

но, не было бы такого развития телевидения, которое основой своей идеологии поставило прибыль, а прибыль определяется пресловутым рейтингом передачи, программы, канала. Рейтингом определяется цена рекламы. В этой ситуации нравственные рамки минимальные. В обществе, в котором главенствовали идеи кооперации, телевидение было бы более нравственным, но, возможно, менее интересным.

Возможно, при полной замене капиталистических отношений кооперацией цивилизация, научно-технический прогресс развивались не столь стремительно как сейчас, но нравственный уровень общества был бы, несомненно, выше.

Стоит ли научно-технический прогресс такой платы? Рассмотрим этот вопрос.

Почему наукой до сих пор не обнаружено во вселенной следов разумных су-



ществ? Существует гипотеза, что любая цивилизация при своем развитии сама себя уничтожает. Возможно это вселенский закон. В масштабах вселенной существование цивилизации слишком маленький отрезок времени, миг. Возможно, закон развития вселенной более суров: жизнь начинается с бактерий, микроорганизмов, а заканчивается «царем природы», который уничтожает все живое, в том числе и себя.

В свете этой гипотезы научно-технический прогресс не обладает безоговорочной ценностью. Кроме удобств, комфорта для человечества он несет множество проблем, решения которых не видно. Вот не полный их перечень:

- экологические (загрязнение, ограниченность невозобновимых источников сырья, ограниченность территории пригодной для жилья и др.);
- накопление оружия массового поражения;
- расслоение общества («золотой миллиард», нищета, терроризм и др.);
- множество нравственных этических проблем;

В свете этой гипотезы задача человечества прожить дольше.

Следовательно, не следует так уж гнаться за техническим прогрессом.

Кооперация – более гуманный путь развития цивилизации.

По-видимому, истина где-то между этими крайностями, что-то среднее. Главенствовать в мире должна кооперация, капитализация должна быть под контролем кооперации. В развитых странах этот процесс идет. Что такое общественный совет по телевидению во Франции? Это некая кооперация общественных сил для борьбы за нравственные идеалы. Часть подобных задач решают другие общественные и государственные организации. Но не все так просто в решении нравственных вопросов. В некоторых западных странах очень высокая социальная защищенность (Германия, Швеция, Норвегия и др.). Однако, эта защищенность за счет высоких налогов капитализированного общества, тем не менее, это из основных идей кооперации.

Возможно, этим средним между кооперацией и капитализацией общества является путь, по которому идет в настоящее время Китай. Промышленность развивается высокими темпами, законы нравственности

соблюдаются в большей мере, чем в других странах, в стране культ духовного, нравственного, культурного, физического развития человека. В стране развивается культ науки.

Возможно, что мы живем в эпоху смены мирового лидера. Возможно, что для мирового сообщества пример Китая окажется предпочтительнее, чем пример США.

Постулаты морали и нравственности вырабатываются обществом веками! Этот процесс трудно анализировать, на что указывал Иммануил Кант. Известен афоризм, приписываемый ему: «Две вещи поражают: звездное небо над нами и законы нравственности внутри нас». Малым сообществам легче поддерживать соблюдение норм морали и нравственности. В любом обществе периодически появляются индивидуумы, которые по различным причинам (большей частью материальным) не согласны с этими нормами и законами. Не найдя поддержки в обществе они вынуждены подчинятся большинству.

Несколько другая картина в больших сообществах. Вероятность найти единомышленника гораздо выше. Например, одному человеку психологически очень трудно противостоять десяти, но когда их двое, то психологически им легче противостоять сотне, а когда их десять, то психологически им все равно против них тысяча или миллион. Это одно из объяснений того, что в городах гораздо больше нарушений нравственности и морали на душу населения. Именно в больших городах формируются группы со своими законами, противоречащими общечеловеческим законам нравственности. Именно эти группы несут в массы идеи: расизма, гомосексуализма, сексуальной свободы, проституции, воровства, анархии, бесконечных развлечений, наркомании и др.

Кооперативные отношения присущи в большей степени территориям с малой плотностью населения и в их основе лежит взаимопомощь, а не доход, как в капиталистических отношениях.

В кооперации более нравственные человеческие отношения, чем в капиталистическом обществе.

**В.А. Сердюков, ст. преподаватель  
кафедры математики и ЕНД  
Московского университета  
потребительской кооперации, к.ф.-мат.н.**

# ПАТРИОТИЧЕСКОЕ ВОСПИТАНИЕ ДЕЛОВОЙ ЭЛИТЫ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧРЕЖДЕНИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Кооперация по своей природе, организации и целям является не только экономическим, но и духовно-нравственным событием в истории производства и распределения человеком материальных благ. Морально-этическая, гуманистическая сущность кооперативного движения обнаруживается, прежде всего, в его истоках и принципах. В основе кооперации лежит *идея сотрудничества и защиты интересов* людей в процессе их хозяйственной деятельности. Благородство этой идеи духовно возвышает кооперацию, усиливает и подчеркивает ее актуальность как коллективной формы нравственного, в интересах человека, решения его материальных проблем на фоне жестких, нередко антигуманных экономических реалиях современной России.

Принципы, которые на протяжении двух столетий формировались в кооперативном движении, также персонифицируют, олицетворяют накопленные человечеством высшие нравственные, духовные, религиозные ценности. Это – *гуманизм*, как глубинный, экзистенциальный смысл кооперативной деятельности, направленный на благо человека. Это – *солидарность* – как социальное согласие, нравственная, духовная и хозяйственная сплоченность людей, объединенных общей целью, реально проявляющаяся во взаимопомощи и взаимовыручке. Это – *равенство*, как принцип, утверждающий равные права и возможности членов кооперации. Это – *демократия*, как механизм саморегулирования кооперативной жизни, поддерживающий ее стабильность, обеспечивающий активное участие в ней всех пайщиков.

Но самое примечательное в нравственном плане – это то, что у кооперации и морали общая духовная субстанция. Речь идет о том, что существование кооперации, все, что в ней делается, основано на *доброй воле*. А добрая воля, как отмечал еще

Кант, лежит и в основе морали. Именно добрая, ибо воля может быть и недоброй. Без доброй воли любые социальные, психологические, интеллектуальные, деловые качества и поступки людей – знания, находчивость, предприимчивость и т.д. – не имеют человеческой ценности. Даже самообладание без доброй воли может превратиться в хладнокровие злодея. У известного философа и физика XX столетия Б. Рассела есть слова: «Мы научились плавать как рыбы, мы научились летать как птицы, еще бы нам научится быть *людьми*». Быть людьми, исходить из доброй воли не только в межличностных отношениях, но и в важнейшей сфере человеческой жизни – хозяйственной деятельности – в этом гуманистический смысл кооперативного движения, его нравственная истина и сущность. Шкала высоких духовно-нравственных ценностей кооперации, в системе которой происходит подготовка профессионалов, должна составлять мировоззренческую основу их воспитания и нравственной ориентации в практической деятельности.

К основополагающим духовно-нравственным ценностям кооперативного движения относится и патриотизм. Кооперация – не «вещь в себе», не замкнутая в своем круге проблем обособленная общественная организация. Она многими нитями связана с общей ситуацией в стране, у нее общие интересы, общая судьба со своей Родиной. Это движение патриотично не только по своей идеи, по заложенному в нем социальному смыслу, но и по факту. В трудный час испытаний, во времена военного лихолетья и экономических разрух, кооператоры были в числе тех, кто своим ратным и хозяйственным трудом спасали страну, вытягивали ее из смертельного круга и бездны нищеты. Сегодня также есть смысл и основание говорить об органической связи кооперативного движения с национальной идеей, судьбой Рос-

сии, а более конкретно - с патриотическим воспитанием деловой элиты, специалистов, обучающихся в системе кооперативных учебных заведений.

На каждом крутом вираже история с новой силой и во многом по-новому ставит перед обществом проблему патриотизма. Ибо, в конечном счете, судьба страны, исход значительных событий и потрясений решается упорством и силой воли тех, кто искренне предан своему народу и Отечеству. И в сегодняшнем российском обществе заново осмысливается слово «патриотизм», идет переоценка ценностей, «смена вех» и прокладывание новых трасс в понимании этого духовного образования. Об этом можно судить по многим дискуссиям на страницах газет, в научных журналах и теледебатах, по нестихающим политическим баталиям партийных функционеров.

При этом в общественном мнении обнаруживается несколько подходов к пониманию патриотизма. Первый – *негативный*, рассматривающий патриотизм как сугубо отрицательное социальное явление. В этом подходе выделяются две противоположные точки зрения. Одна из них считает патриотизм пережитком прошлого, связанного с коммунистической эпохой, «последним прибежищем негодяев», таким же порождением советского периода, как и «совок». Эта точка зрения во многом отражает геополитические, экономические и этнические процессы разрушения многовекового государства, под которые была подведена антипатриотическая идеология. Как считают некоторые прозападные идеологи и политики в России, эту страну, «царство тьмы» не за что не только любить, но и уважать. Сначала Россия должна стать такой как Запад, а потом уж про любовь к ней; все хорошее, в том числе и патриотизм, может быть только на Западе.

Другая отрицательная точка зрения на патриотизм связана также с вопросом, «за что любить Россию?» Но возникает он у другой части общества - обездоленной, у тех, кто остался в стороне от благ и ценностей российских реформ. В данном случае вопрос о том, за что любить Родину звучит в контексте с вопросом *кому она сегодня принадлежит?* Кто является владельцем заводов, газет и пароходов? В известной немецкой саге о кольце Нибелунгов (и в музыкальной драме того же названия Вагнера) есть образ великана обладателя волшебного кольца, дающего ему богатства и власть над миром. Но увлеченный алчностью владелец кольца утрачивает человеческий облик и превращается в хищное, жадное, ненавистное и опасное для всех чудовище, создавшее вокруг себя атмосферу всеобщей ненависти. Подобного рода чувство к компрадорской олигархии и вездесущему небедному криминалу породили у многих сомнения в том, если у людей теперь своя страна, не отняли ли российские обладатели кольца Нибелунгов вместе с несметными природными богатствами и материальными ценностями у народа его страну. Можно ли говорить о патриотизме в стране где «пенсионеры получают пенсию, на которую трудно прокормить кошку»

Второй подход к пониманию патриотизма – *позитивный*, утверждающий необходимость проявления этого чувства к Родине. И в этом подходе выделяются два противоположных идеологических направления. Первое направление – классовая версия патриотизма в марксистском духе. В коммунистической литературе использование классового подхода к пониманию патриотизма привело к искусственному разделению понятий Родина и Отечество. Родина – это страна и культура, созданная народом, а Отечество включает в себя общественный и политический строй. Отсюда делается вывод о том, что трудящиеся в любом обществе имеют Родину, а Отечество – только при социализме. У этой «хитрой» идеи, говоря словами Вольтера, один недостаток: она не подтверждается фактами.

Другое направление в объяснении патриотизма можно назвать негативом марксистского подхода, марксизмом «шиворот-навыворот». Это - частнособственная интерпретация патриотизма в рамках либеральных идей и ценностей. Ясно и четко данная точка зрения сформулирована членом политсовета Союза правых сил Алексеем Кара-Мурзой: «...патриотизм - это любовь к своей собственности.... Это элементарная, азбучная вещь в политологии (непонятно почему в политологии - В. Р.): человек любит то, что он контролирует, что принадлежит

ему» (Литературная газета, 23-29 января 2002 г.). Исходя из этой логики, человек, не имеющий собственности (а таких в России большинство) освобождается от чувства патриотизма, и чем больше собственности, тем больше патриотизма, а чем ее меньше, тем меньше любви к Родине. Тогда следует признать и правоту основоположников марксизма, утверждавших еще в первом коммунистическом программном документе, что «Рабочие не имеют Отечества. У них нельзя отнять то, чего у них нет». О таком понимании патриотизма и Отечества в капиталистическом обществе писал и соратник авторов «Манифеста» Поль Лафарг в работе «Патриотизм буржуазии»: «Где наиболее высокая норма прибыли, там и отечество капитала». Получается, по существу, что за фасадом либеральной патетики у «правой» идеологии, скрывается то же марксистское отношение к патриотизму и Отечеству, но вывернутое как бы наизнанку.

Для правильного понимания сущности рассматриваемого вопроса следует различать патриотизм как элемент общественной психологии и морали, и патриотизм как идеологический феномен. Как явление массового сознания патриотизм стал возникать в далекую эпоху появления государств и наций. А как элемент идеологии он формируется позже, в связи с образованием классового самосознания общества и активно используется как форма выражения политических, экономических и правовых интересов определенных социальных групп, особенно в период революций, национальных и социальных конфликтов, войн. И сегодня, как мы убедились выше, идеологический подход к пониманию патриотизма, стремление использовать это понятие в политических целях, как и прежде, имеет широкое распространение в российском обществе.

Как элемент общественной психологии и морали патриотизм представляет собой национальное чувство – форму переживания народом (нацией или отдельным человеком) своего отношения к Отечеству, привязанности к родной земле, очагу, языку, истории. Поэтому, как писал великий поэт, и «сладок дым Отечества». Патриотизм не вымысел политической или интеллектуальной элиты общества, а *нрав-*

*ственная субстанция народной жизни*, имеющая глубокие исторические корни, продукт жизненного, социального опыта народа, результат его общественно-исторического развития, в ходе которого происходило формирование национального самосознания. Творцом, субъектом патриотизма является сам народ. Интеллигенция, политические партии, отдельные личности настолько патриотичны, насколько они связаны с народом, выражают его дух. Патриот – это тот, кто по выражению немецкого писателя Густава Фрейтага «носит в своем сердце миниатюрный портрет своего народа». Патриотизм, как и фольклор, религия, былины, сказки создается народом, он его привилегия в духовной жизни. У каждого народа есть свои святыни и святые, герои и мученики, живущие в народных преданиях, патриоты отечественной истории. Воспоминания об их жизни и подвигах связаны с народными праздниками, памятниками культуры и искусства, общественными храмами – они живы пока жив народ.

Патриотизм – это нравственное осознание народом самого себя, представление народа о себе самом. В основе патриотизма лежит самосознание нации, которая в этом глубоком чувстве выражает свою жизнь, историю, ценности, традиции, право, цель, силу и волю. Попытки навязать народу идею патриотизма извне, научить его тому или иному пониманию патриотизма, или отучить от любви к Родине, наставить его на «путь истинный» не соответствуют смыслу этого понятия и, в конечном счете, безуспешны. Разумеется, ни один народ не застрахован от исторических ошибок, однако, следует помнить слова Гегеля: «Если народ может заблуждаться, то гораздо больше может заблуждаться отдельное лицо, и оно должно сознавать, что может заблуждаться в еще гораздо большей мере, чем народ».

Мотивация патриотических чувств, также как их предмет, различна. Прежде всего, содержанием патриотических чувств становятся особо значимые для страны, народа явления и события, от которых зависит их судьба и будущее и поэтому воспринимаемые особенно эмоционально. Следует различать *фундаментальный* и *ситуативный* характер патриотических чувств. К фундаментальным патриотическим чув-

ствам относятся чувства одновременного переживания трех времен в судьбе страны: прошлого, настоящего и будущего. Они включает в себя целый ряд сложных моральных феноменов:

- *уважение* исторического прошлого, отечественных традиций и национальных обычаев; Пушкин метко заметил, что история для народа то же, что Библия для христианина;

- *уважительное отношение* к старшим поколениям, их образу мыслей, религии и идеалам;

- *гордость* ратной славой, культурными, экономическими, научно-техническими, спортивными и др. достижениями своей страны;

- *соучастие* в общественных делах, направленных на благо Родины (благотворительность), готовность защищать ее интересы (в том числе и экономические);

- *сочувствие* к страданиям и бедам соотечественников, негативное отношение к социальным порокам, разрушающим устои общественной жизни и нравственности;

- *заботу* о будущих судьбах страны, ее благополучии и процветании.

Патриотические чувства относятся не к сфере идеологии и политического сознания, а к области нравственных переживаний. Все перечисленные проявления патриотизма находят свое отражение в простых, элементарных формах нравственности - уважении, гордости, сочувствии, любви, заботе - обращенных к Отечеству, что придает им статус *социально-нравственных* качеств.

Фундаментальные патриотические чувства определяют характер и динамику ситуативных переживаний, связанных с отношением к Родине. Нередко патриотические чувства вызывают противоречивые отношение к Отечеству. Амбивалентные, двойственные чувства могут представлять собой противоречие между чувством любви к Родине и развивающимися из него ситуативными эмоциями. Например, чувство обиды, горечи, тревоги, разочарования, вызванные результатами экономических и политических преобразований в стране.

Патриотические чувства нации не изменная величина, остающаяся на одном и том же уровне при любых условиях, в любой социально-исторической ситуации.

Много факторов влияют на их состояние. Особенно велика роль интеллигенции, государства и деловой элиты общества. Эти авангардные социальные силы призваны воплощать три компонента патриотизма - духовный, волевой и практический. Они должны выражать общий дух, стремление и волю народа, осмысливать и осуществлять национальные интересы (идею нации) в экономических, политических и духовных аспектах жизни, препятствовать антинародным акциям в национальном и международном бизнесе. Для этого им необходимо обрести судьбу общую с народом, а не отождествлять себя с социально-экономическими, административно - бюрократическими, политическими и семейными кланами.

Правильное, незаидеологизированное и незаполитизированное представление о патриотизме, как общем достоянии нации, независимом от социального статуса и деятельности людей, их доходов и материального положения, позволяет видеть в этом духовном феномене общую цель нравственного воспитания в обществе. Особенно важно в современной России формировать патриотические чувства у молодежи, связавшей свою судьбу с экономикой, бизнесом. Настоящее и будущее страны во многом будет зависеть от их ориентации на национальные интересы, а не просто на чистую прибыль.

В истории России есть богатый опыт такого отношения к экономике, и, в частности, в кооперативном движении, который должен быть востребован в современных условиях. Формирование национальной, патриотически настроенной экономической элиты, принимающей страну, со всеми ее недостатками и бедами, не за эту, а за свою Родину, - стало насущной задачей для образования и воспитания российской молодежи. Будущая деловая элита общества находится сегодня в студенческих аудиториях, здесь вместе с профессиональными знаниями она должна приобрести представление о том, как их использовать в добрых делах, на благо людей, страны в целом.

Патриотическое воспитание не существует независимо, изолировано от всего процесса нравственного развития личности. Оно имеет два основания: формирова-



ние общечеловеческих моральных качеств и нравственно-профессиональную социализацию личности. *Общечеловеческие* моральные качества составляют исходные начала для формирования чувства патриотизма и нравственной личности в целом. Без простых нравственных норм, например, честности, не могут возникнуть более сложные, социально-нравственные и морально-профессиональные качества. Трудно представить себе лживого патриота или нечестного руководителя, строящего взаимоотношения в коллективе на нравственных принципах. Поэтому формирование у молодежи понимания простых, общечеловеческих норм нравственности, тех норм, которые составляют основу народной жизни и истинной религии, играет определяющую роль в воспитательной деятельности вуза.

Патриотизм деловой элиты – это не абстрактная категория, а реальная практическая деятельность в интересах общества, на благо людей. Поэтому патриотическое воспитание предполагает развитие *нравственно-профессиональных качеств*, представляющих собой не только необходимый компонент человечности в деловых отношениях, но и существенную составляющую реального успеха при решении конкретных задач в сфере бизнеса, экономики, науки, педагогике и т.д. Достаточно сказать об одном нравственно-профессиональном качестве – трудолюбии, с которым связано появление западной модели капитализма. Капитализм на Западе возник не только на экономической основе, но и на определенном нравственном фундаменте, а именно на протестантской этике, исповедующей *трудолюбие* как главную моральную ценность, а не страсть к наживе, которая противоречит экономическим законам, разрушает и деморализует духовную сферу жизни людей. Об этом писал еще Макс Вебер в социологической статье «Протестантская этика и дух капитализма». К сожалению, в России православные христианские ценности, как и ценности других существующих в стране религий, не стали духовной основой коренных социальных преобразований, поэтому мы получили капитализм другого «разлива», с мафиозным, нечеловеческим обликом.

Разрушение вековых духовных ценностей народной жизни не проходит бесследно, оно рано или поздно оборачивается национальной драмой или трагедией.

В современной высшей школе процесс нравственно-патриотического и духовного развития молодежи связан с проблемой гуманитаризации образования. Об актуальности этой проблемы свидетельствуют специальное постановление Правительства Российской Федерации. «О развитии гуманитарного образования в РФ» (1992 г.), Закон Российской Федерации «Об образовании», Программа развития воспитания в системе образования России на 1999-2001 год. В этих документах отчетливо сформулирована мысль о том, что «гуманистический характер образования является выражением государственной политики (!) в области воспитания и обучения молодежи, а ее духовно-нравственное становление – важнейшая составляющая развития общества и государства».

Центральной идеей гуманитаризации образования является формирование нравственной личности, независимо от ее профессиональной ориентации. Воспитание высоких моральных качеств, чувства патриотизма, ответственности, долга и человечности рассматриваются как важнейшая задача образования и необходимое условие для реализации специальных знаний и деловых качеств профессионала в сложной среде социальных и межличностных отношений.

Гуманитаризация образования – это не только повышение внимания к наукам, изучающим человеческие и социальные проблемы, а, прежде всего, процесс насыщения нравственным содержанием всех дисциплин, видов и форм учебных занятий, обретение ими морального смысла, развитие гуманистического стиля отношений в студенческой аудитории и в вузе в целом.

Деление наук на гуманитарные и негуманитарные имеет в определенном смысле условный характер. Все науки создаются людьми, и каждая из них имеет то или иное отношение к человеку, его духовной и материальной деятельности, к нравственно-гуманистическим ценностям личности. Эти ценности восходят к идеалам, убеждениям, долгу, ответственности и совести человека, проникают в

механизм его личного интереса. Ясно, что они не могут находиться по ту сторону учебного процесса, если этот процесс ориентирован на решение воспитательных задач. Разумеется, учебное занятие – это не бульдингс (воспитательный) роман в духе XVIII века: оно решает свои профессиональные задачи. Но, если мы стремимся, обучая воспитывать, то должны осознавать цели этого стремления, ставить, говоря словами К.Станиславского, сверхзадачу – духовное совершенствование наших студентов, видеть поверх профессиональных целей личность обучаемого. Такой подход к пониманию учебного процесса отражает гуманистическое направление в современной педагогике.

Существенную роль в усилении нравственно-воспитательных возможностей учебного процесса играет поиск новых технологий в практике обучения студентов, наиболее эффективных для их интеллектуального, творческого и духовного развития. В частности, перспективным и адекватным цели духовно-нравственного развития студентов способом обучения является *метод педагогического сотрудничества*, на котором строится система образования в лидирующих странах мира. Это связано со следующими обстоятельствами.

С изменением объекта педагогического воздействия: им становится личность студента, а не масса обучаемых. Педагогическое сотрудничество – это личностно-ориентированное образование, в котором студент непосредственно вовлекается в процесс обучения и воспитания, учитывающий его индивидуальные способности и духовно-нравственные качества.

С изменением взаимоотношения между преподавателем и студентом. *Преподавание* заменяется *сотрудничеством* обучающего и обучаемого в достижении общей цели – поиске знаний, что кроме эффективного решения познавательных задач стимулирует развитие доверия, доброжелательности, достоинства личности, нравственной культуры общения.

С формированием личных убеждений студентов, с превращением *знаний* о действительности в *отношение* к действительности. Знания, получаемые в процессе педагогического сотрудничества, отличаются

тем, что они не навязываются извне, а являются результатом интеллектуального поиска самого обучаемого. Тем самым они становятся *его* знаниями, *его* интеллектуальной собственностью, на основе чего формируются нравственные убеждения и моральное отношение к действительности.

С развитием познавательных способностей студентов, активно влияющих на их нравственное развитие. Познавательные способности человека не связаны с какой-то конкретной сферой его интеллектуальной деятельности, а распространяются на все ее области, в том числе и на мораль.

Разумеется, для полного внедрения метода педагогического сотрудничества в учебный процесс мало желания, необходимы соответствующая материальная и учебно-методическая база. Однако, как показывает опыт, локальное применение этого метода для решения конкретных педагогических задач в сочетании с традиционными способами обучения вполне реально и эффективно во всех видах учебных занятий

Таким образом, учебный процесс обладает существенными возможностями в формировании патриотических и духовных качеств студентов. Особое значение для морального развития молодежи имеют гуманитаризация учебного процесса, его нравственно-воспитательная направленность, поиск новых педагогических технологий, повышающих результативность обучения и воспитания, гуманистический стиль общения в вузе. Может быть, самая важная задача современной высшей школы, ее высокая гражданская миссия и состоит в том, чтобы, путем создания эффективной системы духовного развития молодежи, изменить моральную ситуацию в стране, помочь ей выбраться из затяжного кризиса и стать духовно и экономически сильной державой. Эта патриотическая задача решается в студенческих аудиториях, на кафедрах и факультетах, в процессе непосредственного педагогического общения с будущей интеллектуальной и деловой элитой общества.

**В. А. Рубочкин, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.ф.н., доцент**

# КООПЕРАЦИЯ И СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОГРЕСС

В 2005 году исполняется 130 лет со дня рождения выдающегося русского ученого кооператора профессора В.Ф. Тотомианца. Его жизнь и творчество еще слабо исследованы, хотя литературной деятельностью русский профессор занимался почти 70 лет. Большая часть его работ посвящена проблемам кооперации и последнюю свою работу «Кооперация (история, принципы, формы, значение)» он издал в начале 60-х годов в ФРГ.

Вахан (Ваган) Фомич Тотомианц родился в городе Астрахани 3 февраля 1875 года в семье директора армянской школы. С детства знал русский, немецкий и армянский языки. Среднее образование получил в Астрахани, а высшее – в университетах Германии, Швейцарии и Бельгии.

В 1898 году Тотомианц получил от Брюссельского университета степень доктора социальных наук. С 1912 года – приват-доцент Московского университета, в 1913 году получает от этого университета степень магистра политической экономии, а в 1915 году – степень доктора политической экономии и статистики от Киевского университета. Его педагогическая деятельность начиналась сначала в Париже (1904), затем в Петербурге, Москве, Тифлисе.

Литературную и кооперативную деятельность он начал еще, будучи гимназистом, писал на трех языках. Впоследствии читал лекции по кооперации, политической экономии, истории экономических и социальных учений, финансовой науки в высших учебных заведениях Петербурга, Москвы, Тифлиса, Парижа, Берлина, Праги и Рима. С 1897 года был корреспондентом ежемесячного журнала «Начало». Статьи посвящались кооперативному движению в Бельгии. В 1898 году в Париже познакомился с главным теоретиком французской кооперации Шарлем Жидом, произведения которого перевел на русский, немецкий и итальянский языки. С 1900 г. сотрудничал в русских и заграничных кооперативных органах (немецких, французских, английских, итальянских).

По возвращении в Россию, Тотомианц поселился с семьей в Петербурге, став чле-

ном Союза русских писателей. В 1899 году он вошел в редакцию ежедневной газеты «Северный курьер», где начал всероссийскую пропаганду кооперации во всех ее формах. В этом же году выпустил брошюру «Мощь кооперации», выдержавшую пять изданий. В 1901 году вышла его книга о потребительской кооперации, позже совершенно переработанная и дополненная «Теория, история и практика потребительской кооперации» выдержала четыре издания и была переведена на немецкий и японский языки. Его книга «Сельскохозяйственная кооперация» (1908) выдержала четыре издания и была переведена на болгарский язык.

В.Ф. Тотомианц – один из пионеров русского кооперативного движения. С 1900 года он работал секретарем отдела Комитета о ссудо-сберегательных и промышленных товариществах, который пропагандировал и поддерживал все формы кооперации в России. Он участвует буквально во всех мероприятиях, связанных с кооперацией, как в России, так и за ее пределами. Он участвует в конгрессах Международного Кооперативного Альянса, активно работает в его комиссиях, выступает с докладами. Его избирают членом Центрального Комитета этой организации, где он находился до 1921 года.

С осени 1917 года он начинает издавать солидный периодический журнал «Кооперативный мир», основывает кооперативное издательство, планирует выпустить кооперативную энциклопедию. Но через год он вынужден был выехать на Кавказ, а затем перебраться в Германию и Швейцарию. С 1919 года фактически началась его эмиграция.

В начале 20-х В.Ф. Тотомианц живет и трудится в Италии, где он находился по приглашению видного кооперативного и государственного деятеля этой страны Л.Луццати. В 1922 году виднейший государственный деятель Чехословакии Т. Массарик пригласил профессора Тотомианца переехать в Прагу. Здесь он преподавал в Русском Институте Сельскохозяйственной Кооперации, на Русском юридическом факультете, но

успевал вести занятия в Берлинской коммерческой академии, напряженно сотрудничать в периодической печати. Он объездил почти всю Европу, читая лекции и произнося речи на кооперативных конгрессах. Кроме того, он состоял членом Европейского союза социальной политики и Чешского общества изучения славянства.

В связи с началом мировой войны Тотомианц в 1939 году переезжает в Софию, где преподает в Высшей кооперативной школе, издает очередной труд «Из моих воспоминаний» (1943), несмотря на то, что погибает его уникальная библиотека и практически все рукописи.

В 1953 году он перебирается в Париж, читает лекции в Русском научном институте. Последние его работы на русском языке – «Из истории экономической мысли» и «Кооперация (история, принципы, формы, значение)» изданы в ФРГ.

Из многочисленных сочинений профессора Тотомианца на русском и иностранных языках выделяются следующие: «Теории кооперации». Второе издание – Прага, 1921; «Основы кооперации», Берлин, 1923; «Кооперация в России», Прага, 1922; «Энциклопедия международной кооперации» (на немецком языке), 4 тома, Берлин, 1927-29 гг. Сочинения профессора В. Ф. Тотомианца переведены более, чем на 20 языков.

Умер Вахан Фомич 9 мая 1964 г. в Париже.

В своей последней работе профессор В.Ф. Тотомианц проводил мысль о взаимосвязи кооперации и социального прогресса. Русский ученый обращал внимание на то, что человек являлся забытой моральной и социальной силой.

В.Ф. Тотомианц указывал на то, что еще Л.Н. Толстой делал оптимистическое предсказание, что войны прекратятся в результате новой военной техники, которая так устрашит человечество, что оно не будет уже думать о войне. С другой стороны, один известный в свое время публицист М.Н. Энгельгарт, сын более известного русского агронома, автора «Писем из деревни», выпустил брошюру, в которой пессимистически утверждал, что так называемый прогресс выражается главным образом в эволюции человеческой жестокости.

Из иностранных авторов Тотомианц называл одного германского промышлен-

ника-капиталиста, Рафаэля Майя, который выпустил в начале XX века брошюру под названием «Пушка, как рычаг тяжелой индустрии», имея в виду, что Германия обзавелась могучим военным флотом, который своими пушками угрожал у берегов Африки (например, Марокко), навязывая продукты своей индустрии. Профессор Б.Н. Вышеславцев, в своей замечательной книге «Кризис индустриальной культуры», подтвердил это мнение своими пессимистическими выводами относительно роста крупной индустрии и больших городов, в ущерб здоровью и спокойствию человечества. Также и Вальтер Ратенау, немецкий писатель, промышленник и министр иностранных дел (1922), в книге «О том, что будет» утверждал, что около половины современной крупной промышленности производит или вредные предметы, или совсем ненужные для блага человечества. К пессимистическим мнениям относительно судеб человечества Тотомианц добавил еще взгляд известного итальянского историка Г. Ферреро, который рассматривает этот вопрос больше с моральной точки зрения.

Русский профессор считал угрожающим фактором также увеличение мирового населения, особенно городского, в ущерб сельскому хозяйству, так как все нужное для питания и для городского производства дает деревня. Об этом же говорит и последнее слово техники: 1) автоматика, которая угрожает сильной безработицей, 2) появившиеся «спутники», которые угрожают чуть ли не полным уничтожением в случае войны всего грешного человечества.

Начав с цитаты оптимистического мнения Л.Н. Толстого относительно невозможности войны в будущем, В.Ф. Тотомианц приводит такое же мнение, которого придерживается одна замечательная женщина, итальянская писательница и ученый, Джина Ломброзо, по мужу Ферреро, дочь знаменитого ученого Ломброзо. Она находит выход из тупика, в который попало современное человечество, в возврате к земле, к сельскому хозяйству, к ремеслу и к кооперативной организации. Ее последняя книга носит название: «Возвращение к благоденствию».

Профессор католического университета Коди, проживавший в городке Антиго-

ниш (Канада), где удалось покрыть сетью различных кооперативов самую суровую и бедную часть северо-восточной Канады, куда теперь приезжают экскурсии не только из Америки, но и из Европы, чтобы видеть это великое чудо кооперации, в последней речи, произнесенной на американском кооперативном конгрессе, высказался так. «Во всех наших научных исследованиях мы упустили из виду один из самых значительных атомов, социальный атом, то есть самого человека... Мы до сего времени еще не могли раскрыть, овладеть, управлять и использовать энергии, заключенной в самом человеке. Если мы овладеем и употребим эту энергию для мирных целей, то мы тогда найдем точный ответ на устрашающую возможность истребления, которое может нас постигнуть от войны ядерным оружием...

Вот в этом научном исследовании самого человека его сил и кроется для нас великое поучение. Экономическая кооперация является тем способом, посредством которого эта социальная сила, – сам человек, – может найти применение в социальной и экономической жизни. Это является последним рубежом, которым человечество должно овладеть. Идея, которую мы должны распространять среди всех людей, заключается в том, что если мы, – люди, – разъединенные в настоящее время, не обладаем большей силой, то, объединившись между собой, мы станем одной из величайших социальных и экономических сил мира».

Апостол французской кооперации Шарль Жид в свое время, в 1910 году, на кооперативном съезде в Париже сказал, что он сожалеет о том, что французы предпочитают работать в одиночку. Совместная же работа, кооперация, их мало увлекает. Между тем, социальный прогресс требует огромных массовых усилий. Но он, увы, совершается крайне медленно, если сравнить его с успехами в области науки и искусства. Несмотря на социальное законодательство и усилия отдельных общественных реформаторов, сколько слез остается еще осушить и ран залечить у страждущего человечества. Это происходит оттого, что в области технической все сотрудничают, а в области социальной делятся на враждующие между собой груп-

пы, классы и это даже тогда, когда это совершенно неуместно.

То, что Жид приписал одним французам, к сожалению, свойственно и другим народам. В свое время известный немецкий писатель Г. Пауптман провозгласил терпимость религией будущего, а истинной религией – мир.

Теперь на сцену выступает кооперация. Это – искусство творить новые формы экономической жизни. И ради осуществления кооперацией общечеловеческой солидарности, ради создания благоденствия и мира на земле для всех, следует всячески охранять ее от чуждой ей классовой политики или партийности. Идеалом кооперации является не борьба за существование, а единение для жизни.

Человек, который теперь стал царем воздуха и даже собирается путешествовать на Луну, должен, прежде всего, устроить сносную жизнь на Земле, начав с самого себя, как учит Евангелие.

Говоря таким образом, профессор Тотомианц, обращал внимание на то, что именно человек является главным фактором прогресса.

Из политической экономии известно, поясняет русский ученый, что главными факторами производства являются труд и земля. О нравственных качествах человеческой личности говорится очень мало, и это замалчивается не только тогда, когда говорят о самом производстве, но и тогда, когда пишут об осуществлении социальных реформ.

Поэтому часто задается вопрос, почему большинство социальных и религиозных учений редко осуществляются на практике? Многие из этих учений на практике стали мало походить на свое первоначальное «кредо».

Виноваты ли в этом сами учения? На этот вопрос, отвечает В.Ф. Тотомианц, дает, по крайней мере, частично, свой ответ великий итальянский реформатор Джузеппе Маццини (1805-1872). Обращаясь в 1871 году к рабочему конгрессу в Риме, он сказал: «Ваше дело мало подвинется вперед, если вы измените политический строй и сохраните ваши страсти и ваш эгоизм. Организации подобны некоторым растениям, которые могут быть или ядовитыми или целебными, в зависимости от того, кто их держит в руках. Хоро-



шие люди делают и плохую организацию сносной, а плохие люди могут сделать лучшую организацию нестерпимой».

Английский кооператор из группы христианских социалистов, Кингслей, писал, что дьявол, который держит людей в своих руках, не осмеливался человеку шепнуть, что всякую реформу он должен начать с самого себя. Наоборот, дьявол внушает людям, что они должны ниспровергнуть насильственно всякий порядок, даже небо и землю. Если бы дьявол осмелился посоветовать людям начать изменения с самих себя, то он потерял бы быстро свою власть над ними, ибо ничего нет более трудного для человека, как его собственное моральное самоусовершенствование.

В.Ф. Тотомианц обращается к творчеству великого русского писателя Льва Толстого, который посвятил вторую половину своей жизни воспитанию своего народа и даже всего человечества, как до него учили великие педагоги и философы, швейцарец Песталоцци или англичанин Рескин. Л. Толстой учил тому, что коренные перемены, наиболее прочные, происходят не там, где ссорятся или убивают друг друга, но там, где происходят незаметные для глаз изменения. Для Льва Толстого главными факторами социальной реформы являются самовоспитание, воспитание других и нравственное самоусовершенствование.

Один из великих реформаторов, Махатма Ганди, посвятил всю свою жизнь и стал даже жертвой дела организации и освобождения своего народа.

Все знают, что воспитание является главным двигателем культуры, но современное воспитание не принесло до сих пор ожидаемых результатов. Воспитание часто остается поверхностным, что и показала последняя мировая война. Человечество не смогло избежать этой страшной войны и забыло о том, что признаком настоящей культуры является милосердие, гуманность.

По мнению В.Ф. Тотомианца, кооперативное движение, которое является всеобщим и миролюбивым движением, не основывающимся ни на борьбе классов, ни на борьбе народов, одновременно служит социальному и нравственному воспитанию человечества. Оно помогает людям материально и воспитывает их путем организации.

Тем не менее, не следует думать, что одна только кооперативная организация, без содействия веры и идеалистического мировоззрения, сможет изменить мир.

Это мнение разделял Лев Толстой, который в конце своей жизни сделался приверженцем кооперации. А вождь французского кооперативного движения, глубоко религиозный человек, Шарль Жид, называл это движение «кооперативным идеализмом» и противопоставил «кооператизм» другим социальным движениям.

В.Ф. Тотомианц отмечал, что кооперативное движение нуждается не только и верных и самоотверженных вожаках, но также и в кооперативной идеологии или философии, без которой они не смогут найти истинного пути. Без собственной идеологии, кооперативное движение будет использовано политическими партиями, программы которых много обещают. Кооперативное знамя всех цветов радуги, охватывающее мужчин и женщин всех классов и политических партий, недостаточно, чтобы вести за собою народы. Необходимо также иметь духовный идеал.

Последним печатными словами Вахана Фомича был афоризм Шарля Жида, говорившего: «Кооперативное движение – не вывеска, а путеводная звезда».

***А.В. Соболев, зав. кафедрой  
экономической теории  
Московского университета  
потребительской кооперации,  
к.э.н., доцент***

# ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЯ И РАСХОДЫ В КООПЕРАТИВЕ

Статья посвящена анализу одного из возможных подходов к определению оптимального распределения денежных средств совокупности покупателей, исходя из предположения, что непосредственный вид их индивидуальных функций полезности (ФП)

$u(\vec{x})$  известен. Разумеется, что статистическая оценка ФП сама по себе представляет отдельную весьма нетривиальную задачу, но тем не менее она в принципе разрешима, и возникает естественный вопрос о том, как такая информация может быть использована при оптимизации распределения средств.

1. Сначала рассмотрим отдельно взятого потребителя. Предположив, что его поведение соответствует теории рационального потребителя, стремящегося достичь максимально возможного значения своей индивидуальной ФП, можно написать основные уравнения, соответствующие его экстремальной

$$\begin{cases} \frac{\partial u}{\partial \vec{x}} = \lambda \cdot \vec{p}^T \\ \vec{p}^T \cdot \vec{x} = q \end{cases}, \quad (1)$$

где:  $\vec{x} = (x_1, \dots, x_n)^T$  — вектор спроса,  
 $n$  — число видов товара;  
 $\vec{p} = (p_1, \dots, p_n)^T$  — вектор соответствующих цен;  
 $\lambda$  — множитель Лагранжа;  
 $q$  — денежные средства, которыми располагает потребитель.

В дальнейшем будет удобна диагональная матрица спроса:

$$X = \text{diag}(\vec{x}) = \begin{pmatrix} x_1 & \dots & 0 \\ 0 & \dots & 0 \\ 0 & \dots & x_n \end{pmatrix}$$

С помощью этой матрицы нетрудно описать такую важную характеристику ФП, как ее вектор эластичности:

$$\vec{\varepsilon}^T = \frac{1}{u} \cdot \frac{\partial u}{\partial \vec{x}} \cdot X = \left\| \frac{x_i}{u} \cdot \frac{\partial u}{\partial x_i} \right\|^T, \quad i = 1, \dots, n$$

Непосредственно из первого уравнения системы (1) следует:

$$\vec{\varepsilon}^T = \frac{\lambda}{u} \cdot \vec{p}^T \cdot X$$

Заметим, что произведение в правой части равно

$$\vec{p}^T \cdot X = \vec{q}^T \equiv (p_1 x_1, \dots, p_n x_n) - , \quad (2)$$

это так называемый вектор расходов, представляющий собой распределение денежных средств, затрачиваемых покупателем на приобретение каждого вида товара в своей «продуктовой корзине».

Таким образом, можно написать простое равенство, связывающее два вектора:

$$\vec{q} = \frac{u}{\lambda} \cdot \vec{\varepsilon} , \quad (3)$$

которое сформулируется как

**Теорема 1:**

Расходный вектор рационального потребителя всегда коллинеарен вектору эластичности своей ФП.

Любопытно, что это свойство выполняется при любых ценах и для любого вида дифференцируемой ФП. Поскольку эластичность ФП в значительной мере определяет предпочтения потребителя, представляет интерес вопрос об общем виде таких функций, векторы эластичности которых постоянны:  $\vec{\varepsilon} = \vec{\alpha} = \text{const}$

$$x_i \cdot \frac{\partial \ln u}{\partial x_i} = \alpha_i \Rightarrow \ln u = \ln x_i^{\alpha_i} + C_i x_n^{\alpha_n}$$

$$\Rightarrow u = C \cdot x_1^{\alpha_1} \cdot \dots \cdot x_n^{\alpha_n}$$

Таким образом, единственный вид функций с постоянными векторами эластичности — это функции Кобба-Дугласа, для которых векторы эластичности  $\vec{\varepsilon}$  совпадают с их векторами степеней  $\vec{\alpha}$ .

Для этих функций нетрудно найти вектор спроса  $\vec{x}$ . Подстановка в уравнение (3) дает:

$$\begin{aligned} \vec{q} &= \frac{u}{\lambda} \vec{\alpha} \Rightarrow q = \frac{u}{\lambda} \alpha, \\ \text{где,} \quad \alpha &\equiv \sum_i \alpha_i \end{aligned} \quad (4)$$

откуда непосредственно следует аналитическое выражение для вектора спроса:

$$\bar{x} = \frac{q}{\alpha} \cdot \left( \frac{\alpha_1}{p_1}, \dots, \frac{\alpha_n}{p_n} \right), \quad (5)$$

Естественным обобщением функций Кобба-Дугласа являются функции с векторами эластичности, сохраняющими свою коллинеарность при изменении вектора цен:

$$\bar{\epsilon} = \bar{\alpha} \cdot \varphi(\bar{x}), \quad \bar{\alpha} = \text{const}, \quad (6)$$

где  $\varphi(\bar{x})$  - некоторая функция, необходимые свойства которой требуется выяснить. Равенство (6) означает, что для любых пар различных индексов  $i \neq j$  выполняется:

$$\begin{aligned} x_i \cdot \frac{\partial \ln u}{\partial x_i} &= \alpha_i \cdot \varphi(\bar{x}) \\ x_j \cdot \frac{\partial \ln u}{\partial x_j} &= \alpha_j \cdot \varphi(\bar{x}), \end{aligned}$$

откуда следует, что функция  $\varphi(\bar{x})$  должна удовлетворять дифференциальным уравнениям:

$$\alpha_i \frac{\partial \varphi}{\partial \xi_i} = \alpha_j \frac{\partial \varphi}{\partial \xi_j}, \quad (7)$$

где обозначено

$$\xi_i \equiv \ln x_i, \quad \xi_j \equiv \ln x_j.$$

Общее решение уравнения (7) имеет вид:

$$\varphi = \phi(\bar{\alpha} \cdot \bar{\xi}) = \phi[\ln(x_1^{\alpha_1} \cdot \dots \cdot x_n^{\alpha_n})],$$

где  $\phi(\cdot)$  - произвольная функция.

Таким образом, доказана **Теорема 2**. Множество всех функций, имеющих векторы эластичности, сохраняющие свою коллинеарность при изменении цен, есть множество произвольных дифференцируемых функций одного аргумента, в качестве которого может быть взята любая функция Кобба-Дугласа.

Если равенство (6) умножить скалярно на единичный вектор, то мы получим скалярное уравнение  $q = \alpha \cdot \varphi$ , которое в комбинации с уравнением (6) приводит к примечательному следствию:

**Следствие.** Если в некоторой области изменения цен вектор эластичности ФП потребителя сохраняет свою коллинеарность, то зависимость вектора спроса от цен

выражается формулой (5), полученной для ФП, равной функции Кобба-Дугласа.

2. Рассмотрим некоторое сообщество, иначе говоря, кооператив потребителей. Вектор расходов кооператива равен сумме частных векторов его членов:

$$\bar{q} = \sum_i \bar{q}_i = \sum_i \frac{q_i}{\alpha_i} \bar{\epsilon}_i$$

Если сделать упрощающее предположение, что свойства функции полезности  $u_i(\bar{x}_i)$  потребителя зависят только от величины располагаемой им денежной суммы  $q_i$ , то, считая, что число членов кооператива  $N$  достаточно велико (по крайней мере несколько сотен), последнее равенство можно переписать следующим образом:

$$\bar{q} = N \int_0^{\infty} f(q) \frac{q}{\alpha(q)} \bar{\epsilon}(q) dq, \quad (8)$$

где  $f(q)$  - плотность распределения доходов населения;

$\alpha(q)$  - степень однородной функции, представляющей ФП потребителя.

Преыдущие два равенства позволяют заметить, что если частные векторы эластичности сохраняют свою коллинеарность, то таким же свойством изоколлинеарности обладает и общий кооперативный расходный вектор.

Если плотность распределения имеет достаточно сосредоточенный характер в окрестности среднего дохода  $q$ , где

$$\bar{q} = \int_0^{\infty} q \cdot f(q) dq, \quad (8)$$

то суммарный расходный вектор с точностью порядка квадрата дисперсии описывается выражением:

$$\bar{q} \approx Q \cdot \frac{\bar{\epsilon}(\bar{q})}{\alpha(\bar{q})} + N\sigma^2 \cdot \left. \frac{\partial \bar{\epsilon}(q)}{\partial q \alpha(q)} \right|_{q=\bar{q}}, \quad (9)$$

где  $Q = N\bar{q}$  - общая сумма личных денег членов кооператива;

$\sigma^2 = \int f(q)(q - \bar{q})^2 dq$  - дисперсия личных доходов.

Таким образом, в статье, во первых, было введено математическое понятие вектора расходов потребителя, допускающее весьма наглядную экономическую



ющее весьма наглядную экономическую интерпретацию. Установлено в Теореме 1, что вектор расходов коллинеарен (то есть параллелен) вектору эластичности функции полезности (ФП) своего потребителя. Это свойство позволило получить аналитическое выражение (5) для индивидуального вектора спроса. Показано в Теореме 2, что существует множество ФП, обобщающих функцию Кобба-Дугласа, известную в курсах математической экономики. Для этих обобщенных функций направление вектора эластичности не зависит от вектора цен; в работе показывается, что выражение (5) сохраняет силу также и для этих функций.

Понятие вектора расходов допускает естественное распространение на весь коллектив членов кооператива; показано, что если индивидуальные расходные векторы

сохраняют свою коллинеарность, то аналогичным свойством обладает и кооперативный вектор спроса.

Приводится упрощенное выражение, дающее асимптотическую оценку кооперативного расходного вектора для случая относительно малого разброса личных доходов членов кооператива.

Следует подчеркнуть, что все полученные результаты опираются на свойства ФП потребителей, которые, в свою очередь, могут быть установлены только с помощью адекватных и достаточно мощных статистических методов получения оценок.

*М.М. Ермилов, ст. преподаватель  
кафедры высшей математики и ЕНД  
Московского университета  
потребительской кооперации,  
А.Ю. Манохин, аспирант кафедры  
высшей математики РГТЭУ*

## РАЗВИТИЕ КООПЕРАЦИИ МЕЛКИХ СЕЛЬХОЗПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ КАК ЭЛЕМЕНТ СОЦИАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ГОСУДАРСТВА

Важнейшей составной частью функционирования российского государства в ближайшее время должна стать политика социального маневрирования. То есть переход к рыночным отношениям не может произойти без формирования социально ориентированной рыночной экономики. Устойчивой равновесной экономической модели, к которой стремятся все государства, должно быть три опоры, три сектора, одним из которых является социальный сектор экономики. По принятой общемировой классификации к данному сектору относятся кооперативы. Причем создание и развитие кооперативов не является временным явлением для решения каких-либо промежуточных задач.

При такой огромной численности населения, как в России, в качестве важнейшей народнохозяйственной величины, на которой должна строиться вся ее экономика, необходимо рассматривать доходы этого населения. А повсеместное раз-

витие различных видов кооперации позволит резко повысить доходы граждан страны. Экономика России должна зависеть не от внешнего рынка сбыта сырья, а в большей степени от внутреннего рынка, т.е. от величины доходов своего населения и, следовательно, от его покупательной способности.

В последние годы в России наблюдается рост доходов населения, однако распределяются они крайне неравномерно. По данным Института социально-экономических проблем народонаселения РАН, менее 10% населения имеет около 75% сбережений.

В этой сложной ситуации принципиальным является необходимость акцента на повышении доходов всех групп населения за счет развития производства. Это приведет к повышению покупательной способности населения и развитию российского внутреннего рынка в целом, а также сельского в частности, что является важнейшим

аспектом, поскольку 27% населения России проживает в сельской местности и является наименее материально обеспеченным слоем (уровень оплаты труда в сельском хозяйстве составляет всего 38% уровня оплаты труда в среднем по народному хозяйству) [1, с.7].

В данной ситуации крайне важным является неизбежное взаимовлияние роста производства и покупательной способности подавляющей части населения страны. Надо отметить, что наблюдаемый в последнее время некоторый рост промышленного производства и аграрного сектора экономики привел также к росту объема розничного товарооборота и платных услуг.

Однако кризис сдерживает поступательное развитие аграрного сектора экономики страны. Отсутствие стратегической политики по экономическому оздоровлению всех видов сельскохозяйственных предприятий ведет к дальнейшему разрушению социальной инфраструктуры села, падению уровня жизни и деградации сельского населения. Демографическая ситуация на селе приобретает критический характер.

Поэтому в настоящий момент крайне важно стимулировать внутренний спрос, создав такие экономические условия, при которых отрасли аграрного сектора, а также различные формы сельхозпроизводителей, ориентированные на внутренний рынок, получили бы дополнительный импульс к развитию. В аграрном секторе взаимовлияние роста производства и покупательной способности всего населения проявляется наиболее ярко, поскольку подавляющая часть сельских жителей является одновременно и потребителями товаров и производителями сельскохозяйственной продукции. Увеличение покупательной способности сельских жителей и рост производства сельскохозяйственной продукции, осуществляемого ими же, являются важнейшим резервом развития аграрного сектора, а также экономики России в целом.

Речь идет о таких хозяйственных формах, являющихся основными в социально-экономической структуре сельского хозяйства России, как личные подсобные хозяйства (ЛПХ) и фермерские крестьянские хозяйства (ФКХ) с проживающими в них жителями. Причем от этих хозяйственных

форм, включая садово-огородные хозяйства и дачные товарищества (в общем называемых хозяйствами населения), в 2002 году по данным Института экономики РАН имели продукты 124 млн. человек в РФ.

В настоящее время основную массу продукции сельского хозяйства (по стоимости), по данным Г.И.Шмелева, производят именно хозяйства населения. В течение ряда последних лет на них приходится более половины валовой продукции этого сектора экономики, в том числе 93% картофеля, около 82% овощей и 89% плодов и ягод, около 90% меда, 85% баранины и козлятины, 70% свинины и т.д. Однако зерно, сахарная свекла, подсолнечник, льноволокно и другие технические культуры в основном производят крупные сельскохозяйственные предприятия [1, с.6].

Наибольшей эффективностью отличаются ЛПХ, доля которых в валовой продукции сельского хозяйства страны составляет 53% (в 2000г.). ФКХ не играют существенной роли в аграрном производстве (их доля составляет всего 3%).

В тоже время товарность в хозяйствах населения совсем не высока, за исключением мяса скота и птицы, а также молока. Это происходит из-за того, что производство хозяйств населения ориентировано в первую очередь на удовлетворение потребления своих семей, в то время как крупные сельхозпредприятия, а также ФКХ, в первую очередь обслуживают рынок. Но за последнее десятилетие наблюдается общее снижение товарности сельскохозяйственного производства в хозяйствах всех категорий. Таким образом, возрастает роль ЛПХ в местном самообеспечении продовольственной продукцией и высвобождении некоторой части денежных средств, направляемых сельским населением на внутренний рынок в виде платежеспособного спроса.

Необходимо отметить, что хозяйства населения косвенным образом способствуют поддержанию уровня товарности всего сельскохозяйственного производства, том числе крупных сельхозпредприятий. ЛПХ избавляют их от производства многочисленных сельскохозяйственных культур, необходимых для питания работников этих предприятий, являющихся в то же время владельцами ЛПХ.



Конечно, у хозяйств населения имеются немалые резервы для повышения своего потребления, а также товарности и, следовательно, своего дальнейшего развития. Одним из таких резервов является распространение и развитие различных видов кооперации с участием этих хозяйств. Поскольку важнейшими сдерживающими факторами в повышении товарности ЛПХ являются трудности сбыта индивидуальной продукции, высокая стоимость проезда к рынкам сбыта, наличие криминальных элементов на дорогах и рынках, организацию сбыта во всех регионах страны могли бы взять на себя сбытовые кооперативы, объединив между собой мелких сельхозтоваропроизводителей.

Вообще кооперативные связи, которые необязательно должны скрепляться письменным договором, и часто носят временный характер, очень важны при малой численности членов сельских семей в России, поскольку кооперация позволяет вычленивать для коллективной работы отдельные виды хозяйственной деятельности, которые маломощное одиночное хозяйство не может осуществлять успешно и, следовательно, быть рентабельным. Данное явление подробно изучал русский экономист А.В. Чаянов еще в начале XX века, создав теорию дифференциальных оптимумов. Такая начальная стадия сотрудничества в виде неформальной межсоседской кооперации, уже получившая в настоящее время распространение среди немалой части индивидуальных хозяйств, является началом развития более сложных форм кооперации ЛПХ и ФКХ.

Для повышения товарности хозяйств населения большое значение имеет создание в различных регионах страны кредитных кооперативов, а также кооперативов по агрохимическому, зооветеринарному, производственно-техническому обслуживанию.

В некоторых регионах появляются товарищества семейных приусадебных хозяйств по снабжению их комбикормами по цене, ниже среднерыночной, семенами различных овощных культур, удовлетворению других производственных нужд. Эти кооперативы осуществляют связь индивидуальных хозяйств с государственной властью и вышестоящими организациями для решения насущных вопросов.

Кооперация хозяйств населения в России в настоящее время осуществляется в двух формах: в виде кооперации ЛПХ (она появилась только в последнее время) и в виде кооперации садоводов, огородников, животноводов, появившейся достаточно давно. По оценкам экспертов кооперация ЛПХ станет основным видом кооперации мелких хозяйств.

В настоящее время в большинстве стран Евросоюза аграрный сектор признан нерыночным, поскольку в нем практически не действуют законы рыночного хозяйства. На этой основе построена вся теория крестьянского хозяйства, созданная А.В. Чаяновым, который считал, что маржиналистскую теорию, объясняющую выбор предпринимателя, нельзя перенести в трудовое крестьянское хозяйство, так как в этом типе хозяйства понижающаяся полезность предельного труда не является преградой для дальнейшей деятельности предпринимателя, поскольку потребность семьи не удовлетворена. Здесь понижающийся доход не останавливает труд, поскольку не достигнуто равновесие между потреблением и трудом, следовательно, оптимальное положение трудового крестьянского хозяйства отличается от капиталистического.

Таким образом, само производство в сельском хозяйстве коренным образом отличается от производства в обрабатывающей промышленности. В частности в земледелии является малорентабельным применение наемного труда, и во многом, поэтому основная масса крестьянских (фермерских) хозяйств в мире являются небольшими, компактными. Аграрное производство функционирует по таким объективным законам, которые приводят к необходимости серьезных государственных дотаций. Размеры государственной поддержки в разных странах Евросоюза составляют от 50 до 80% от товарооборота. И в реализации этой концепции аграрного протекционизма во многих странах важную роль играет кооперация. В США, например, некоторые государственно-регулирующие аграрный сектор функции переданы кооперативно-государственным организациям типа Системы фермерского кредита.

Развита в США и потребительская сельскохозяйственная кооперация. Например, функционирует огромная сеть кооперативов по снабжению фермерских хозяйств элек-

троэнергией, объединяющая более 10 млн. человек. Следовательно, роль кооперации очевидна в осуществлении социально ориентированной политики западных стран.

В нашей стране без выработки четкой государственной политики в отношении развития мелких сельскохозяйственных форм, без мощной поддержки в деле распространения и развития кооперации ЛПХ и ФКХ нельзя рассчитывать на быстрый рост уровня жизни сельских жителей, социальное раз-

витие села, а, следовательно, и на быстрое социально-экономическое развитие России в целом. Развитие различных видов кооперации должно стать важнейшим элементом российской государственной политики.

*И.Н. Виноградова, доцент кафедры  
международного кооперативного движения  
Московского университета  
потребительской кооперации,  
к.э.н., доцент*

## К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОЙ КООПЕРАЦИИ В РОССИИ В НАЧАЛЕ XX ВЕКА

Российская сельскохозяйственная кооперация зародилась и развивалась в двух видах – сельскохозяйственные общества и сельскохозяйственные товарищества.

Сельскохозяйственные общества появились в России еще в XIX веке. В числе первых утверждаются как крупнорайонные всероссийского или областного масштаба организации, так и местные сельскохозяйственные общества. К рубежу XX века наиболее влиятельными национальными обществами были Петербургское Императорское Вольное Экономическое Общество, основанное в 1765 г., Московское общество, выступавшего в роли главного всероссийского учреждения содействия кооперации и Харьковское сельскохозяйственное общество. Позже Петербургское общество стало научным центром и очагом общественного мнения, имеющим большие связи с общественностью. Московское общество открыло в 1871 г. специальный Комитет сельских ссудо-сберегательных и промышленных товариществ. В отличие от Московского и Петербургского обществ, которые действовали по всей территории страны, Харьковское общество охватывало только 14 областей юга России и достигло значительного успеха в кооперативном движении лишь после завершения первой российской революции. Это были ученые общества высшего уровня или экономичес-

кие организации помещиков, а также зажиточных слоев крестьян.

После реформы 60-х годов XIX века возникают и местные сельскохозяйственные общества, районы деятельности которых, были намного ограниченнее. В 90-х годах XIX века таких обществ насчитывалось около сотни. После 1900 года численность организаций начала расти, так как нормальный устав сельскохозяйственного общества 1898 г. существенно упростил сложный порядок их образования. Кроме этого рост определялся влиянием революции 1905 г. и столыпинской аграрной реформы. Большинство обществ возникло в районах с более высоким уровнем развития капитализма в деревне. Это были западные и южные губернии России. Чаще эти общества были «общими» и реже «специальными», то есть затрагивающими определенные отрасли сельского хозяйства. В центральных губерниях России, именно там, где крестьянское хозяйство было наиболее отсталым и нуждалось в агротехнических усовершенствованиях, таких обществ было мало, поэтому сельхозобщества были полезными там, где имелись материальные средства для развития земледельческой культуры. Только незначительная часть крестьян могла воспользоваться рекомендациями и услугами обществ. К тому же и общества, ограничиваясь агрикультур-

но-пропагандистской деятельностью, далеко не всегда оказывали конкретную помощь крестьянским хозяйствам.

Сельскохозяйственные общества были мелкими организациями. Их развитие во многом зависело от покровительства крупных сельскохозяйственных обществ, земств, Главного управления землеустройства и земледелия. Такие общества в основном развивались в провинциях с земскими учреждениями. Там, где действия земств объединялись с работой крупных сельхозобществ, заметна была «агрономическая помощь населению», то есть распространение сельскохозяйственных знаний среди крестьян. Известны такие мероприятия как создание показательных полей, выставок новых земледельческих и улучшенных пород скота, станций проката и аренды сельскохозяйственных машин и инструментов, распространение улучшенных семян, удобрений, оборудования для пчеловодства, организация лекций по экономическим проблемам, распространение специальной и популярной литературы. Более сложные мероприятия, такие как устройство молочных, маслодельных, черепичных, образцовых, семенных и других хозяйств отличали деятельность только некоторых сельскохозяйственных обществ.

Такая разнообразная деятельность мелких сельскохозяйственных обществ, несмотря на ограниченные средства в их распоряжении, (ежегодный членский взнос составлял от 50 копеек до 1 рубля, 1,5 рубля – в более крупных обществах), обеспечивалась тесной связью общества с земствами. Именно земские агрономы выступали инициаторами возникновения обществ и становились их активными сотрудниками, выступая в роли членов совета. Общества превращались в органы земской работы на местах. Недостаток финансовых средств для деятельности обществ покрывался субсидиями со стороны правительства и земств. Имея ограниченные каналы пополнения, бюджеты обществ колебались от 500 рублей до 2 или 3 тысяч рублей, что не давало им возможности для должного развития сельского хозяйства. В условиях отсутствия ответственности членов по обязательствам их организации, не существовало и кредитных льгот от банков, кооперативных учреждений и земств. Поэтому экономические задачи решать было весьма сложно, и общества являлись преж-

де всего организациями просветительного и культурного характера.

Объединения чисто хозяйственного назначения получили в России название сельскохозяйственных товариществ. В 1897 году министерство земледелия утвердило для этих организаций образцовый устав, а через год по новому уставу, значительно улучшилась внутренняя структура товариществ, что приблизило их к типу кооперативных организаций. Это были кооперативы со снабженческо-сбытовыми функциями, осуществлявшими и отдельные элементы переработки продукции. Большинство из них были специализированными и заботились о развитии определенных отраслей сельского хозяйства.

До первой российской революции они не получили широкого распространения, зато в предвоенные годы рост этих организаций был значительным и к 1914 году насчитывалось 1254 товарищества. Больше половины из них находились в западных губерниях, остальные в Европейской части России.

Сельскохозяйственные товарищества являлись паевыми организациями с оборотными средствами и кредитоспособностью. Хозяйственную устойчивость товариществ повышала материальная ответственность по делам товарищества со стороны его членов. Так как особое значение в товариществах приобретал не паевый капитал участников, а их хозяйственные занятия, то прибыль шла на вознаграждение не капитала, а труда членов товарищества.

Сельскохозяйственные товарищества были способны к полезным действиям. Они давали профессиональные советы сельскому кустарю, обращая его внимание на более выгодные стороны в развитии сельского хозяйства. Эти советы способствовали увеличению прибыли, полученной от изделий кустарного промысла. Некоторые общества работали в тесной взаимосвязи с местными кредитными товариществами и осуществляли многие целесообразные мероприятия в помощь крестьянам, используя их финансовую поддержку. Например, устройство образцового огорода по выращиванию овощей, создание опытной фермы, устройство склада наиболее современных молотилок и веялок, организация лекций, приобретение брошюр, консультирование членов в связи с предоставлением им кредита.

На две трети сельхозтоварищества были мелкорайонными, то есть они проникали в

крестьянскую среду. До 1908 г. их личный состав комплектовался почти исключительно из помещиков и зажиточных крестьян, так как разрешались крупнорайонные товарищества, а в дальнейшем они становились более крестьянскими по составу. По Уставу 1908 года в товарищества могли входить лишь лица, занимающиеся сельским хозяйством, но они не обходились без интеллигенции, которая поддерживала их жизнеспособность. Соблюдался кооперативный принцип неограниченности членства для того, чтобы товарищества не превращались в частные предприятия, состоящие из акционеров.

Сельскохозяйственные товарищества имели уже подлинную кооперативную форму и вполне могли бы развиваться в экономи-

ческие ассоциации большой важности, но недостаток финансовых средств, привел к тому, что кооперативный сбыт и снабжение перешли в сферу кредитной кооперации.

Итак, в начале XX века в России получают развитие отдельные формы сельскохозяйственной кооперации – сельскохозяйственные общества и товарищества, которые, несмотря на все трудности в их деятельности, сыграли определенную роль в становлении общества рыночного типа.

*Т.В. Платова, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.и.н., доцент*

## ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ: 1941-1945 гг.

Великая Отечественная война отразилась негативным образом на всех сферах жизни Советского Союза, в том числе и на потребительской кооперации. Были урезаны бюджетные ассигнования на ее развитие, что самыми отрицательными последствиями сказалось на расширении сети потребкооперации, обеспечении ее материальной базы, подготовке кадров.

В военных условиях резко ухудшилось обеспечение населения продовольствием. Необходимо заметить, что любая война сопровождается абсолютным уменьшением пищевых ресурсов вовлеченных в нее стран, вызванным нарушением пропорций в развитии экономики, сокращением рабочей силы, задействованной в сельском хозяйстве, появлением огромных армий, потребляющих продукты питания. Война изменила и условия производства продовольствия. Сократилось внесение минеральных удобрений в почву, минимума достигли поставки селу орудий и предметов труда промышленного изготовления. Все это не могло не ска-

заться на продуктивности колхозного производства. В тыловых районах страны средняя урожайность упала до 4,4 центнера с 1 гектара в 1942 году и до 4,2 центнера в 1943<sup>1</sup>. Резко сократились возможности заготовок сельхозпродуктов, а в результате перевода значительной части промышленности на выпуск военной продукции сократились и фонды на промышленные товары народного потребления. Тем не менее потребительская кооперация напряженно и продуктивно работала, изыскивая любые возможности для решения стоящих перед нею задач.

К началу войны потребительская кооперация имела определенные товарные запасы и денежные средства, что давало возможность пережить трудности переходного периода перестройки работы на военный лад.

Одной из важнейших задач потребительской кооперации стало оказание помощи колхозам в период сельскохозяйственных работ. С этой целью организовывалась торговая сеть на местах полевых работ с

<sup>1</sup> История Великой Отечественной войны Советского Союза. М., 1965. Т.6. С.67.

необходимым ассортиментом товаров. Райпотребсоюзы развертывали передвижные буфеты, развозную торговлю, оказывали помощь в налаживании полевого питания. Был предусмотрен завоз соли, керосина, комбинезонов, а также товаров производственного значения (вилы, грабли, лопаты, серпы, телеги, колеса и др.). Помимо этого сельские потребительские общества изыскивали возможность приобретения необходимых для села товаров – древесного угля, дегтя, деревянных кадок, лаптей. Подобная практика существовала в период всех военных лет.

В условиях обострения продовольственной проблемы руководство потребсоюзов приняло решение о мероприятиях по экономии расходов хлеба. Была проведена сплошная проверка правильности выдачи хлебных карточек по категориям и группам населения в сельских местностях. Продажа хлеба должна была производиться только по хлебным карточкам или по спискам снабжения в соответствии с установленной нормой (рабочим – 600 г. хлеба в день, служащим, иждивенцам и детям – 400)<sup>2</sup>. Категорически был запрещен отпуск хлеба по запискам, от кого бы они ни исходили. Была прекращена продажа хлеба в столовых, чайных и буфетах без карточек к обедам или к отдельным блюдам. Большую роль в обеспечении населения питанием в военное время играли столовые, которые создавались в системе облпотребсоюзов. Конечно, и предприятиям общепита приходилось преодолевать серьезные трудности, вызванные недостатком продуктов, транспорта, квалифицированных кадров и т.д. Тем не менее, оборот предприятий кооперативного общепита шел на уровне довоенных лет, а иногда и превышал его. Работа столовых была серьезным подспорьем для населения. В системе предприятий общественного питания облпотребсоюзов существовали и столовые, обслуживающие спецконтингент – остро нуждающиеся семьи военнослужащих, сирот и инвалидов Отечественной войны.

Одной из самых значительных проблем, с которыми столкнулась потребительская кооперация в военный период, было

получение фондовых промышленных товаров от предприятий. Как правило, промышленные предприятия не выполняли условия отгрузки товаров в адрес потребительской кооперации, но требовали, чтобы кооперативы вывозили свои фонды собственными средствами. Однако в условиях военного времени эти средства были крайне ограничены. Значительная часть автопарка была изъята на военные нужды, оставлены были только те машины, которые исчерпали свой ресурс или нуждались в ремонте. Большую проблему представляло и горючее для машин, которое было строго лимитировано. Поэтому основным видом транспорта в военное время стали лошади. Посылать гужевой транспорт за товарами приходилось на значительные расстояния, на десятки и сотни километров. Нередкими были случаи, когда промышленные базы не выполняли своих обязательств. Такие базы как Главсахар, Главпарфюмерия, Росглавкондитер не только не занимались отгрузкой товаров в районы, но и не упаковывали товары и не выделяли свою тару. В результате транспорт много простаивал в ожидании товаров и даже возвращался порожняком.

Непросто было получить фондовые товары даже в том случае, когда наряды давались непосредственно на промышленные предприятия. Руководство предприятий ставило условием отпуска товаров использование кооперативного транспорта для своих нужд.

Учитывая подобную ситуацию, облпотребсоюзы разрабатывали планы развития собственных предприятий по выработке товаров широкого потребления и продовольствия из местного сырья. На таких предприятиях производились: мебель, щепные товары (деревянные грабли, лапти, дуги, корыта и др.), кузнечно-ковочная продукция, жестяно-крашеная и гончарная посуда, швейная галантерея, обувь, одежда, стройматериалы. Продолжали свою работу и хлебопекарни даже, несмотря на тот факт, что они не выполняли нормы выпечки хлеба и были убыточны. Тем не менее, потребность в хлебе была настолько велика, что им выделялись дополнительные денежные ресурсы.

<sup>2</sup> Любимов А.В. Торговля и снабжение в годы Великой Отечественной войны. М., 1968. С.28.



Безусловно, одной из важнейших функций потребительской кооперации является заготовительная деятельность. Ее значение особенно повысилось в военные годы. Первостепенное внимание уделялось закупке у колхозов и сельского населения зерновых культур и картофеля (сверх обязательных поставок). Большая часть заготовленных сельхозпродуктов направлялась в Красную Армию и на нужды оборонных заводов.

Кроме того, производилась заготовка продукции села впрок. Была организована сушка картофеля, овощей, сухарей. Следует отметить, что заготовительная деятельность не ограничивалась только основными сельхозпродуктами. Шла заготовка яиц, мяса, птицы, меда, воска, дикорастущих ягод, плодов, грибов. Заготавливали шиповник и рябину для витаминных заводов, дикорастущие лекарственные растения. Помимо этого потребительская кооперация скупала пух, перо, рога и копыта, конские волосы и щетину, кленовый и березовый соки, меха и кожу. Особый контроль шел за заготовкой лома черных и цветных металлов, который рассматривался как оборонное сырье. Трудно переоценить всю эту широкую заготовительную деятельность, особенно если учесть трудности военного времени.

В годы войны уделялось внимание и развитию подсобных хозяйств, хотя продуктивность их была невысока. Обычной практикой было, когда приблизительно две трети земли засеивалось зерновыми, а остальная часть – картофелем, овощами и кормовыми культурами. Урожайность таких полей была очень низкой, что объяснялось плохой обработкой почвы и неудовлетворительным уходом за посевами. Так-

же велся откорм скота, хотя из-за дефицита кормов, его количество было незначительно. Но от подсобных хозяйств не отказывались. Даже небольшое пополнение продовольственного фонда имело значение.

Помимо своей многоплановой хозяйственной деятельности, потребкооперация не осталась в стороне и от многих патристических кампаний тех лет. Уже осенью 1941 г. в стране начался сбор теплых вещей для Красной армии. Приняла участие потребительская кооперация и в сборе средств на строительство танков и самолетов. Работники потребкооперации активно приобретали облигации Государственного займа.

В годы Великой Отечественной войны по отраслям народного хозяйства проводилось Всесоюзное социалистическое соревнование. В частности, с июля 1942 г. были разработаны условия соревнования для работников торговли и общественного питания. К этой категории относились и работники потребительской кооперации. Участники соревнования боролись за звание «Лучший райпотребсоюз», «лучшее сельпо», «лучший сельмаг». Результаты соревнований подводились ежеквартально.

Подводя итоги работы потребительской кооперации в военное время, следует отметить, что ее деятельность была многообразной и результативной. Потребкооперация сумела справиться с трудностями военного времени и успешно решить стоящие перед ней задачи.

*Ю. А. Давыдова, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.и.н.*

## ПРОБЛЕМА АПОЛИТИЧНОСТИ РОССИЙСКОЙ МОЛОДЕЖИ

Анализ состояния политической социализации молодежи показывает, что поколение 18-26-летних, как и общество в целом, достаточно фрагментировано, в том числе и по вопросу об отношении к политике. Однако причины фрагментации в молодежной среде значительно отличаются от

тех противоречий, которые резко разделяют старшее поколение. Отдельные группы молодежи отличаются друг от друга интересом к политике, уровнем включенности в политическую жизнь, ориентациями на различные идейно-политические течения современной России. Полученные в результате

социологических исследований данные о социально-политических взглядах российской молодежи показали явно выраженную преемственность поколений, которая проявляется и в жизненных планах, и в ценностных ориентациях, и в отношении к социальным проблемам и религии. Разумеется, в политических взглядах поколений «отцов» и «детей» есть определенные отличия. Но все эти различия пока не имеют характера острого антагонизма и не приводят к сверхполитизированности.

Отношение к существующей ныне в России власти носит характер достаточно нейтральный — «она есть какая есть», и с ней, вне зависимости от того, какие личности и институты ее персонифицируют, не связывается никаких ожиданий на позитивные перемены. Иначе говоря, молодое поколение относится к политике и власти как к некоторым данностям, которые не вызывают ни восторга, ни резких отрицательных эмоций. Это дает основание говорить об аполитичности российской молодежи.

Существует мнение, что аполитичность молодежи закономерный результат чрезмерной идеологизации воспитания прошлых лет, а активная политизированность граничит с патологией. Вряд ли можно согласиться с подобной позицией: если в стабильном обществе приоритеты частной жизни закономерны и естественны, то в ситуации системного кризиса социальная индифферентность молодых чревата необратимыми последствиями для будущего страны. Не менее опасна и чрезмерная политизация отдельных групп молодежи, которая приобретает черты политического и национального экстремизма

Действительно, данные социологических исследований вроде бы подтверждают это мнение. Согласно этим данным, число молодых людей, постоянно интересующихся политикой, в возрасте 18-26 лет в три раза меньше, чем у поколения их родителей (13% против 37%). Весьма высок процент полностью политически индифферентных — почти одна треть респондентов (33%). По результатам социологического опроса, проведенного в 1998 г. по поводу приверженности к какому-либо идейно-политическому движению, 41% опрошенных ответили, что какая-либо идеология им чужда. 40% опрошенных ответили, что им

безразлично, какой политический строй будет в России.

По данным социологического исследования, проведенного среди старшеклассников петербургских школ, «участие в политической жизни» в шкале ценностных суждений, предложенных в ходе анкетного опроса, заняло последнее место (это занятие привлекает лишь 6,7% опрошенных). «Политикой» интересуется лишь 16,7% опрошенных, отсюда закономерно проистекают и неопределенные политические позиции старшеклассников: лишь треть из них (34,4%) имеет сложившиеся политические убеждения (по самооценке), в то время как вдвое большее число либо вообще ими не обладает, либо никогда не задумывалось об этом (соответственно 29,5 и 37,1%).

Объяснить политическую апатию молодежи можно тем, что осуществляемые в России реформы больше всего ударили именно по молодежи, а также тем, что на протяжении последних лет отсутствует какая-либо осмысленная политика в отношении молодежи как самостоятельной социально-демографической группы. В результате формируется тотальное отчуждение молодежи от власти, которое может перерасти в активное ее неприятие. С другой стороны, определенная часть молодежи вписалась в новые условия жизнедеятельности, и ее неучастие в политике связано с тем, что она не видит необходимости что-либо кардинально менять в сложившемся укладе жизни, а также с тем, что она не рассматривает политическую деятельность в качестве значимой для себя, находя более перспективные способы самореализации.

Однако более детальный анализ полученных данных не дает основания для однозначного вывода об аполитичности молодежи. Они свидетельствуют о том, что аполитичность молодежи не имеет всеобщего характера. Больше половины (52%) молодых россиян следят за происходящими в стране событиями, 18% постоянно читают газеты. Кроме того, результаты исследования показывают, что по мере взросления, накопления социального и жизненного опыта интерес к политике растет: так, в возрасте 24-26 лет внимательно следят за политикой в два раза больше молодых людей, чем в возрасте

до 20 лет. Интерес к политике возрастает также в связи с повышением уровня образования. Особо повышенный интерес к политике проявляют определенные социально-профессиональные группы: это, прежде всего молодые военные, предприниматели, представители гуманитарной интеллигенции, а отсутствие интереса характерно для ИТР, молодых рабочих, работников торговли, жителей села, и, как ни странно, студентов.

При анализе отношения молодежи к политике следует отметить, что прямой связи между интересом к политике или его отсутствием и степенью социальной адаптированности тех или иных групп молодежи к новым условиям не прослеживается. Процент интересующихся и не интересующихся политикой достаточно равномерно распределен между группами тех, кто адаптировался, и тех, кто не нашел своего места в рыночной экономике. Вероятно, это связано с тем, что молодежь считает политику сферой, далекой от своих непосредственных интересов и жизненных планов. К наблюдению за политикой, как известно, более склонны люди старшего возраста. У молодежи имеются более интересные, с ее точки зрения, сферы общественной жизни – любовь, учеба, досуг. Только 5%

молодых людей полагают, что политики – это по-настоящему счастливые люди.

Следует учитывать, что грань между теми, кто адаптировался к новым условиям, и теми, кто не сумел занять в новой ситуации достойное место и поэтому относится к категории «неблагополучных» не является столь же отчетливой, как в старших возрастах. Вследствие этого молодежь в целом весьма оптимистично относится к своим жизненным перспективам. Пока же значительная часть молодежи (свыше 40%) находится как бы в пограничном состоянии, не относит себя ни к «выигравшим» от реформ, ни к «проигравшим». Эта часть и составляет основу так называемого «политического болота», т.е. ту часть молодежной среды, которая равнодушна к политике, к происходящим в стране политическим событиям. Это приводит к весьма значительной отстраненности от политической жизни России.

*Л.Н. Ляхова, доцент кафедры философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации, к.ф.н., доцент,  
О.В. Бражник, студент МГУ им. М.В. Ломоносова*

## СОЦИАЛЬНАЯ БАЗА И ИМИДЖ РУКОВОДИТЕЛЯ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Особое значение в формировании имиджа организации имеет имидж ее первого лица, так называемого «лидера организации». Именно от первого лица компании во многом зависит принятие важных решений, а также то, как будет воспринята компания общественностью. Именно первых лиц мы чаще всего видим в средствах массовой информации и именно от них получаем большую часть информации о функционировании организации и, следовательно, ассоциируем с ними всю деятельность организации. Таким образом, имидж руководителя является одним из основных факторов формирования имиджа организации.

Имидж руководителя – это совокупность определенных качеств, которые люди ассоциируют с определенной индивидуальностью личности. Имидж руководителя может быть позитивным, негативным и нечетким (завуалированным).

Руководитель любой организации, как правило, стремится к созданию позитивного личного имиджа, но известны случаи, когда индивидуум целенаправленно идет на создание отрицательного, скандального образа. Такой шаг, как правило, свойственен политическим, общественным деятелям, а также представителям шоу бизнеса, реже он свойственен руководителям коммерческих структур, так как в данном случае клиент задумается,

стоит ли отдавать свои деньги за товар или услугу, производимые компанией, руководитель которой имеет негативный имидж.

Таким образом, отрицательный имидж руководителя организации чаще всего только усиливает недоверие потребителей к продукту или услугам коммерческой организации. При прочих равных условиях положительный имидж руководителя организации будет являться ее конкурентным преимуществом.

Можно выделить следующие составляющие имиджа лидера - руководителя в системе потребительской кооперации:

- персональные характеристики: физические, психофизиологические особенности, характер, тип личности, индивидуальный стиль принятия решений и т.д.;

- социальные характеристики: статус руководителя организации, который включает не только статус, связанный с официально занимаемой должностью, но также и с происхождением, личным состоянием и т.д. Со статусом тесно связаны модели ролевого поведения. Также социальные характеристики включают связь лидера с различными социальными группами: с теми, интересы которых он представляет; с теми, которые поддерживают его и являются союзниками; а также с теми, которые являются его оппонентами и открытыми врагами. Социальная принадлежность в значительной мере определяет нормы и ценности, которых придерживается руководитель;

- личная миссия руководителя: своего рода конституция, выражающая стратегическое видение руководителя. Личная миссия руководителя определяет то положение, в котором он находится в данный момент, и то, чего он хочет достичь в будущем. Личная миссия руководителя является важным моментом в выработке миссии и целей организации;

- ценностные ориентации руководителя: наиболее важные предположения, принимаемые руководителем организации и оказывающие воздействие на организационную культуру организации.

Каждая из групп характеристик вносит свой вклад в формирование имиджа лидера и в различной степени поддается сознательному конструированию. Так очевидно, что персональные характеристики различаются от индивида к индивиду, и многие из них по-

чти невозможно изменить. Однако, в связи с тем, что общение лидера и общественности опосредуется СМИ, подавляющая часть нежелательных персональных качеств всячески скрывается, сглаживается или просто не попадает на глаза широкой общественности.

Одной из немногих характеристик, приобретающих в телевизионную эпоху большой вес, является внешность лидера. «По одежке встречают», - гласит старая русская пословица, и смысл ее в данном случае в том, что восприятие внешнего вида является очень существенным при первом впечатлении об индивиде. Если это восприятие оказалось положительным, то вся последующая информация будет наслаиваться на этот так называемый «скелет», независимо от того, будет она оказывать положительное или отрицательное воздействие. Главное, что основа уже создана, «первое впечатление - оно самое яркое». Но если восприятие оказалось отрицательным, то все, что будет сказано и сделано впоследствии, будет восприниматься через призму уже созданного негативного имиджа.

Для российского населения при определении симпатий и предпочтений внешность лидера, пожалуй, наиболее важна. Для примера можно проанализировать выборы президента. Большинство населения голосовало за того или иного лидера только потому, что им нравилась его внешность, манера держаться, его одежда, и мало кого интересовала предвыборная программа кандидата.

Другие качества, существенные для имиджа руководителя организации, - социальные характеристики. Они связаны с обстановкой вокруг организации. Руководитель, ориентируясь на определенную целевую аудиторию, должен стараться в то же время заручиться поддержкой как можно большего количества людей, как имеющих прямого отношения к продукции или услуге организации, так и связанных с ней косвенным образом. Он должен чутко улавливать их требования.

Также стоит обратить внимание на такую важную социальную характеристику, как семейное положение лидера организации. К сожалению, в нашей стране на протяжении 70 лет семейные ценности всячески подавлялись, и им не придавалось особого значения. Советские политические лидеры, единственные, кто имел в то время публичный имидж, тщательно скрывали от общества своих жен

и детей. Однако очень часто семейные ценности, проповедуемые лидером организации, играют важную роль в формировании его положительного имиджа. Итак, «социальные характеристики» являются достаточно подвижной частью имиджа лидера, тесно связанной с требованиями реальности. Каждый раз на основе тщательного анализа сложившейся ситуации они конструируются заново.

Следующая составляющая имиджа - это личная миссия руководителя. Руководитель организации может иметь либо не иметь такой миссии, он может также не понимать назначения миссии.

Миссия организации, по определению Томпсона и Стрикленда, отвечает на вопрос: «В чем заключается наша деятельность, и чем мы будем заниматься?». Что касается руководителя организации, то, если он не будет осознавать, в чем смысл его деятельности, он никогда не сможет создать положительный имидж управленца.

Еще одной важной составляющей имиджа являются ценностные ориентации руководителя. Базовые предположения и ценностные ориентации руководителя организации, безусловно, оказывают влияние на организационную культуру. Лидер пытается

привести организационную культуру в соответствие со своими нормами и ценностями. Этот процесс, происходящий внутри организации, формирует «внутренний» имидж руководителя, который мы рассмотрим ниже. Что касается влияния ценностных ориентаций на «внешний» имидж руководителя, то тут следует отметить аспекты национальной культуры. У различных культур существуют совершенно разные критерии положительного имиджа.

Можно предложить следующую процедуру оценки влияния вышеперечисленных характеристик на формирование имиджа руководителя. Вначале каждая организация, исходя из сложившейся ситуации во внешней и внутренней среде, методом экспертной оценки выделяет по каждой группе характеристик те факторы, которые оказывают воздействие на создаваемый образ руководителя этой организации. Полученные данные заносятся в таблицу 1. После этого определяется соответствие (или несоответствие) существующего имиджа руководителя тем факторам, которые были выделены. В таблице 1 отмечаются положительные и отрицательные качества уже существующего образа лидера. Затем необ-

Таблица 1  
Характеристики, влияющие на создание имиджа руководителя, и их соответствие характеристикам лидера в системе потребительской кооперации

Группы характеристик	Желаемые (положительные) характеристики	Соответствие характеристикам лидера	Нежелательные (отрицательные) характеристики	Соответствие характеристикам лидера
Персональные характеристики	1. Высокий рост 2. Поставленная речь 3. Умение одеваться 4. ...	1. Высокий рост 2. ...	1. Низкий рост 2. Слова-паразиты 3. Плохой вкус в выборе одежды 4. ...	1. Слова-паразиты 2. Плохой вкус в выборе одежды 3. ...
Социальные характеристики	5. Женат 6. Занятие благотворительностью 7. ...	3. Женат 4. ...	5. Холост 6. Национализм 7. ...	4. Национализм 6. ...
Личная миссия руководителя	8. Наличие миссии 9. Ориентация на будущее 10. ...	5. Наличие миссии 6. Ориентация на будущее 7. ...	8. Отсутствие миссии 9. Сиюминутная выгода 10. ....	7. ...
Ценностные ориентации руководителя	11. Честность 12. Доверие к людям 13. ...	8. Честность 9. ...	11. Алчность 12. Подозрительность 13. ...	8. Подозрительность 9. ...



ходимо выявить, какие из отмеченных факторов поддаются изменению, а какие изменить невозможно. С учетом этого, отмеченные качества, попавшие в третью и пятую колонки таблицы, заносятся в матрицу, представленную на рисунке 1. По результатам такого анализа можно дать рекомендации по дальнейшему улучшению имиджа руководителя.

Квадрант 1 включает факторы, положительно влияющие на имидж руководителя. Так как эти факторы практически невозможно изменить, необходимо постоянно отслеживать, чтобы они не начали отрицательно влиять на имидж лидера.

Факторы в квадранте 2 положительно влияют на имидж, но так как они поддаются изменению, то требуют всяческой поддержки.

С факторами в квадранте 3 необходимо бороться. Это можно сделать, если тщательно работать над собой и привлекать внешних консультантов.

Самого пристального внимания при формировании имиджа требуют факторы из квадранта 4. Хотя их и невозможно изменить самому лидеру, но их можно нивелировать с помощью PR-технологий. Например, если у человека маленький рост, его можно показывать по телевидению, снимая снизу, или в отдалении от высоких людей.

Как уже упоминалось выше, имидж руководителя можно разделить на «внутренний» и «внешний». «Внутренний» имидж характеризуется взаимоотношением руководителя и персонала организации, точнее, восприятием руководителя работниками организации. Лидер должен стремиться к формированию положительного образа у персонала, причем руководителю следует

самому работать над созданием своего имиджа. В небольшой организации руководитель имеет возможность формировать свой имидж путем прямого взаимодействия со всеми сотрудниками организации.

Сотрудники организации, как правило, хотят видеть в лице своего руководителя защитника и попечителя, готового помочь им в трудную минуту. Поэтому в легендах лучше показывать руководителя именно в этом ракурсе. Во многих организациях принято оповещать сотрудников о публичных выступлениях первых лиц на телевидении, по радио, а также о публикациях в периодических изданиях. В этих случаях формированию образа у сотрудников способствуют профессиональные консультанты по имиджу.

Формирование внутреннего имиджа важно не только для слаженной работы самой организации, но и для формирования ее «внешнего» имиджа, так как сотрудники передают свое личное восприятие руководителя во внешнюю среду. «Внешний» имидж - это восприятие руководителя внешней средой, то есть обществом в целом и теми группами людей, интересы которых оказывают влияние на деятельность организации извне.

«Внешний» имидж, в свою очередь, можно разделить на «общий внешний» имидж (восприятие личности руководителя обществом, которое не имеет непосредственного отношения к данной организации) и на «непосредственный внешний» имидж (восприятие руководителя представителями непосредственного делового окружения организации: покупателями, поставщиками, конкурентами, деловыми партнерами). Очень важно, чтобы внешний имидж

	Характеристики, положительно влияющие на имидж руководителя	Характеристики, отрицательно влияющие на имидж руководителя
Поддаются изменению	Женат Ориентация на будущее Наличие миссии 2	Слова-паразиты Плохой вкус Национализм 3
Не поддаются изменению	Высокий рост Честность 1	Национальность Подозрительность 4

Рис. 1. Характеристики лидера, положительно и отрицательно влияющие на его имидж

руководителя соответствовал состоянию дел внутри организации, не противоречил истинному положению ее бизнеса.

Необходимо отметить, что «внутренний» имидж руководителя часто отличается от его «внешнего» имиджа. Многие качества, присущие руководителям организаций, не становятся достоянием общественности и их можно выявить только при вхождении в организацию и соприкосновении со всеми организационными процессами. Очень часто новые сотрудники, нанимающиеся на работу в подчинение конкретного руководителя под воздействием имиджа, созданного средствами массовой информации, испытывают глубокое разочарование при соприкосновении с ним в работе.

Наша организация от природы женская. У нее женское лицо. Сама жизнь показывает, что женщины управляют хозяйством не хуже, а даже лучше, чем мужчины. Поэтому, в Законе о потребительской кооперации указывается, что наиболее широкое привлечение женщин для участия в органах управления и контроля является одним из принципов, на основе которых создаются и действуют потребительские общества. Так что выдвижение женщин в

органы управления и контроля кооперативных организаций – это не чья-то прихоть, а требование закона, которое неукоснительно должно проводится в жизнь. В отличие от многих зарубежных стран у нас нет дискриминации в оплате труда мужчин и женщин и предоставлении им работы. Но вот в составе руководителей доля женщин значительно меньше, чем среди работающих в потребкооперации, и эту «дискриминацию» надо искоренять.

На женщинах, помимо работы в организации или на предприятии, лежат другие дела: ведение домашнего хозяйства, воспитание детей, хождение по магазинам и т.д. кооперативные организации должны помогать им, заботиться об их социальной защищенности. А это справедливая оплата труда, создание необходимых условий для трудовой деятельности, учебы и отдыха, оказание помощи в предоставлении медицинского обслуживания, получении жилья, воспитании детей и т.д.

*А.В. Жадобов, директор Арзамасского техникума потребительской кооперации,  
В.С. Хохлова, аспирант Московского университета потребительской кооперации*

## РОЛЬ ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УПРАВЛЕНИЯ В КООРДИНАЦИИ СТРАТЕГИИ И ТАКТИКИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Эффективное в социальном и экономическом смысле хозяйствование в долгосрочной перспективе требует построения результативной системы управления и ее постоянного совершенствования. Быстро меняющаяся среда функционирования потребительских обществ, логика их развития, внутренние потребности обуславливают необходимость формирования экономического механизма, обеспечивающего гибкость системы управления.

Управление невозможно без информационного и мотивационного контура, основой которых являются экономические

методы. Аналитическая и вероятностная оценка развития событий, тенденций, выявление связей и закономерностей создают основу для принятия стратегических и текущих хозяйственных решений. Экономическое стимулирование, наряду с административными методами и системой контроля исполнения заданий, представляет собой неотъемлемый элемент экономического механизма управления организациями. Экономическая работа, таким образом, пронизывает хозяйственную и управленческую деятельность потребительских обществ.

Для осуществления управления, рассчитанного на перспективу, необходима оценка соответствия долгосрочных и краткосрочных целей кооператива объективным возникающим угрозам и возможностям. Продуманная, адекватная внешним условиям и внутренним целям постановка экономической работы, ее рациональная организация создает предпосылки для повышения эффективности управления и всей деятельности организации.

Трудности экономической работы во многом связаны с особенностями функционирования потребительских обществ, организаций потребительской кооперации в условиях нестабильности. Консерватизм и устаревший багаж отдельных руководителей организаций и работников финансовых, экономических подразделений зачастую приходит в противоречие с новыми задачами и условиями деятельности. Для преодоления этих трудностей, с одной стороны, необходима серьезная переподготовка кадров, нацеленная на овладение инструментами современного менеджмента, с другой - постепенное изменение уровня требований, предъявляемых к организации и результатам экономической работы.

Одной из важных функций экономического механизма управления организациями потребительской кооперации является координация стратегического и тактического уровня управления, процедуры транслирования приоритетов и решений стратегического характера в операционную подсистему. Экономический механизм управления призван обеспечить единство индикативных и императивных методов воздействия на исполнителей, симметрию инструментов и методов: индикативные прогнозы и планы трансформируются в директивные плановые задания, нормативы, стандарты; алгоритмы согласования дополняются алгоритмами исполнения, контроль соответствия - контролем исполнения. Динамика эндогенных переменных отражает весь комплекс воздействий индикативного и императивного характера. Безусловно, сопряжение индикативных и императивных форм воздействия на исполнителей - непростой, множественный процесс. Однако именно такой подход к управлению, по мнению автора, позволяет сформировать эффективный многоуровневый экономический механизм управления.

Развитие организаций потребительской кооперации невозможно без инвестиций. В 2001-2004 гг., благодаря широкому переходу кооперативных организаций России на уплату налога на вмененный доход, инвестиционные возможности кооперативов и потребсоюзов заметно расширились. Одновременно повысилась острота проблемы обновления основных фондов, степень износа которых во многих отраслях кооперативного хозяйства превышает 67%. Все чаще потребительские общества направляют средства на ремонт и реконструкцию объектов, зачастую в ущерб собственным оборотным средствам. Среди инвестиционных проектов преобладают быстро окупаемые проекты развития услуг, малых производств, переработки сельскохозяйственных продуктов и сырья, модернизации розничной сети. Поэтому особую роль в управлении кооперативным хозяйством в настоящее время играет процесс согласования инвестиционных возможностей и потребностей потребительского кооператива (рис.1).

Отличие предлагаемого подхода от применявшихся ранее состоит, во-первых, в использовании метода итераций - многократных повторов, «проигрывания» вариантов с измененными параметрами, во-вторых, в осуществлении шагов «встречного» характера, позволяющих сбалансировать потребности и возможности организации.

Не только экстенсивное, но и интенсивное развитие требует капиталовложений. В первом случае они необходимы для наращивания факторов производства, во втором - для разработки или приобретения новых технологий и их использования. Недостаточность капитальных вложений приводит к увеличению степени износа основных фондов, что вызывает увеличение издержек, связанных с эксплуатацией зданий, техники, оборудования, а также приводит к значительному снижению производительности, качества продукции.

Капиталовложения в основные фонды, как известно, не дают моментальной отдачи, срок их окупаемости измеряется годами. В условиях экономической нестабильности такие инвестиции сопряжены с риском. Отмеченные факторы не только оказывают существенное влияние на инвестиционную активность экономических субъектов, но и обуславливают заметные

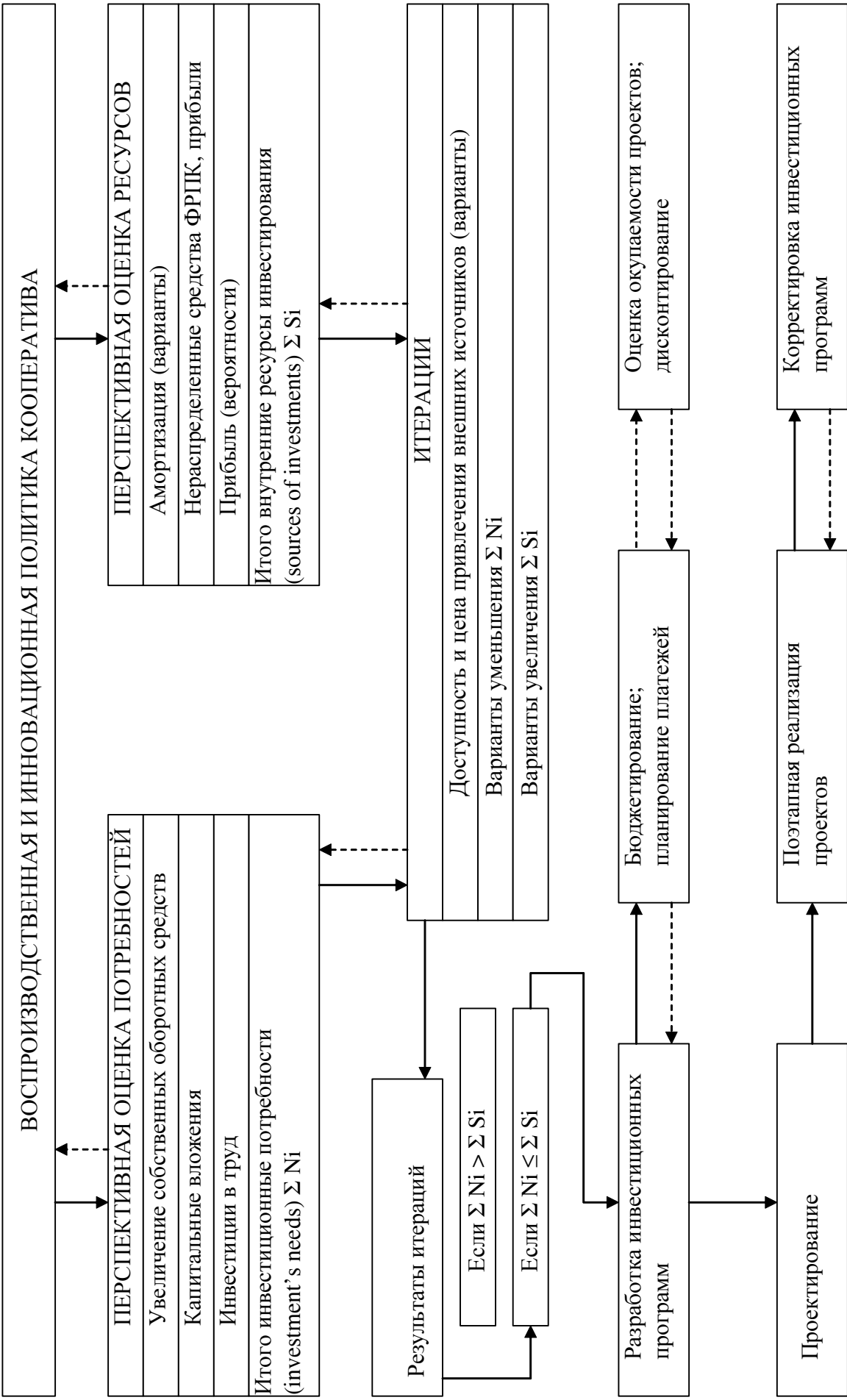


Рис. 1. Процесс согласования инвестиционных возможностей и потребностей потребительского кооператива

структурные сдвиги между различными источниками инвестиций и направлениями их использования.

Стратегия развития кооператива нуждается в экономическом обосновании по следующим позициям: выбор приоритетных видов деятельности на длительную перспективу, определение основных параметров их жизненного цикла, оценка потребности в инвестициях с учетом фактора времени и, наконец, оценка экономической эффективности инвестиций. Эта работа затруднена наличием так называемого «фактора неопределенности» - резко возрастает риск принятия ошибочных решений в жизненно важных для организации вопросах развития. Поэтому экономическое обоснование инвестиционных решений выходит на первый план.

На первом этапе итеративных процедур согласования необходимо оценить внутренние инвестиционные возможности на планируемый период и, одновременно, проработать различные направления капиталовложений. В случае, если инвестиционные потребности превышают возможности - это наиболее распространенная и естественная ситуация - необходимо изучить возможности привлечения внешних источников инвестирования, а также осуществить ряд итераций, позволяющих сбалансировать ресурсы и потребности. Особую важность процедура согласования имеет применительно к различным участникам процесса - функциональным подразделениям, отраслевым структурам, интересы которых не всегда совпадают, а зачастую противоречат.

Алгоритм включает в себя ряд этапов: оценки ожидаемого размера амортизации и прибыли, направляемой на цели накопления; обоснования оптимального распределения капиталовложений по отраслям и видам основных средств; оценки окупаемости капиталовложений.

Источником чистых инвестиций является прибыль, остающаяся в распоряжении организации после уплаты налогов и других обязательных платежей. Другим источником инвестиций служат амортизационные отчисления, включаемые в состав текущих затрат и относимые на результаты хозяйственной деятельности до налогообложения. Валовые или совокупные инвестиции представляют собой сумму средств, вкладываемых в развитие, как за счет прибыли, так и за счет амортизации.

Амортизационная политика оказывает непосредственное влияние на выгодность замещения труда и капитала, так как изменяет цену капитала, измеряемую по удельным затратам основных и оборотных средств. Если результативность инвестиций оценивать с позиций повышения производительности труда и капитала, необходимо учитывать влияние этого фактора. Существует и обратная связь: с увеличением капиталовложений возрастает сумма амортизации, соответственно снижается норма текущей прибыли, что также должно быть учтено при проведении анализа. Таким образом, срок эксплуатации основных фондов и срок окупаемости капиталовложений связаны и могут рассматриваться как в качестве факторного, так и результативного признака.

Процесс планирования капитальных вложений должен основываться как на генетическом, так и на целевом подходе к разработке планов. Генетический метод наиболее адекватен для планирования инвестиционных возможностей предприятия. Целевой метод в большей степени соответствует потребностям распределения капитальных вложений.

Прогнозирование прибыли, как источника капитальных вложений, содержит в себе два укрупненных блока. Первый из них связан с оценкой ожидаемого уровня доходов, издержек, размера налоговых выплат. Второй отражает стратегию кооператива в сфере накопления и потребления: степень эксплуатации труда, структуру доходов и т.п. Развитие организации зависит не только от нормы прибыли, но и от доли накопления в общей массе прибыли. На этом этапе проявляется не только генетический, но и целевой подход к планированию: необходимо оценить потребность в капиталовложениях с позиции жизненного цикла видов деятельности, продуктов и объектов с учетом избранных приоритетов. Во многом управленческие решения на этом этапе зависят от сложившихся и ожидаемых показателей фондорентабельности по отраслям.

Оценка ожидаемой эффективности капиталовложений ориентирована на результаты, которые принесут вложенные средства. Чтобы привести показатели выплат и поступлений, приходящихся на разные периоды инвестиционного цикла к сопостави-



тому по времени виду, применяется метод оценки дисконтированной стоимости.

Необходимо учитывать, что одним из факторов, обеспечивающих эффективность капиталовложений, является позитивное воздействие инвестиций на величину эксплуатационных издержек. Это воздействие может выражаться в повышении величины покрытия вследствие роста объема реализации или в снижении издержек вследствие модернизации производства.

В процессе принятия инвестиционных решений роль могут сыграть не только экономические факторы. В потребительских кооперативах - некоммерческих организациях - в качестве одного из критериев рассматривается создание рабочих мест, решение социальных проблем пайщиков, сельского населения.

Таким образом, применение процедуры согласования инвестиционных возможностей

и потребностей потребительского кооператива создает предпосылки для планомерного распределения капиталовложений по отраслям и видам основных средств с учетом имеющихся ограничений. Управление инвестициями предполагает реализацию всех функций менеджмента применительно к такому специфическому объекту как капиталовложение. Планирование, мотивация, организация, коммуникация и контроль представляют собой единый комплекс управления, поэтому параллельно необходимо совершенствовать методы нормирования, директивного планирования и контроля, что в совокупности позволит повысить эффективность использования ресурсов потребительской кооперации.

*А.Н.Лебедев, проректор  
Московского университета  
потребительской кооперации,  
к.э.н., профессор*

## ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ РЕСУРСОВ ТРУДА В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РОССИИ

Конкурентоспособность организаций потребительской кооперации во многом зависит от динамики производительности труда и затрат, связанных с трудовыми ресурсами. Труд в потребительской кооперации имеет ряд характерных особенностей, связанных с ее организационной структурой, многоотраслевой деятельностью кооперативов, демократическими принципами управления. Качество труда, следовательно - состав и подготовка кадров, мотивация и контроль - в современных условиях выходят на первый план, во многом определяя эффективность использования ресурсов труда и, в целом, деятельности организаций потребительской кооперации.

Среднегодовая численность работников в потребительской кооперации России сокращается. В период 1992-1998 гг. сокращение числа занятых было вызвано снижением объемов деятельности и недостатком средств на оплату труда - за этот период объемы реализации продукции, услуг в сопоставимых ценах сократились на 45-55% (по видам продукции) в кооперативной

промышленности, на 70-80% - в торговле и общественном питании, в десять и более раз - в заготовительной отрасли.

Вместе с тем, в силу объективных причин темпы снижения числа работающих заметно отставали от темпов сокращения объемов, а затраты на содержание - особенно в части обязательных платежей от заработной платы - росли. Показатели эффективности использования трудовых ресурсов в этих условиях резко снизились, достаточно отметить, что в кооперативной промышленности - сравнительно благополучной отрасли кооперативного хозяйства - показатели выработки за этот период снизились в среднем на две трети к уровню 1990 года. Динамика среднегодовой численности работников, не всегда коррелирующая с динамикой объемов реализации товаров, продукции, услуг обуславливает изменение показателей производительности труда.

В 1999-2003 гг. наблюдалось сокращение числа работников, но уже на фоне возрастающих объемов деятельности. Совокуп-

ный объем деятельности предприятий всех отраслей за этот период возрос на 29,3% в сопоставимых ценах, в то время как среднегодовая численность работающих сократилась на 12,2%. Производительность труда за этот период повысилась на 47,2% - до 164,9 тыс.руб. на одного работника в 2003 г. по сравнению с 112,0 тыс.руб. в 1999 г. в сопоставимых ценах. Эта тенденция сохранилась в 2003 году: число работников сократилось на 4,6%, в то время как объемы деятельности увеличились в среднем на 2,3%, что обусловило повышение производительности труда на 7,3%.

Наиболее высокий удельный вес в общей численности работающих занимают две отрасли - торговля и производство товаров народного потребления. В целом по потребительской кооперации Российской Федерации доля работников торговли составляет 44,1%. В союзах потребительских обществ Центрального округа наиболее высокий удельный вес работников этой отрасли наблюдается в Ярославской и Воронежской области - 53,1-55,9%, самый низкий - в Тульской, Орловской, Липецкой областях - 37,6-41,7% общего числа занятых. В системе Тульского облпотребсоюза - наиболее высокий удельный вес работников производства - 20,4%, а в Ярославском потребсоюзе самый низкий - 8,7%.

Эти показатели во многом отражают приоритеты кооператоров в развитии традиционных и новых видов деятельности, и, в определенной мере, насыщенность и возможности развития регионального рынка товаров и услуг.

Важную роль в формировании результатов и затрат труда играют работники ап-

парата управления кооперативов и потребсоюзов (табл.2).

В среднем в потребительской кооперации России управленческие работники занимают 15,4% общего числа работающих. Наиболее низкое значение показателя среди регионов Центрального округа наблюдается в потребительской кооперации Смоленской области - 14,1%, где рентабельными являются все без исключения потребительские общества, наиболее высокое - 20,5% - в проблемном Тульском потребсоюзе. Следует учитывать число крупных и мелких юридических лиц, так как каждое юридическое лицо требует аппарата управления. Так, в Смоленской области средний оборот в расчете на одну организацию составляет 67,5 млн.руб., а в Тульской - 23,6 млн.руб. Неоправданно высокая доля работников аппарата управления, как правило, ухудшает показатели экономической эффективности. Немаловажное значение имеет тот факт, что средняя заработная плата работников аппарата управления, как правило, выше, чем зарплата оперативного персонала.

Научный интерес представляет сопоставление показателей динамики объемов деятельности, числа работников и средней заработной платы (табл.3). В целом по Российской Федерации средняя заработная плата работников потребительской кооперации за 1999-2003 гг. возросла в 1,91 раза.

Относительно высокие темпы повышения заработной платы в потребительской кооперации во многом связаны с тем, что ее фактический размер низок. Средний по стране размер заработной платы в 2003 г. составил 5509 руб. в месяц, а в системе Центрального союза потребительских обществ -

Таблица 1

Динамика агрегированных показателей выработки в расчете на одного работника в потребительской кооперации Российской Федерации в 1999-2003 гг.

№	Показатели	1999	2002	2003	Индекс роста	
					2003/1999	2003/2002
1.	Совокупный объем деятельности в ценах 1999 г., млн. руб.	50039	63245	64700	1,293	1,023
2.	Численность работников, человек	446818	411439	392406	0,878	0,954
3.	Выработка в сопоставимых ценах, тыс. руб.	112,0	153,7	164,9	1,472	1,073

лишь 2710 руб. Такое заметное отставание во многом связано с тем, что организации потребительской кооперации в основном работают в сельской местности, где уровень безработицы в среднем выше, а доходы населения - ниже средних значений.

Потребительские кооперативы активно участвуют в решении проблем занятости - 11,7 млрд.руб. в течение года выплачено кооперативами в качестве заработной платы работникам. Вместе с тем, закупая дикорастущие грибы, ягоды, лекарственно-

Таблица 2  
Доля работников аппарата управления в общем числе работников в потребсоюзах Центрального федерального округа в 2003 г.

Союзы потребительских обществ	Всего	Аппарат управления	Удельный вес
Белгородский	5459	913	16,7
Брянский	8629	1504	17,4
Владимирский	6569	1131	17,2
Воронежский	9901	1731	17,5
Ивановский	2678	504,5	18,8
Калужский	3250	520	16,0
Курский	4886	966	19,8
Липецкий	6892	1344	19,5
Орловский	5710	940	16,5
Смоленский	6813	964	14,1
Тамбовский	4064	700	17,2
Тверской	8199	1547	18,9
Тульский	3865	793	20,5
Ярославский	4240	708	16,7
По системе Центросоюза РФ	392406	60507,8	15,4

Таблица 3  
Индексы роста, характеризующие динамику агрегированных показателей по труду в потребсоюзах Центрального федерального округа в 1999-2003 гг.  
(в ценах 1999 года)

Союзы потребительских обществ	Совокупный объем деятельности		Численность работников		Среднемесячная заработная плата с учетом социальных выплат, рублей	
	2003/2002	2003/1999	2003/2002	2003/1999	2003/2002	2003/1999
Белгородский	1,000	0,964	0,871	0,710	1,144	2,052
Брянский	1,150	1,036	0,960	0,791	1,221	1,863
Владимирский	1,089	1,000	0,949	0,993	1,146	1,576
Воронежский	1,159	1,059	0,896	0,705	1,168	1,913
Ивановский	1,653	1,113	1,011	0,922	1,145	2,111
Калужский	1,474	1,097	0,942	0,837	1,191	1,876
Курский	1,009	1,125	0,939	0,728	1,274	2,022
Липецкий	1,016	1,009	0,936	0,861	1,212	1,724
Орловский	0,948	1,097	0,995	0,887	1,182	2,037
Смоленский	1,612	1,075	1,012	1,123	1,179	2,223
Тамбовский	0,974	0,983	0,908	0,690	1,180	1,644
Тверской	1,160	1,065	0,953	0,866	1,238	2,100
Тульский	0,972	0,934	0,878	0,773	1,175	2,050
Ярославский	1,293	1,097	0,991	0,904	1,217	1,979
По системе Центросоюза РФ	1,293	1,023	0,954	0,878	1,201	1,910

техническое сырье и продукцию личных подсобных хозяйств, потребительская кооперация способствует выравниванию дифференциации доходов людей, обеспечивает дополнительным источником доходов - более 9 млрд.руб. в год - жителей села.

Социальная работа и социальная ответственность для кооператоров являются бесспорным приоритетом. В сельских районах потребительские кооперативы являются крупными работодателями и во многом обеспечивают занятость сельских жителей. Всего по системе потребительской кооперации России за период 1999-2003 гг. создано более 90 тысяч новых рабочих мест. В расчете на один административный район в Центральном округе по этому показателю лидирует кооперация Владимирской области, где ежегодно создается более 400 рабочих мест. В целом по системе Центрального союза потребительских обществ России на временную, сезонную работу в 2003 году было принято более 30 тысяч работников, за период 1999-2003 гг. - более 157 тысяч человек. Развивается сотрудничество организаций потребительской кооперации со службами занятости, когда переподготовку и трудоустройство работников частично осуществляется за счет средств бюджета. В целом по системе Центросоюза России число занятых на общественных работах в 2000-2003 гг. составило более 20 тыс. человек.

Реализация программ социальной направленности, в свою очередь, повышает

общественную значимость потребительской кооперации, способствует привлечению новых пайщиков, увеличению масштабов деятельности, укрепляя социальную основу функционирования кооперативов, способствуя расширенному воспроизводству ресурсов и социальной базы кооперации.

Интерпретируя полученные результаты, следует заметить, что эффективность использования трудовых ресурсов во многом определяет результаты деятельности организаций потребительской кооперации, соответственно возрастает роль стратегического управления, мотивации, планирования показателей по труду на среднесрочную перспективу.

Одна из задач образовательных учреждений потребительской кооперации в этой связи состоит в обеспечении условий повышения эффективности труда работников потребительских обществ. Решение этой задачи обуславливает необходимость переподготовки и повышения квалификации кадров в области новых технологий, методов работы, совершенствования управления трудовыми ресурсами и повышения эффективности использования экономического потенциала организаций потребительской кооперации.

***В.В. Лупенко, начальник управления социально-экономического развития Московского университета потребительской кооперации***

## **УЧЕТ РАСЧЕТОВ ПО ТАМОЖЕННЫМ ПЛАТЕЖАМ ПРИ ИМПОРТЕ ТОВАРОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

Согласно установленного порядка обязательства по уплате таможенных платежей возникают у импортера в момент пересечения товарами таможенной границы и подлежат исполнению до принятия или одновременно с принятием грузовой таможенной декларации (ГТД), но не позднее 15 дней после поступления товаров на таможенную (при уплате НДС и акцизов). Если товары при-

обретены не для коммерческих целей, то платежные обязательства должны исполняться одновременно с принятием ГТД.

Уплата таможенных платежей (кроме сбора за таможенное оформление) производится по выбору импортера в рублях или в иностранной валюте. В случаях при пересчете иностранной валюты в рубли используется курс ЦБ РФ, действующий на день принятия ГТД.

Обязанность по уплате таможенных платежей считается исполненной с момента:

- списания денежных средств со счета импортера в банке;

- внесения наличных денежных средств в кассу таможенного органа;

- зачета излишне уплаченных (взысканных) таможенных платежей, а если он производится по инициативе плательщика,
- с момента принятия заявления о зачете;

- зачета авансовых платежей или денежного залога, а если он производится по инициативе плательщика, - с момента получения таможенным органом распоряжения о зачете;

- зачета денежных средств, уплаченных банком, иной кредитной организацией либо страховой организацией в соответствии с банковской гарантией или договором страхования, а также поручителем в соответствии с договором поручительства;

- обращения взыскания на товары, в отношении которых не уплачены таможенные платежи, либо на предмет залога (иное имущество плательщика), если размер сумм указанных денежных средств не менее суммы задолженности по уплате таможенных платежей.

Особенностью в учете является то, что суммы уплачиваемых пошлин, акцизов и сбора за таможенное оформление участвуют в формировании фактической себестоимости приобретения импортных товаров, а суммы НДС подлежат вычету из общей суммы данного налога, подлежащей уплате в бюджет (п. 2 ст. 171 НК РФ).

#### **Методика учета расчетов по таможенным пошлинам**

В бухгалтерии райпо так же как и в других организациях, учет расчетов с бюджетом по таможенным пошлинам ведется на счете 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсчет «Расчеты с бюджетом по ввозным таможенным пошлинам».

Налоговой базой для исчисления пошлин является таможенная стоимость импортных товаров. При этом сумма пошлины, подлежащей уплате в бюджет, определяется как произведение таможенной стоимости на соответствующую ставку.

Методом расчета таможенной стоимости является цена сделки с ввозимыми товарами, согласно которому таможенную стоимость образуют контрактная стоимость импортных товаров и расходы по их приобретению, в том числе (п. 1 ст. 19 Закона РФ от 21.05.93

5003-1 «О таможенном тарифе»):

- расходы по доставке товаров до аэропорта, порта или иного места ввоза на таможенную территорию РФ (транспортные расходы, расходы по погрузке, выгрузке, перегрузке и перевалке товаров, страховые суммы);

- брокерские комиссионные вознаграждения, за исключением комиссионных по закупке товаров;

- стоимость контейнеров и/или другой многооборотной тары, если в соответствии с Товарной номенклатурой внешнеэкономической деятельности (ТН ВЭД) они рассматриваются как единое целое с оцениваемыми товарами;

- стоимость упаковки, включая стоимость упаковочных материалов и работ по упаковке, и др.

Уплата в бюджет таможенной пошлины сопровождается записью на основании выписки банка:

Дт сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсч. «Расчеты с бюджетом по ввозным таможенным пошлинам»

Кт 51 «Расчетные счета»,

52 «Валютные счета»,

субсч. «Текущий валютный счет» и др.

При авансовой форме расчетов на основании выписки банка делаются следующие записи:

Дт сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

субсч. «Расчеты с таможенным органом по выданным авансам»

Кт 51 «Расчетные счета», 52 «Валютные счета»,

субсч. «Текущий валютный счет» и др.

После получения от таможенного органа распоряжения о зачете авансовых платежей в бухгалтерии делается запись:

Дт сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсч. «Расчеты с бюджетом по ввозным таможенным пошлинам»

Кт сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами»

субсч. «Расчеты с таможенным органом по выданным авансам».

При включении ввозной пошлины в фактическую себестоимость импортных товаров делают запись:

Дт сч. 15 «Заготовление, приобретение материальных ценностей», 41 «Товары», 10 «Материалы», 07 «Оборудование к установке», 44 «Расходы на продажу» и др.

Кт сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам»,



субсч. «Расчеты с бюджетом по ввозным таможенным пошлинам».

**Методика учета таможенных сборов за таможенное оформление**

Согласно постановлению Правительства РФ от 28.12.2004 863 пересмотрены ставки таможенных сборов, которые теперь будут применяться минимально 500 руб. и максимально 100 тысяч рублей.

Методика учета таможенных сборов за таможенное оформление значительно отличается от методики учета таможенной пошлины.

Прежде всего, тем, что учет расчетов с таможенным органом по сбору ведется на счете 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсчет «Расчеты с таможенным органом по таможенным сборам».

Приведенные операции отражены следующими записями:

Уплатив сбор, в бухгалтерии импортера делают следующую запись:

Д-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсчет «Расчеты с таможенным органом по таможенным сборам».

К-т сч. 51 «Расчетные счета», 52 «Валютные счета», субсчет «Текущий валютный счет».

После признания расходов в связи с уплатой таможенного сбора за таможенное оформление делается запись:

Д-т сч. 41 «Товары», 10 «Материалы», 07 «Оборудование к установке» и др., 44 «Расходы на продажу» (для торговых операций, включающих затраты по заготовке и доставке импортных товаров в состав расходов на продажу),

Содержание операции	Сумма, руб.	Корреспонденция счетов (субсчетов)	
		Д-т	К-т
Приняты к учету приобретенные товары в связи с переходом права собственности на них (100000 евро - 34,34 руб.)	3434000	41-13	60
С расчетного счета уплачена ввозная таможенная пошлина (100000 евро – 15% - 34,01 руб.)	510150	68	51
Уплачен таможенный сбор за таможенное оформление груза:			
в рублях 100000 евро – 34,01 – 0,1%	3401	76	51
в валюте 100000 евро – 34,01 – 0,05 %	1700	76	52-2
Включены в фактическую себестоимость приобретенных товаров:	510150	41-13	68
ввозная таможенная пошлина таможенный сбор (3401 руб.+1700 руб.)	5101	41-13	76
С расчетного счета уплачен НДС (на таможене) [(100000 евро *34,01)+510150+5101]*18%	704925	68	51
Отражен НДС, уплаченный таможенному органу	704925	19-5	68
Произведен налоговый вычет НДС, уплаченного на таможене и относящегося к принятым на учет импортным товарам	704925	68	19-5
Начислена задолженность перевозчику по транспортной услуге:			
на стоимость доставки без НДС	152542	41-13	60
на сумму НДС	27458	19-3	60
С текущего валютного счета перечислена задолженность экспортеру (100000 евро – 34,58 руб.).	3458000	60	52-2
Отражена отрицательная курсовая разница между ЦБ РФ на дату принятия к учету импортных товаров [100000 евро (34,58руб. – 34,34руб.)]	24000	91-2	60
С расчетного счета перечислена задолженность перевозчику	180000	60	51
Принята к вычету сумма «входящего» НДС, относящегося к оплаченной транспортной услуге	27458	68	19-3
Принят к учету товар по фактической себестоимости (3434000+510150+5101+152542)	4101793	41	41-3

К-т сч. 76 «Расчеты с разными дебиторами и кредиторами», субсчет «Расчеты с таможенным органом по таможенным сборам»

Так, например, Райпо Тверского облпотребсоюза приобрело на внешнем рынке 500 стиральных машин по цене 200 евро за единицу. Контрактная стоимость всей партии составляет 100000 евро. Поставка товаров произведена на условиях контракта, где предусмотрено, что расходы по их перевозке и страхованию до таможенного склада в Москве несет продавец. Стоимость транспортной услуги по доставке товаров из Москвы до склада импортера в Твери – 180000 руб. (в том числе НДС 27458 руб.) По условиям контракта право собственности на товар переходит к импортеру на границе. Товар пересек границу 01.08.04. и поступил на склад импортера 05.08.04. При таможенном оформлении 02.08.04. уплачены: таможенная пошлина (15%), НДС (18%). Расчеты с продавцом и перевозчиком произведены 07.08.04. Официальный курс евро составил: на дату пересечения границы - 34,34 руб., таможенного оформления - 34,01 руб., поступления на склад импортера - 34,20 руб., расчетов с продавцом и перевозчиком - 34,58 руб. Согласно учетной политике оценка импортных товаров производится по фактической себестоимости приобретения.

#### **Учет расчетов по НДС на импортные товары**

В бухгалтерии организации информация о налоговых обязательствах перед бюджетом по НДС формируются на счете 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсчет «Расчеты с бюджетом по НДС при импорте товаров» как разница между суммами начисленного и возмещенного налога.

Как правило, основой для начисления НДС является таможенная стоимость импортных товаров, к которой добавляется таможенная пошлина, а по подакцизным товарам также и сумма акциза. Ставки НДС применяются в зависимости от вида ввозимого товара в соответствии со ст. 164 НК РФ в порядке, определенном Инструкцией о порядке применения таможенными органами Российской Федерации налога на добавленную стоимость в отношении товаров, ввозимых на территорию Российской Федерации, утвержденной приказом ГТК России от 07.02.01. 131.

При внесении в бюджет НДС делаются следующие записи:

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсчет «Расчеты с бюджетом по НДС при импорте товаров»,

К-т сч. 51 «Расчетные счета», 52 «Валютные счета»,

субсчет «Текущий валютный счет» и др.

Согласно п. 1 ст. 172 НК РФ суммы НДС, фактически уплаченные при ввозе товаров, подлежат вычету из бюджета после принятия на учет соответствующих товаров независимо от факта их оплаты поставщику. Основанием для совершения этой операции являются ГТД и платежные документы, подтверждающие уплату налога.

В случаях уплаты НДС в иностранной валюте, то к вычету принимается сумма, определяемая в рублевом эквиваленте по курсу ЦБ РФ, действующему на дату начисления налога (п. 45 Методических рекомендаций по применению главы 21 «Налог на добавленную стоимость» Налогового кодекса Российской Федерации, утвержденных приказом МНС России от 20.12.2000 БГ-3-03/447).

При вычете НДС отражается записью:

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсчет «Расчеты с бюджетом по НДС при импорте товаров»

К-т сч. 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям», субсчет «НДС по импортным товарам»,

В отдельных случаях уплата налога в бюджет может производиться без последующего вычета при:

- ввозе товаров с целью производства и/или реализации товаров (работ, услуг), не облагаемых НДС либо не являющихся объектами налогообложения;

- ввозе товаров, предназначенных для реализации за пределами Российской Федерации;

- ввозе товаров организациями, не являющимися плательщиками НДС либо освобожденными от обязанностей налогоплательщика.

В этих случаях суммы НДС, уплаченные импортером на таможне, подлежат включению в фактическую себестоимость приобретенных товаров.

#### **Учет расчетов с бюджетом по акцизам**

В бухгалтерии информация о расчетах с бюджетом по акцизам формируется

на счете 68 «Расчеты с бюджетом по акцизам при импорте».

При ввозе подакцизных товаров на таможенную территорию Российской Федерации налоговая база определяется:

- по подакцизным товарам, в отношении которых установлены твердые (специфические) налоговые ставки (в абсолютной сумме на единицу измерения) – как объем ввозимых подакцизных товаров в натуральном выражении;

- по подакцизным товарам, в отношении которых установлены адвалорные (в процентах) налоговые ставки - как сумма их таможенной пошлины.

По общему правилу, акцизы, уплачиваемые на таможне, должны включаться в фактическую себестоимость импортных товаров, которые отражаются записями:

Д-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсчет «Расчеты с бюджетом по акцизам при импорте»

К-т сч. 51 «Расчетные счета», 52 «Валютные счета»,

субсчет «Текущий валютный счет» и др.

При включении акцизов в фактическую себестоимость товаров делают запись:

Д-т сч. 41 «Товары», 10 «Материалы», 07 «Оборудование к установке»,

15 «Приобретение и заготовление мате-

риалов» и др.

К-т сч. 68 «Расчеты по налогам и сборам», субсчет «Расчеты с бюджетом по акцизам при импорте»

В случаях если подакцизные товары закуплены на внешнем рынке с целью производства подакцизной продукции, то суммы акцизов уплаченных на таможне, возмещаются из бюджета. На основании п. 3 ст. 201 НК РФ импортер получает право на налоговый вычет при условии списания ввезенных материальных ценностей в производство и реализации произведенной подакцизной продукции покупателям.

В бухгалтерии учет операций, связанных в бухгалтерском учете операций, отражается на счете 19 «Налог на добавленную стоимость по приобретенным ценностям», субсчете «Акцизы по оплаченным материальным ценностям», а порядок признания и списания таких сумм аналогичен учету НДС.

*А.П. Бархатов, зав. кафедрой бухгалтерского учета Московского университета потребительской кооперации, д.э.н., профессор,  
О.С. Эзопова-Сорокина, и.о. зав. кафедрой бухгалтерского учета Химкинского филиала Московского университета потребительской кооперации*

## **ПРИОРИТЕТ ИНТЕРЕСОВ ПАЙЩИКОВ В СТРУКТУРЕ РЕЗУЛЬТАТОВ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ**

Одним из признаков целенаправленного управления является ориентация действий подразделений, сотрудников организации на результат. В практике хозяйственной деятельности при формировании такой системы управления возникает ряд проблем. Во-первых, для реализации стратегических целей организации, поставленных учредителями - применительно к деятельности кооперативов - пайщиками, необходимы инструменты их детализации, транслирования на исполнительный уровень управления с тем, чтобы частные цели и интересы каж-

дого сотрудника не противоречили стратегическим целям организации. Во-вторых, операционная система большинства организаций производственной и непроизводственной сферы отличается определенной инерцией, во многом обусловленной причинами технологического порядка. В том случае, если система управления выполняет функцию отслеживания противоречий между внешним миром и организацией, возникает проблема преодоления инерции производственной деятельности под влиянием импульсов из внешней среды.

Термин «результат» трактуется экономистами неоднозначно. Отдельные авторы рассматривают результат как «выход» системы: «Результатом является измеренный или оцененный объем продукции, произведенной в процессе функционирования системы»<sup>1</sup>. Другая позиция состоит в том, что результат представляет собой «разницу между полезной частью выпуска системы и использованными ресурсами»<sup>2</sup>. Иные авторы рассматривают результат с позиций «удовлетворения общественных потребностей в тех или иных благах, то есть увеличение совокупной общественной полезности»<sup>3</sup>.

На наш взгляд, целесообразно выделить две группы результатов деятельности организации: с одной стороны, это финансовые итоги деятельности организации, имеющие количественное выражение, с другой стороны - социальные последствия деятельности для участников - в широком смысле - и контрагентов организации. Применительно к деятельности потребительских кооперативов целесообразно выделить участников и контрагентов, являющихся носителями определенных интересов (табл.1).

Исходя из сущности потребительской кооперации, приоритетными для таких организаций являются интересы пайщиков - учредителей потребительских кооперативов. Для большинства из них важны как экономические, так и социальные результаты функционирования кооперативов. В том и другом смысле это результаты, повышающие качество жизни жителей села, обеспечивающие удовлетворение материальных и нематериальных потребностей.

Часть результатов деятельности кооперативов, в том числе создание условий для экономической и социальной активности, обеспечение занятости, важны как для пайщиков, так и для общества в целом.

Для большинства контрагентов, формирующих микросреду деятельности кооперативов, важны результаты финансово-экономического характера, стабильность и финансовая устойчивость организаций потребительской кооперации.

Такие результаты деятельности, как рост масштабов, являются, по сути, универсальными, так как соответствуют интересам большинства участников и контрагентов потребительских кооперативов. Другие интересы и, следовательно, результаты, не совпадают - например, рост заработной платы работников, увеличение кооперативных выплат, практика бонусов и рост финансовых результатов деятельности не могут быть удовлетворены одновременно при ограниченных доходах, необходим выбор между потреблением и накоплением.

Приоритет результатов социального характера определен Концепцией развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года и Программой развития на 2004-2007 гг. Центральный союз потребительских обществ России предпринимает значительные усилия, направленные на увеличение масштабов социальной поддержки пайщиков, жителей села, в том числе применяя практику доведения ежегодных индикаторов социального развития по регионам с последующим контролем в рамках индикативной подсистемы управления. Эта работа дает ощутимые результаты - в потребительских обществах и потребсоюзах, входящих в состав Центросоюза России, затраты на реализацию социальной миссии и соответствующие результаты в виде бесплатных услуг для населения, реализацию товаров по ценам ниже себестоимости и пр. в настоящее время достаточно масштабны.

В целом по системе Центросоюза Российской Федерации в 2003 году на реализацию программ социальной поддержки жителей села израсходовано более 36,6 млрд. руб., из них лишь 825 млн. руб. в рамках реализации федеральной программы социального развития села. Более 2,3 млрд. руб. средств потребительских кооперативов направлено непосредственно на социальную поддержку пенсионеров, инвалидов, неимущих и организацию досуга сельских жителей.

Органы государственного управления, как правило, оценивают в основном размер

<sup>1</sup> Коловай В.Г. Вопросы управления результативностью производственно-сбытовой системы. С.26

<sup>2</sup> Смирнов Э.А. Основы теории организации. С.123

<sup>3</sup> Гайнанов Д., Зацнашев Н. Принятие управленческих решений на основе показателей эффективности. С.58

Таблица 1

Интересы и результаты участников и контрагентов потребительского кооператива

Участники и контрагенты	Интересы	Результат
1. Участники		
1. Пайщики	Качество жизни, удовлетворение материальных и социальных потребностей	Обеспечение товарами, услугами, привлечение пайщиков к управлению, экономия издержек потребления
	Сохранение и умножение капитала	Кооперативные выплаты, бонусы, рост масштабов
3. Работники (персонал)	Высокая заработная плата	Рост заработной платы
	Уровень социальной защищенности	Занятость, социальное обеспечение
	Условия труда	Постоянная работа, гарантия занятости, безопасность
в т. ч. аппарат управления	Финансовая устойчивость и темпы развития организации	Получение и распределение доходов, рост масштабов
	Вознаграждение, независимость, власть	Продвижение по службе, расширение сферы самостоятельных решений, рост индивидуальных доходов
2. Контрагенты		
1. Государство и общество	Создание рабочих мест, формирование инфраструктуры рынка	Число занятых, наличие объектов социальной инфраструктуры
	Экономическая активность населения	Уровень безработицы, дифференциация доходов населения
	Формирование доходной части бюджетов	Размер налоговых поступлений
	Защита окружающей среды и интересов граждан	Безопасность производства, качество продукции
2. Поставщики	Устойчивый сбыт продукции	Платежеспособность, финансовая устойчивость
	Стабильность договорных связей	Рост объемов реализации
3. Кредиторы	Доходы	Масштаб кредитования, размер процентных ставок.
	Гарантии возврата кредита	Ликвидность, платежеспособность, сроки возврата
4. Потребители	Качество жизни. Выбор качественных товаров, услуг, низкие цены.	Ассортимент товаров и услуг, уровень розничных цен

налоговых поступлений в бюджет - организации потребительской кооперации в 2003 году направили в бюджеты всех уровней более 8,2 млрд. руб. Однако необходимо учитывать, что потребительская кооперация частично берет на себя функции государства, реализуя программы по развитию бесплатных услуг, чайных столов, библиотек, детских игровых площадок и многого другого.

Потребительские кооперативы активно участвуют в решении проблем занятости - 11,7 млрд. руб. в течение года выплачено кооперативами в качестве заработной платы работникам.

Так реализуется социальная ориентация потребительской кооперации, обеспе-

чивается приоритет интересов пайщиков, потребителей в деятельности потребительских кооперативов. Научный интерес в этой области представляет, во-первых, проблема выбора показателей, характеризующих соответствующие критерии, во-вторых - разработка теоретических положений и практических рекомендаций по совершенствованию механизма реализации принципов кооперации в хозяйственной деятельности кооперативов.

***Е.В. Шабалина, соискатель по кафедре мирового кооперативного движения Московского университета потребительской кооперации***



# УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ УЧЕТ ЗАТРАТ В КООПЕРАТИВНЫХ МАГАЗИНАХ

Суть экономики потребительского общества состоит в определении затрат и результатов деятельности и их сопоставлении. Направления деятельности потребительского общества многообразны и включают наряду с производственными и финансовыми целями достижения в области технического и социального развития. Соизмерение затрат и результатов по направлениям деятельности позволяет оценить эффективность работы потребительского общества в целом и его отдельных структурных подразделений.

Розничная торговля является основной ресурсобразующей отраслью потребительской кооперации. Сложность управления розничной торговлей потребительского общества в условиях рынка требует создания адекватной системы информационного обеспечения управления затратами и поиска новых подходов к решению проблем совершенствования управленческого учета.

В настоящее время недостаточно адаптированные к рыночным отношениям методы учета, контроля и анализа затрат магазинов отрицательно сказываются не только на текущей работе потребительского общества, но и приводят к принятию неверных стратегических управленческих решений. Управленческий учет затрат в розничной торговле потребительского общества выступает эффективным инструментом их регулирования, определяет контур ответственности руководителей и специалистов, решает проблемы, связанные с определением и наиболее точной оценкой результатов деятельности конкретных магазинов.

В управленческом учете используются методы и способы менеджмента, планирования, экономического анализа, статистики, математики и т.д. В этом его большое преимущество, так как именно на стыках наук, при использовании разных научных методов происходят существенные прорывы к новым знаниям и технологиям. Финансовый же учет ретроспективен – обращен к прошедшим временам и концентрирует внимание на контроле активов и пассивов, регистрации и классификации

операций, воздействующих на результаты хозяйственной деятельности.

Единая основа учета объективно существует, несмотря на различия между двумя направлениями использования информации бухгалтерского учета. Данные, которые требуются для финансового учета, требуются также и для управленческого учета, для планирования, принятия решений и контроля. Управленческий учет, кроме того, требует значительного объема дополнительной информации. Для него важен режим оперативности, отражение и получение информации в режиме текущего времени. Управленческий учет выступает составной частью информационной системы потребительского общества. Эффективность управления розничной торговлей обеспечивается информацией о деятельности структурных подразделений – магазинов потребительского общества. Управленческий учет формирует такую информацию для специалистов и руководителей разных уровней управления внутри потребительского общества с целью принятия ими правильных управленческих решений. Содержание управленческого учета определяется целями управления, оно может быть изменено по решению управления потребительского общества в зависимости от интересов и целей, поставленных перед руководителями внутренних подразделений. Становление управленческого учета произошло от калькуляционного учета, и поэтому основное его содержание составляет учет затрат будущих и прошлых периодов в различных классификационных аспектах. Управление затратами является сложным и комплексным процессом. Система учета, отвечающая требованиям управления, также сложна и состоит из множества процедур. К тому же состав элементов системы управленческого учета может меняться в зависимости от целей управления.

К принципам управленческого учета затрат в розничной торговле относятся: использование единых для планирования и учета (планово-учетных) единиц измерения,

оценка результатов деятельности магазинов, преимущество и многократное использование первичной и промежуточной информации в целях управления, формирование показателей внутренней управленческой отчетности, как основы коммуникационных связей между уровнями управления, применение бюджетного метода управления затратами, полнота и аналитичность, обеспечивающие исчерпывающую информацию об объектах учета. Совокупность этих методов и принципов обеспечивает действенность системы управленческого учета, но не унифицирует учетный процесс.

Основными задачами управленческого учета затрат в розничной торговле потребительского общества являются следующие:

1) планирование и контроль экономической эффективности розничной торговли потребительского общества в целом и его отдельных центров ответственности - магазинов;

2) формирование достоверной и полной информации о внутрихозяйственных процессах и результатах торговой деятельности в системе внутренней управленческой отчетности;

3) исчисление фактических затрат розничных торговых предприятий и определение отклонений от установленных норм, стандартов, смет;

4) анализ отклонений от запланированных результатов и выявление причин возникших отклонений;

5) формирование информационной базы для принятия решений.

Организация управленческого учета затрат в розничной торговле включает следующие этапы:

I этап. Выделение центров финансовой ответственности в соответствии с организационной структурой розничной торговли потребительского общества.

II этап. Определение перечня контролируемых показателей для каждого центра ответственности и формализация расчета нормативов переменных затрат.

III этап. Выработка и формализация расчета нормативов постоянных расходов на продажу, относимых на центры ответственности.

IV этап. Выработка и формализация расчета издержкостности отдельных групп товаров.

V этап. Построение системы бюджетов, учетных регистров и управленческой отчетности.

Учет по центрам ответственности позволяет потребителю обществу преобразовать систему учета так, что затраты аккумулируются и отражаются в отчетах на определенных уровнях управления. Одним из правил организации учета по центрам ответственности является то, что каждую структурную единицу розничной торговли обременяют только те расходы или доходы, за которые она может отвечать и которые контролирует. С позиции управления наделять торговых предприятий потребительского общества статусом центра ответственности должно определяться спецификой конкретной ситуации. Кроме того, при делении потребительского общества на центры ответственности необходимо учитывать социально-психологические факторы, которые могут повлиять на мотивацию руководителей соответствующих центров.

В розничной торговле каждый из центров ответственности может быть центром затрат, маржинальных доходов или прибыли. В первом случае отчет составляют по расходам, во втором – по объему продаж (выручке) и части расходов, в третьем – по прибыли. Руководитель центра несет финансовую ответственность за принятие обязательств по выполнению заданий. При этом каждый центр может выполнять самые различные функции (маркетинга, учета, контроля и т. п.). Это связано с тем, что объектом центра выступает человек, агент, администратор, а не определенно взятые функции или средства.

Для того чтобы данные управленческого учета формировались целенаправленно, необходимо четко определить состав контролируемых показателей по уровням управления и центрам ответственности. При этом должны быть выполнены следующие действия:

1. В соответствии с концепцией кооперативной организации определена главная цель деятельности подразделений потребительского общества, которые охватываются системой управленческого учета.

2. Осуществлена декомпозиция основной цели деятельности на составляющие ее подцели и задачи (Рис.1). В результате декомпозиции получается набор задач, каждой из которых может быть по-

ставлен соответствующий показатель достижения результатов.

При этом также происходит разделение подцелей и задач по уровням управления. В зависимости от потребностей менеджмента, управленческий учет может

формировать показатели, как для всех уровней управления, так и для какого-то отдельного уровня управления.

3. Далее по каждой задаче определяется набор показателей, отражающих результат ее выполнения. Практика показала целе-

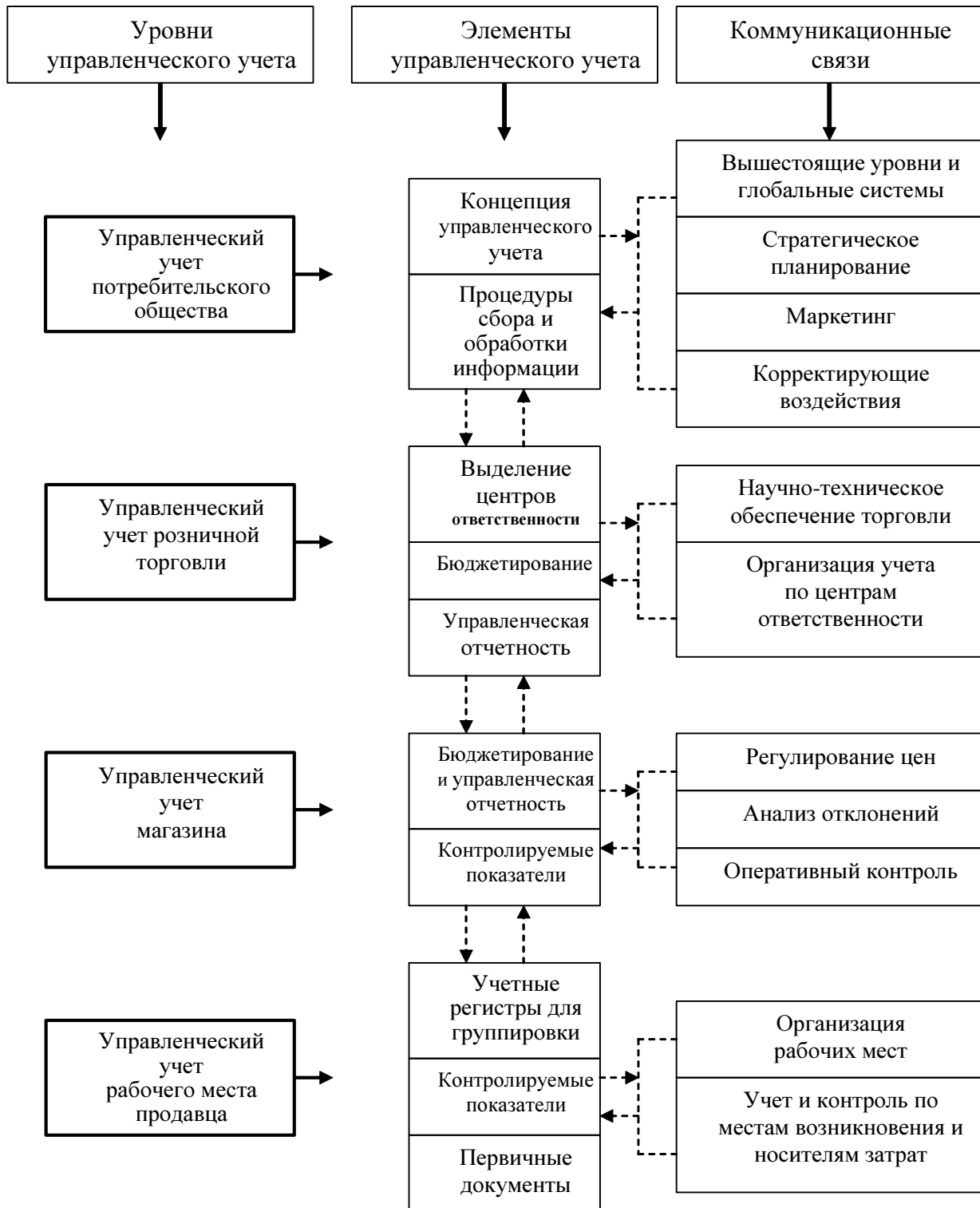


Рис. 1. Укрупненная функциональная декомпозиция информационной системы управленческого учета

сообразность выделения двух групп показателей: ключевых и вспомогательных. Ключевые показатели оценивают деятельность потребительского общества (подразделения, службы и т.п.) в целом, то есть характеризуют степень достижения главной цели.

Вспомогательные показатели, отражают степень выполнения требований и ограничений по достижению целей.

4. После разработки множества контрольных показателей необходимо распределить их между уровнями управления и выделенными ранее центрами ответственности (Табл.1). При этом устанавливается соответствие между составом решаемых задач в рамках центра ответственности и измерителями конечного результата его деятельности.

Таблица 1

Перечень контролируемых показателей системы управленческого учета затрат в разрезе уровней ответственности

Уровни ответственности	Контролируемые показатели	
РАБОЧЕЕ МЕСТО (ЦЕНТР МАРЖИНАЛЬНОГО ДОХОДА)	Уровень товарных запасов	
	Товарооборот в разрезе наименований товаров	
	Торговая наценка	
	Переменные издержки	Расходы на оплату труда
		Отчисления на соц.обеспечение
		Расходы на упаковку товаров
		Прочие
МАГАЗИН (ЦЕНТР ПРИБЫЛИ)	Уровень товарных запасов	
	Товарооборачиваемость	
	Товарооборот в разрезе товарных групп	
	Переменные издержки	Транспортные расходы
		Расходы на оплату труда
		Отчисления на соц.обеспечение
		Расходы энергоресурсов
		Расходы по хранению, подработке, подсортировке, упаковке
		Внутрихозяйственные отчисления
		Прочие
	Маржинальный доход	
	Постоянные расходы, распределенные на магазин	
	Прибыль	
РОЗНИЧНАЯ ТОРГОВЛЯ	Уровень товарных запасов	
	Товарооборачиваемость	
	Товарооборот в разрезе центров ответственности	
	Валовая прибыль	
	Переменные издержки	
	Маржинальная прибыль	
	Постоянные расходы, распределенные на розничную торговлю	
	Операционная прибыль	
	ЕНВД	
	Чистая прибыль	
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ОБЩЕСТВО	Доходы по обычным видам деятельности	
	Переменные затраты и расходы	
	Маржинальная прибыль	
	Совокупные постоянные расходы	
	Внереализационные доходы и расходы	
	Операционные доходы и расходы	
	Финансовые результаты деятельности	
	Показатели социальной работы	

5. Завершающим этапом является определение целевых значений контрольных показателей, что является предметом бюджетирования.

Задача управленческого учета - формирование фактических данных о значениях контролируемых показателей и предоставление их заинтересованным лицам внутри потребительского общества через систему внутренней отчетности.

Другим важным моментом является определение учетных периодов, то есть интервалов времени, по окончании которых становится доступной информация о значениях контролируемых показателей. Очевидно, что чем короче будут учетные периоды, тем выше оперативность учета. Вместе с тем, следует учитывать, что выбор коротких учетных периодов существенно усложняет процедуры учета, увеличивает его трудоемкость и выдвигает повышенные требования к профессиональной подготовке и интенсивности труда персонала, занятого в учетном процессе.

Потребительские общества, стремящиеся максимизировать свою прибыль, должны так организовать свою торговую деятельность, чтобы затраты на единицу реализуемого товара были минимальны. Значит и принимаемые решения должны ориентироваться на задачу минимизации затрат. Целью создания новых систем учета затрат является получение точной, оперативной (там, где это необходимо) и достоверной информации для оперативного контроля и анализа рентабельности отдельных магазинов и наименований товаров. Этим целям должна служить единая система учета затрат, основанная на применении функционального подхода.

Функциональный учет затрат способствует укреплению внутривозвратного расчета и усилению взаимосвязи и взаимозависимости между центрами ответственности, обеспечивает более точное предоставление информации о произведенных затратах. Это помогает заведующим магазинами и специалистам потребительского общества принимать совместные обоснованные решения о виде, составе, цене, путях продажи товаров и способствует повышению эффективности розничной торговли потребительской кооперации.

В системе функционального учета затрат основная роль отводится калькулирова-

нию на основе деятельности. Суть данного подхода состоит в следующем: эффективным направлением минимизации затрат является ресурсосбережение. Управленческий учет затрат должен обеспечить их реальное снижение за счет обоснованной группировки и распределения на места возникновения, центры ответственности и виды товаров и сокращения деятельности, не создающей добавленной стоимости. Необходимым условием применения функционального учета затрат является использование маржинального метода, основанного на разделении затрат на постоянные и переменные. При этом, переменные затраты регулируются на уровне центров ответственности и входят в перечень контролируемых показателей конкретных центров ответственности. Очевидно то, что разные группы товаров, центры ответственности потребительского общества вносят различный вклад в покрытие постоянных затрат. Постоянные затраты в меньшей степени поддаются быстрому изменению, поэтому потребительские общества, имеющие высокий уровень постоянных затрат в совокупных затратах теряют гибкость в управлении ими. Каждая кооперативная организация должна стремиться к снижению постоянных затрат и грамотно распределять их между центрами ответственности и товарными группами.

Традиционно применяемые методики распределения постоянных затрат не учитывают взаимосвязь видов деятельности потребительского общества с центрами ответственности и конкретными товарными группами. Как правило, распределение постоянных затрат осуществляется на произвольной основе. При этом, фактором затрат выступает объемный показатель – выручка от продаж. Некорректное распределение постоянных затрат приводит к ошибочному исчислению затрат, относимых на конкретные магазины и позволяет сделать вывод о том, что отдаленный, низкорентабельный магазин потребляет меньше постоянных затрат, чем магазин, работающий более эффективно.

Объемные показатели позволяют точно измерить количество ресурсов, потребленных в зависимости от объема проданных товаров в разрезе товарных групп и наименований товаров. Но существует множество ресурсов, необходимых для деятель-



ности, не связанной напрямую с физическими объемами продаж: обеспечение перемещения товаров, их закупка, ремонт и обслуживание торгового оборудования, составление графиков завоза товаров, управление торговой деятельностью. Для корректного распределения постоянных затрат между центрами ответственности и дальнейшего отнесения на группы товаров, необходимо использовать различные носители издержек для каждого вида деятельности и распределять затраты в соответствии с «потребностью» центров ответственности, товаров в этих видах деятельности. Так, например, затраты, связанные с закупкой товаров, распределяются пропорционально количеству сделанных заказов, расходы, связанные с ремонтом и обслуживанием торгового оборудования – пропорционально количеству вызовов мастера и т.д.

Применение функционального учета затрат позволит управлять соотношением переменных и постоянных затрат, повысит эффективность розничной торговли при различных тенденциях конъюнктуры товарного рынка, позволит наиболее точно оценить затраты конкретного магазина. При неблагоприятной конъюнктуре товарного рынка, определяющей снижение объема продаж, а также на ранних стадиях жизненного цикла кооперативных магазинов, необходимо принимать меры к снижению постоянных затрат. И наоборот, при благоприятной конъюнктуре товарного рынка и наличия определенного запаса прочности требования к экономии постоянных затрат могут быть существенно ослаблены. В такие периоды потребительские общества могут значительно расширять объем реальных инвестиций, проводя реконструкцию и модернизацию материально-технической базы розничной торговли.

Следующим этапом организации управленческого учета затрат является определение издержкостности в разрезе групп товаров. Достаточно точные сведения об издержках обращения по товарным группам обеспечиваются применением учетно-расчетного метода. Данный метод вполне приемлем в организациях розничной торговли, использующих кассовые аппараты со считывающими магнитными устройствами и магнитными носителями, прикрепляемыми к товарам. Однако в большинстве кооперативных мага-

зинов с товарооборотом 150-400 тысяч рублей в месяц экономически не оправдано применение оборудования такого уровня. Поэтому, при калькулировании затрат показатель товарооборота можно заменить суммой поступления товаров за анализируемый период. Данные о поступлении товаров можно получить из приходных документов исследуемого периода. В этом случае суммы затрат должны быть равны не издержкам, приходящимся на реализованные товары, а текущим издержкам, данные о которых можно получить из аналитического учета и первичных документов.

По товарам досрочного завоза и сезонного хранения следует брать средние суммы поступлений за год; расходы по доставке этих товаров тоже следует брать средние.

В результате осуществления предполагаемых замен допустимы некоторые отклонения в расчетах, которые в целом не нарушают пропорций издержкостности по товарным группам. Такие расчеты даже при наличии отклонений являются наиболее точными носителями информации для анализа и прогнозирования в торговле, т.к. других более точных методов не существует. Данные калькуляционных расчетов позволяют обосновывать управленческие решения со значительно большей степенью точности, чем решения, не опирающиеся на такие прогнозные расчеты.

Система управленческого учета затрат должна выполнять одну и самую важную задачу - предоставление информации о затратах, необходимой для принятия решений, в пригодном для использования виде. При этом степень детализации учетной информации должна быть достаточной, но не избыточной.

Работникам, ответственным за составление внутренних отчетов о затратах, необходимо регулярно анализировать качество и источники информации по местам возникновения и центрам ответственности, а анализом сложившихся ситуаций должны заниматься специалисты и руководители. Если отдельные показатели формируются целым рядом подразделений, то принадлежащая нескольким владельцам информация должна быть однородной, что делает целесообразным организацию общих финансовых потоков. Управленческая отчетность не может быть противопоставлена финансовой и налоговой, она лишь дополняет ее.

Она предназначена для внутреннего использования и не может быть предоставлена на сторону. Ее конфиденциальность должна быть обеспечена самой системой организации управленческого учета затрат.

Управленческая отчетность в розничной торговле - это постоянно изменяющаяся система форм информации, агрегируемой по центрам затрат, маржинального дохода и прибыли. Вся структура управленческого учета реализуется в конечном итоге в хорошо отлаженной, сбалансированной по всем направлениям и функциям комплексной системе управленческой отчетности.

Потребительское общество состоит из аппарата управления (правления, функциональных служб), и сети магазинов, которые могут иметь (универмаги райцентра) или нет статус юридического лица. При аппарате управления существуют различные отделы: плановый, финансовый, торговый, материально-технического снабжения, сбыта, бухгалтерия и т.д. В функции центральной бухгалтерии входит составление консолидированной отчетности общества, осуществление расчетов с бюджетами, потребсоюзом, контрагентами за проданные товары, работы, услуги.

В свою очередь, на уровне магазинов формируется и предоставляется отчетность о движении товарно-денежной массы, использовании и состоянии материально-технической базы, начислении заработной платы, других затратах, численности торгового и вспомогательного персонала работникам в бухгалтерию аппарата управления для дальнейшей обработки и консолидации.

При составлении консолидированной отчетности потребительского общества, бухгалтерский аппарат в состоянии оценить и проанализировать основные показатели финансового состояния и торговой деятельности, сравнить с запланированными показателями.

Как уже отмечалось, основная потребность правления потребительского общества заключается в получении своевременной и доступной многоплановой информации, причем обработка и консолидация данных в отчеты, должна быть гибкой, т.е. форма и содержание данных в отчетах должна иметь способность к варьированию в зависимости от потребностей управленческого аппарата. Управляющей структуре необходима воз-

можность получения постоянно обновляемых данных о поступивших товарах, их продажах, издержкостности. Но из-за отсутствия оперативности учетного аппарата, управляющие структуры вынуждены запрашивать соответствующую информацию от других структур или отделов. Иными словами, потребности аппарата управления в управленческой информации совпадают с информационными возможностями учетного аппарата, хотя на практике эта возможность игнорируется как бухгалтерской службой, так и аппаратом управления.

Перед правлением потребительского общества возникает проблема выделения из информационного массива данных, действительно важных и нужных для принятия управленческих решений, а также их сохранения для дальнейшего использования.

Эффективный контроль величины затрат в натуральном и денежном выражении достигается применением метода сопоставления, в основе которого лежит сопоставление издержек с актуализированным бюджетом затрат и результатов, который в свою очередь является неотъемлемой частью системы бюджетирования в потребительском обществе.

Таким образом, уровень затрат, распределенных на магазины, во многом зависит от состояния их учета и объективности их измерения. Стремясь повысить точность измерения затрат в потребительском обществе, нельзя делать ставку только на совершенствовании «бумажного» учета. Такой подход может привести к росту ошибок в учете вследствие увеличения документооборота, а соответственно и численности персонала, занятого его обслуживанием. Учет и контроль затрат всех видов ресурсов необходимо строить на основе инженерного обеспечения, т.е. на основе технических средств. Внедрение новой системы учета затрат необходимо начать примерно на 1 год раньше автоматизации управленческого учета в потребительском обществе. По истечении этого срока, когда устранены недоработки, когда сформировалась четкая система взаимоотношений, потребительское общество готово к автоматизации и в состоянии понять, какая из множества комплексных программ для управления затратами подходит для его условий. При этом, должны быть сопоставлены затраты на приобретение и эксплуатацию технического обеспечения и стоимость

экономленных ресурсов, что приведет к снижению общего уровня затрат, приходящихся на розничную торговлю.

Постановка управленческого учета – сложная задача и часто происходит в рамках реорганизации всего потребительского общества. Релевантность информации системы управленческого учета затрат зависит от многих факторов: целей потребительского общества и стратегии их достижения при разработке системы управленческого учета, выбора центров финансовой ответственности, системы распределения постоянных расходов, горизонтальных связей и распределения системы ответственности по сбору информации и составлению бюджетов и отчетов, мотивации персонала.

При внедрении системы управленческого учета затрат перед потребительским обществом, кроме перечисленных проблем, будет стоять и много других: формирование коман-

ды, необходимость обучения персонала, сопротивление коллектива нововведениям, установление сильных горизонтальных связей и переход на систему регулярного менеджмента. Однако, результаты, полученные от внедрения системы управленческого учета, превзойдут ожидания, ведь в современных условиях только то потребительское общество сможет длительно удержаться на рынке, у которого затраты и результаты деятельности будут полностью определяться степенью эффективности управления, объемом и качеством работы каждого магазина и каждого сотрудника.

*Н.Н. Комарова, доцент кафедры  
бухгалтерского учета Московского  
университета потребительской  
кооперации, к.э.н., доцент,*

*Ю.В. Силантьев, соискатель по кафедре  
бухгалтерского учета  
Московского университета  
потребительской кооперации*

## ОСНОВЫ ЭФФЕКТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

### 1. Подходы к оценке эффективности управления

В настоящее время существует несколько подходов к управлению: процессный, системный и ситуационный. Представители процессного подхода оценивают эффективность управления с позиции выполнения менеджерами основных и вспомогательных функций управления; системного – эффективности функционирования подсистем управления; ситуационного – умения правильно реагировать на изменения и подобрать соответствующие обстоятельствам формы и методы управления. Современные подходы уделяют большое внимание рационализации управленческих функций, операций, процессов, используя при этом математические модели и расчеты.

Так, современный американский профессор по управлению Д.Л. Симонетти определяет управление как «выполнение ряда основных обязанностей, определенная ответственность, а также понимание и осознание поведения людей», а качественный и производительный труд – «результат совместных усилий многих людей», при этом роль руко-

водителя состоит в «координации этих усилий». Руководитель должен уметь «добиться того, чтобы другие выполняли то, что ты хочешь от них, таким образом, каким хочешь ты». В качестве важных условий эффективного руководства он рассматривает:

- наличие устойчивых профессиональных и управленческих знаний;
- знание психологии людей, принципов руководства и порядка принятия решений, самого себя и своих способностей, умение взять на себя ответственность;
- умение приспосабливаться и быть достаточно гибким, чтобы эффективно реагировать на меняющиеся отношения и поведение сотрудников.

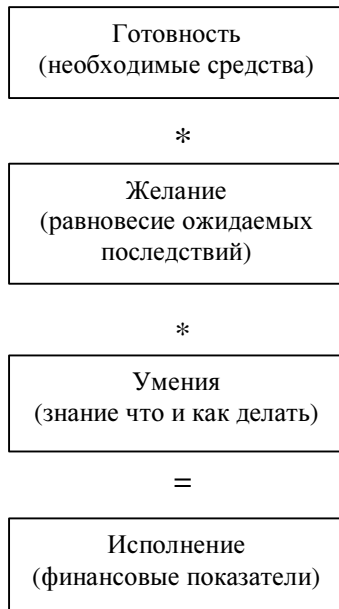
При этом «производительность сотрудников является показателем успеха или неуспеха действий руководителей».

Р. Мескон определяет задачу управления как «обеспечение лидерства, необходимого для роста производительности и улучшения качества жизни». По его мнению, «настоящий руководитель видит организацию как систему зависящих друг от друга элементов, само выживание или успех которой зависит

от непосредственного взаимодействия с динамической внешней средой», в силу чего управление и рост производительности нуждаются в комплексном подходе. Чтобы обеспечить эффективность организации необходимо эффективно выполнять все функции управления (планирование, организацию, мотивацию, контроль).

Т. Питерс, Р. Уотерман основными факторами эффективного управления определяют: склонность руководителей к решительным действиям, самостоятельность и предпринимательский стиль работы, активизацию способностей сотрудников, доминирование общекорпоративных ценностей, простоту организационных форм, органическое сочетание централизма и автономии, тесный контакт фирмы с потребителем.

Петер Э. Лэнд представляет следующую формулу успеха в управлении:



В целом современная теория менеджмента считает, что для повышения эффективности управления руководитель должен учитывать влияние внутренних и внешних факторов, способствовать динамичному развитию организации и ее приспособлению к новым условиям, использовать достоверную, своевременную информацию, привлекать работников к управлению и принятию решений, давать не противоречивые указания, согласовать мотивацию работников с собственной, формировать благоприятный психологический климат в коллективе, являться авторитетом для подчиненных, показывать собственный пример для подражания, бороться с бюрократией, преодолевать стереотипы мышления и

поддерживать нововведения, инициативу работников, строить отношения с подчиненными на основе сотрудничества, иметь управленческие знания, доверять работникам, иметь индивидуальный подход к каждому работнику, формировать организационные ценности, не противоречащие общественным.

Многообразие существующих мнений приводит к выводу, что успешность и эффективность руководства определяется ролью руководителя в организации, которая зависит от трех моментов:

- лидерская компетенция – знания и навыки, которые позволяют руководителю управлять будущим, осуществлять перемены и вдохновлять сотрудников;
- управленческая компетенция — знания и навыки, которые позволяют руководителю успешно и эффективно осуществлять влияние на уровне управления системой, процессами и персоналом для достижения целей организации (системы);
- личностно-психологические особенности руководителя. К ним можно отнести его характер, темперамент, способности, самооценку, тип мышления, установки (как развивающие, так и ограничивающие) и ключевые ценности.

Схематично связь этих трех компонентов представлена на рис. 1.

Для эффективного управления современной организацией нужны эффективные лидеры, которые сочетают в себе высокий профессионализм, умение инициировать изменения в организации и персонал на достижение целей этой организации. Как определил С. Шекшни, «лидерство – это искусство вдохновлять обыкновенных людей на неординарные результаты».

Выделим основные функции и задачи лидера. Эффективный лидер должен:

- уметь создать команду единомышленников, которые посредством своего поведения способны добиваться результатов значительно превышающих средние;
- создавать притягательную для последователей картину будущего, обращаясь к человеческим потребностям более высокого порядка - в самореализации;
- формулировать виденье будущего и заряжать им своих последователей, создавая гораздо более сильную и устойчивую мотивацию, чем могут обеспечить материальные стимулы или организационные угрозы;

- обладать собственными возможностями, определяемыми профессиональными компетенциями, состоянием здоровья, положением в организации, доступом к ресурсам;

- стать проводником собственного видения. В процессе коммуникации собственного видения лидер определяет не только направление движения для организации, но и то, за счет чего оно будет осуществляться, устанавливает нормы организационного поведения и базисные ценности, выполняя тем самым еще одну важнейшую роль - роль создателя организации;

- уметь и развивать в себя способность определять ключевые компетенции организации, которые позволят организации конкурировать и побеждать на рынке;

- формировать и поддерживать организационную культуру, от которой во многом зависит организационный успех. Ядром организационной культуры является «ключевая идеология», философское определение основных компетенций того, что выделяет организацию на общем фоне миллионов других организаций. Эффективные лидеры облачают их в символы - слоганы, форму одежды, жаргон, организационные традиции, которые помогают сотрудникам воспринимать организационную культуру.

На сегодня сложились только два эффективных способа привития сотрудникам организационных ценностей, и оба они предполагают центральную роль для лидера. Пер-

вый заключается в неустанной, безостановочной и разнообразной пропаганде организационных норм поведения. Второй - в ежесекундной демонстрации лидером провозглашаемых им ценностей. Лидер должен всячески поощрять работников за их «правильное» поведение и громко и ясно рассказывать о нем в организации. И, наоборот, решительно пресекать попытки ренегатства, поведения, не совместимого с культурой организации.

- иметь свою особенную мотивацию. Фактически это страсть к работе, несгибаемое стремление добиваться цели;

- иметь определенный социальный навык, т.е. умение находить общий язык, устанавливать и поддерживать отношения с людьми вне зависимости от их предрасположенности к этому.

Лидерский стиль эффективен в ситуациях, когда организация находится на перепутье, требуется обновление, сотрудники демотивированы, погрязли в рутине. В то же время сам по себе этот стиль не обеспечивает результатов, особенно в случае низкой профессиональной компетентности последователей, не способных выработать стратегию развития.

Таким образом, в настоящее время успешна и эффективна только та организация, руководителю которой удастся обеспечивать ее устойчивость и развитие. Залог его успеха - в наличии и разумном сочетании управленческих и лидерских навыков.

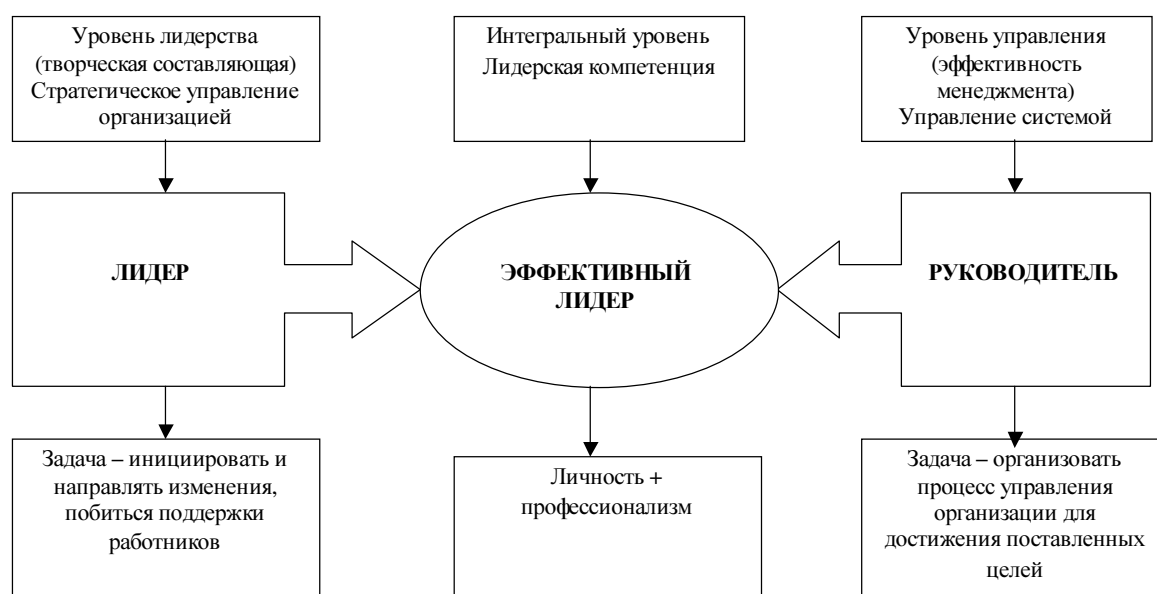


Рис. 1. Основные составляющие эффективного лидера



## 2. Общие и специальные методы оценки руководителей организаций потребительской кооперации

Анализ существующих методов и показателей оценки руководителей представлен схематично на рис.2.

В современных условиях можно использовать новый подход, основанный не оценке персонала (в том числе и руководителей) через оценку удовлетворенности потребителей, который хорошо вписывается в общую концепцию теории Всеобщего Управления на Основе Качества.

Удовлетворенность потребителей – это результат сложного психологического процесса сопоставления, когда потребитель сравнивает свой опыт потребления товаров и услуг (фактический) со стандартом (нормативный). Удовлетворенность подвержена влиянию двух факторов – «выгода потребителя» и «ориентация на потребителя». Чем больше выгода от использования товара или услуги, тем больше удовлетворенность и выше оценка продукта. То же можно сказать и об ориентации на потребителя. Если системы, процессы и структуры предприятия сориентированы таким образом, что они воспринимаются фактически и потенциальными клиентами как соответствующие их ожиданиям, то такая позиция способствует появлению удовлетворенности потребителей своим поставщиком. Показателем удовлетворенности клиента можно рассматривать готовность потребителей к сотрудничеству (постоянное приобретение благ на данном предприятии).

Высокое качество товаров и услуг становится необходимой предпосылкой привлечения потребителей и выступает как результат ее деятельности и критерий оценки (вместо прибыли). Оно напрямую зависит от качества сырья и материалов, трудовых ресурсов, трудовой жизни и управления.

По мнению Ю.П. Адлера, И.З. Аронова, В.Л. Шпер: « Если воспользоваться аналогией с известной теорией иерархии потребностей по Маслоу, то потребность в прибыли для организаций играет роль физиологических потребностей низшего уровня (...), тогда как потребность в качестве относится к потребностям более высокого уровня, а именно, к потребностям роста, развития и самовыражения».

Данный подход позволяет четко разделять возможности или факторы успеха руководства и действительные его результаты. Так, личные, деловые качества руководителя, его навыки, опыт работы, мотивацию деятельности следует рассматривать как возможности успешного руководства. Поэтому они могут быть подвержены оценке, когда необходимо выявить направления саморазвития личности руководителя. В качестве результатов руководства могут рассматриваться удовлетворенность работников, удовлетворенность потребителей как показатели социальной эффективности организации и фактические результаты деятельности предприятий как показатели экономической эффективности предприятий и основы их дальнейшего развития.

Системная оценка руководителей по принципу возможности – результаты, в от-

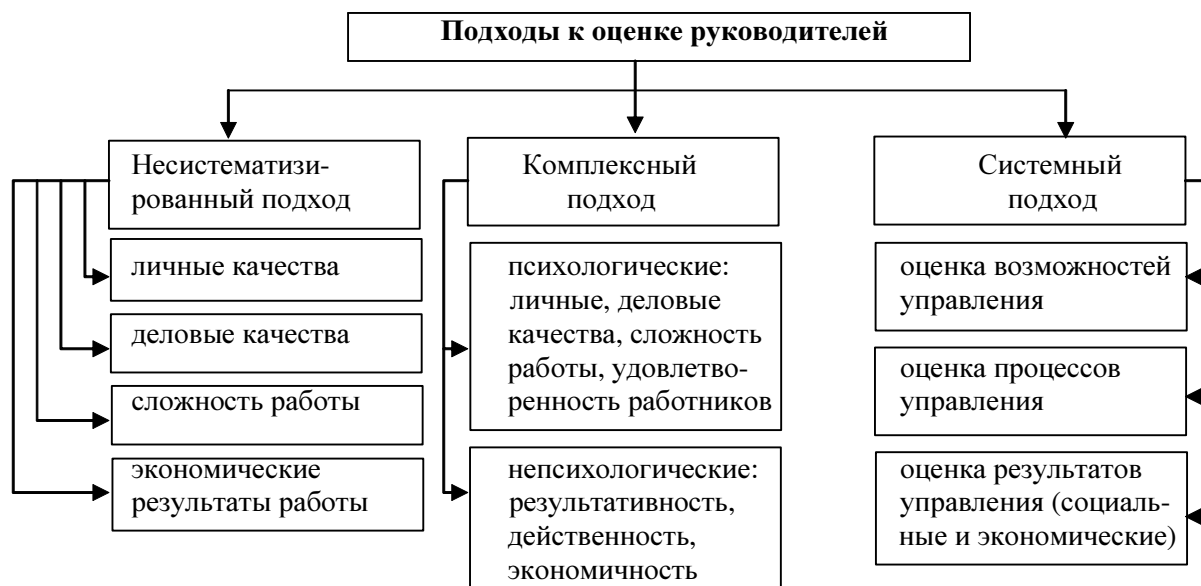


Рис. 2. Подходы к оценке руководителей

личие от предыдущих, не ставит ограничений типа «хорошо» или «плохо», а вызывает необходимость постоянного совершенствования организации и руководства ею (рис. 3).

Потребительская кооперация имеет свою специфику, которая накладывает свои особенности на оценку эффективности деятельности ее руководителей, поэтому она должна включать учет следующих положений:

- 1) наличие двух руководителей высшего уровня: председателя совета и председателя правления;
- 2) подотчетность председателя правления председателю совета;
- 3) специфичность функций выполняемых руководителями;
- 4) учет оценки профессионального менеджмента при оценке деятельности председателя совета.

Согласно Закону потребительское общество имеет двух руководителей высшего уровня: председателя совета – руководителя выборного органа управления и председателя правления – руководителя исполнительного органа. Каждый руководитель имеет свои функции и несет ответственность за результаты деятельности потребительского общества в пределах своей компетенции. Но в то же время председатель совета является ответственным за результаты работы профессиональных менеджеров, которых он назначает, результаты деятельности и эффективное использование ресурсов потребительского общества, управление которыми осуществляет председатель правления. Соответственно следует предположить, что если результаты работы правления недостаточно высокие или отрицательные, то работа председателя совета не может быть принята как удовлетворительная. Но с другой сто-

роны специфичность собственных функций председателя совета предполагает их дополнительную оценку. Это означает, что в случае положительной работы правления, но отрицательной работы совета, оценка председателя совета будет снижаться. В свою очередь общая оценка работы руководителей должна подкрепляться результатами работы основных работников, их удовлетворенностью трудом, финансово-экономическими показателями деятельности кооперативной организации и удовлетворенностью клиентов (потребителей товаров и услуг) потребительского общества.

Взаимосвязь оценок деятельности председателей совета и правления автор представил на рис. 4.

Для текущей оценки эффективности управления можно использовать систему рейтинга. При выборе показателей для рейтинговой оценки деятельности руководителей потребительских обществ были учтены положения «Программы стабилизации и развития потребительской кооперации на 1998-2002 годы», «Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года», а также рекомендации научно-практических конференций. В результате выделены наиболее важные показатели, характеризующие фактическое состояние управления потребительскими обществами и перспективные направления его совершенствования. Кроме того, в данной методике учены сферы ответственности каждого руководителя в пределах его функций.

Так, для оценки деятельности председателя Правления выбраны финансово-экономические показатели, характеризующие:

- 1) объем и результат хозяйственной деятельности;

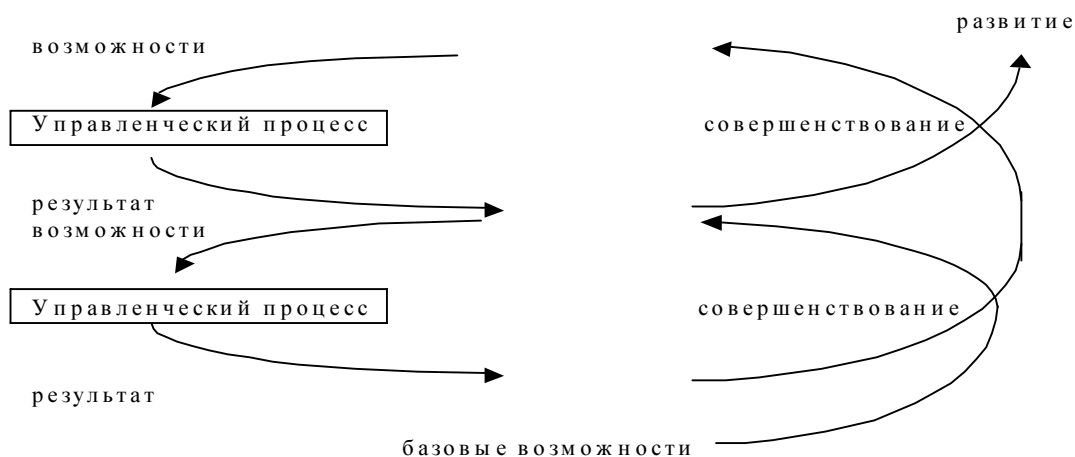


Рис. 3. Схема саморазвития организации и управления на основе системной оценки

2) эффективность использования ресурсов;

3) финансовое состояние потребительского общества.

При определении показателей деятельности председателя совета авторы исходил из того, что 50 % общей оценки составляют показатели выполнения собственных функций председателя совета (социальная деятельность потребительского общества), а 50 % - оценка эффективности деятельности председателя правления.

Оценка деятельности руководителей проведена в баллах. При этом наиболее значимым показателям присвоен балл выше. Примерная методика рейтинговой оценки руководителей потребительских обществ представлена в приложении 1,2. Деятельность председателя правления оценивалась по 18 параметрам, а председателя совета - 10 параметрам социальной деятельности и итогового результата оценки деятельности председателя правления.

В целях получения более точных результатов оценки работы руководителя (по значимости показателей) расчет рейтинга можно провести с учетом удельного веса каждого показателя.

Данная система рейтинговой оценки носит рекомендательный характер, поэтому предприятия могут самостоятельно выбрать показатели оценки с учетом сложившейся ситуации и стратегии своего развития. Для организаций потребительской кооперации она может быть дополнена такими показателями как: количество малых производств, их виды, объемы сельскохозяйственного производства, валовый сбор сельскохозяйственных культур, поголовье скота и площадь сельскохозяйственных угодий, в том числе на 1 район и др. Рейтинговая оценка может проводиться для всех руководителей, включая структурные подразделения. Периодич-

ность ее проведения так же определяется самостоятельно, например, это может быть квартал, полугодие, год, но при этом рейтинговые оценки должны носить систематический характер, так как они могут помочь руководителям организаций и предприятий потребительской кооперации своевременно выявить возникающие проблемы и повысить эффективность управления. Для оцениваемых руководителей рейтинг может служить показателем их профессионализма, а в случае низкой оценки – стимулом к улучшению своей деятельности и самообразованию.

Второй вариант оценки эффективности деятельности руководителей организаций и предприятий потребительской кооперации включает кроме финансово-экономических (социально-экономических) показателей показатели субъективной оценки (на основе опроса) удовлетворенности работников, потребителей и собственников. Особенностью подхода является разграничение возможностей руководителей от их непосредственных результатов руководства. К возможностям управления можно отнести личные и деловые качества руководителя, выполнение им профессиональных функций и организацию связующих процессов (стиль руководства), а к результатам – удовлетворенность работников, финансово-экономические показатели деятельности, удовлетворенность клиентов общества (потребителей) и собственников (приложение 3,4).

Учитывая специфику потребительской кооперации, для председателя совета показателями оценки могут быть: личные качества, выполнение основных функций, связанных с социальной деятельностью кооперативных организаций, удовлетворенность пайщиков, эффективность профессионального менеджмента, а для председателя правления – личные качества, выполнение профессиональных функций, удов-

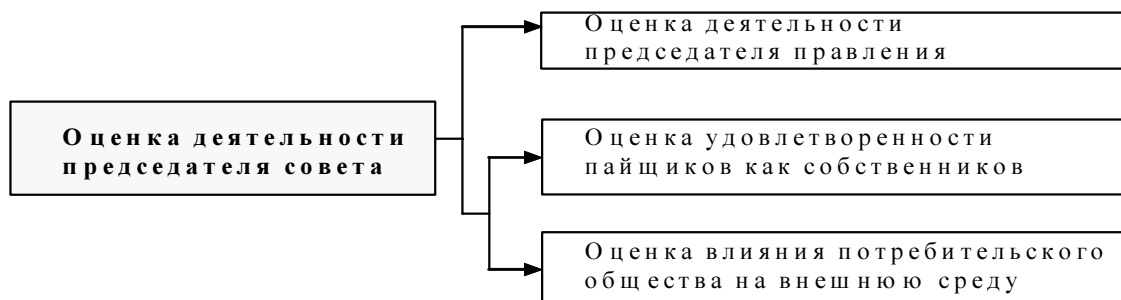


Рис. 4. Схема взаимосвязи оценок деятельности председателей совета и правления

летворенность работников, удовлетворенность потребителей, достигнутые финансово-экономические показатели.

Для расчета оценки эффективности руководителя по каждому показателю были введены критерии оценки и соответствующие им баллы. Далее каждому показателю присваивался относительный удельный вес. Умножение удельного веса на сумму баллов по конкретному показателю дал итоговый балл по этому показателю. Общий балл руководителя определялся суммированием всех итоговых баллов по всем показателям. При распределении удельных весов по показателям учитывалось, что наибольший удельный вес должны занимать показатели или качества, имеющие перспективное значение. В данном случае использована система оценки каждого показателя по шкале от 0 до 10, с учетом удельного веса показателей общая максимальная сумма баллов составила 1000.

Дополнительно для оценки удовлетворенности работников, пайщиков, покупателей можно провести их анкетирование или опрос.

Сравнительная характеристика критериев оценки профессиональных функций председателей совета и правления представлена в табл. 1.

Данная методика имеет ряд преимуществ:

1. Позволяет видеть причинно следственные связи. Если личные и деловые качества, выполнение профессиональных функций это причины, то удовлетворенность потребителей, работников, выполнение финансово-экономических показателей – это следствие. Низкий уровень причинных показателей, соответственно, снижает следствие (результативные показатели) и отражается на общей оценке руководителя.

2. Группу финансово-экономических показателей можно рассматривать дополнительно как следствие не только работы руководителя, но и удовлетворенности работников и потребителей. Низкая удовлетворенность работников ведет к снижению их производительности и результативности деятельности организаций агропромышленного комплекса, а потребителей – объемов деятельности.

3. Оценки по каждому показателю позволяют определить направления совершенствования работы руководителя.

4. Данные оценок можно рассматривать в динамике, что позволит судить о произошедших изменениях (сдвигах) в управлении.

#### **Инновация и управленческое новаторство как инструменты развития организаций в современных условиях**

Инновация – это принципиально новая или усовершенствованная продукция или технология, используемая в практической деятельности организации.

Теоретически выделяют три основных видов инноваций: технологическую, организационную и экономическую, но на практике чаще всего при рассмотрении инновационной деятельности большее внимание уделяется технологическим инновациям. Конечно, создание и внедрение технологической инновации дает организации наибольший экономический эффект и значительно повышает конкурентоспособность продукции и предприятия. Но в то же время внедрение инноваций во многом зависит от готовности и желания использовать инновационные возможности для развития организации, а значит формирование предпосылок инновационного развития предприятия является функцией управления.

Инновационная деятельность предприятия заключается в разработке, внедрении, освоении, производстве и коммерциализации новшеств. Инновационное преобразование организации приводит к системному улучшению стратегии и тактики поведения организации на рынке, резкому увеличению возможностей проникновения в новые сферы хозяйствования.

Использование организационных инноваций в организации состоит во внедрении и применении новых методов организации и управление предприятием как комплексом, технологий, персоналом, новой системой отбора, обучения и переквалификации кадров, приобретении лицензий, ноу-хау и т.п. Суть экономических инноваций состоит в изменении систем вознаграждения, характера мотивации трудовой деятельности и др.

Как отметил известный специалист в области управления П. Друкер, «нововведение – это скорее экономическое и социальное понятие, чем техническое, так как даже в случае технико-технологических нововведений изменяются ценность и по-

ребительские качества, извлекаемые потребителем из ресурсов».

Схематично основные этапы инновационного процесса представлены на рис. 5.

В связи с этим проведение организационных изменений в системе управления предприятиями должно включать в себя решения по трем направлениям:

1) обоснование целей и стратегии, приведение всех процессов в соответствие с выбранной стратегией;

2) выбор эффективной и гибкой организационной структуры (определение функций, прав и ответственности менеджеров, работников);

3) выработка программы и механизмов достижения целей (способов, методов, стадий и темпов изменений с учетом стратегического подхода, условий успеха, ограничений внешней среды).

В общем виде, это означает переход от «того, что есть» к «тому, как должно быть».

Основными принципами организационных нововведений представлены на рис. 6.

Кроме того, достижение успеха не возможно, если не обеспечить следующие условия:

а) заинтересованность руководителей в преобразованиях (увязка оплаты труда руководителей с конечными результатами деятель-

Таблица 1

Критерии оценки профессиональных функций председателей совета и правления

Критерии оценки профессиональных функций председателя	
совета	правления
<p>1. Каждый пайщик полностью информирован о деятельности потребительского общества, результатах работы потребительской кооперации.</p> <p>2. Каждый пайщик имеет возможность реализовать свои права и нести установленную законом ответственность.</p> <p>3. Цели и планы потребительского общества нацелены на повышение материальной удовлетворенности и духовное развитие пайщика.</p> <p>4. Потребности пайщиков своевременно выявляются, а наказы – удовлетворяются.</p> <p>5. Все собрания тщательно планируются, вопросы обсуждаются в присутствии и при участии пайщиков, решения по ключевым вопросам принимаются единогласно.</p> <p>6. Осуществляется отбор, оценка возможностей каждого кандидата на руководящие должности. При назначении отдается приоритет профессионализму.</p> <p>7. Ресурсы общества используются в соответствии со стратегическими планами общества.</p> <p>8. Отстаиваются интересы пайщиков в государственных органах управления, перед поставщиками ресурсов.</p> <p>9. Деятельность Правления находится под постоянным контролем (результаты деятельности Правления сопоставляются с планом развития потребительского общества).</p> <p>10. Совет оценивает свои результаты деятельности и вовремя их корректирует в соответствии со стратегией развития потребительского общества.</p>	<p>1. Осознает свою личную социальную ответственность и социальную ответственность потребительского общества перед потребителями.</p> <p>2. Представляет суть и важность коммуникационного процесса, понимает как среда влияет на обмен информацией.</p> <p>3. Все принимаемые им решения реалистичны, основаны на здравом смысле, проанализированы, обоснованы и имеют практический план реализации.</p> <p>4. Своевременно обращается к решению проблем, в тот момент, когда это необходимо.</p> <p>5. Текущее планирование деятельности общества осуществляется в рамках общей стратегии развития, конечные результаты деятельности определены количественно, с учетом внешних факторов и имеющихся внутренних ресурсов.</p> <p>6. Делегирует часть своих полномочий и соответствующие им ответственности нижестоящим руководителям.</p> <p>7. Наблюдает за тем, чтобы менеджеры предлагали смелые, но реальные стратегии развития потребительского общества.</p> <p>8. Структура общества соответствует стратегии развития.</p> <p>9. Знает потребности своих работников и умело применяет систему вознаграждения за труд, стимулирующую их к повышению производительности.</p> <p>10. Настаивает на создании эффективной и качественной системы контроля за результатами деятельности, учитывающую стратегию развития потребительского общества.</p> <p>11. Эффективность работы Правления непрерывно растет.</p> <p>12. Тщательно рассматривает вопросы комплектования количественным и качественным составом кадров, в т. ч. менеджеров.</p> <p>13. Формирует организационную культуру общества.</p> <p>14. Выступления членов Правления в рамках «круглого стола» поощряются с целью консолидации точек зрения.</p> <p>15. Заседания тщательно готовятся, предусматривается соответствующее время для обсуждения важных пунктов повестки дня заседания Правления, подводятся итоги обсуждения.</p>



ности предприятий, включение в контракты пунктов об ответственности за недобросовестное выполнение обязанностей и др.);

б) формирование коллектива единомышленников (создание концепции или идеологии реформирования, информирование работников, а для потребительской кооперации и пайщиков, о целях и задачах реформы, поддержание творческих работников, инновационности, формирование организационной культуры, для потребительских обществ она может быть основана на кооперативных принципах, проведение индивидуального консультирования и тренинга);

в) создание системы стимулирования (определение прав и обязанностей работников, разработка соответствующей системы оплаты труда с полным использованием всех возможных материальных и нематериальных стимулов);

г) информационное обеспечение процесса реформирования (организация потоков движения внутренней и внешней информации, обратной связи с работниками, собственниками (пайщиками), поставщиками, ориентация руководства на сотрудничество, изучение мнения работников);

д) обучение персонала (разработка программы повышения квалификации, проведение аттестации, пересмотр оплаты труда по результатам аттестации);

е) организационно-правовое обеспечение реформ (разработка и оформление программ, положений, инструкций, приказов и распоряжений, касающихся перемен).

В инициации организационных нововведений основная роль отводится руководителю. Прежде всего он должен осознать необходимость перемен и быть готовым к их проведению. Кроме того, руководитель-инициатор преобразований должен быть лидером организации, развивать в себе черты привлекательной личности. Он должен

быть хорошим оратором. Это означает не столько умение красиво говорить, сколько говорить о том, что от тебя ожидают, умение убеждать людей. Последнее состоит в том, чтобы научить других людей верить в мечту, в свои силы и способности с тем, чтобы воплотить их в реальность. Командный стиль управления ушел в прошлое, на его место встал солидарный стиль управления (демократический), базирующийся на сотрудничестве руководителя и подчиненного. А, значит, современный руководитель должен уметь создать атмосферу доверия, говорить правду, слушать и слышать совет других, иметь собственные инструменты достижения целей, формировать собственный авторитет в процессе взаимоотношений и коммуникаций с подчиненными, быть готовым пойти на риск или рискованные действия, опираясь при этом на компетентность, информацию, анализ возможных исходов события.

Руководитель собственным примером должен доказывать остальным членам коллектива свою приверженность переменам. Доказательством этого может служить его добросовестное отношение к труду, общественная активность, выбор стимулов активизирующих работников. Задача руководителя создать здоровую атмосферу в коллективе посредством объяснения целей организации и проводимой политики, создания безопасных условий труда и мотивации работников, что будет способствовать росту приверженности персонала организации переменам. Ориентация на качество и обеспечение безопасности товаров и услуг создаст условия для роста имиджа организации, ее уважения в обществе.

Новые условия функционирования организаций и предприятий потребительской кооперации выдвигают высокие требования к личным и деловым качествам руко-

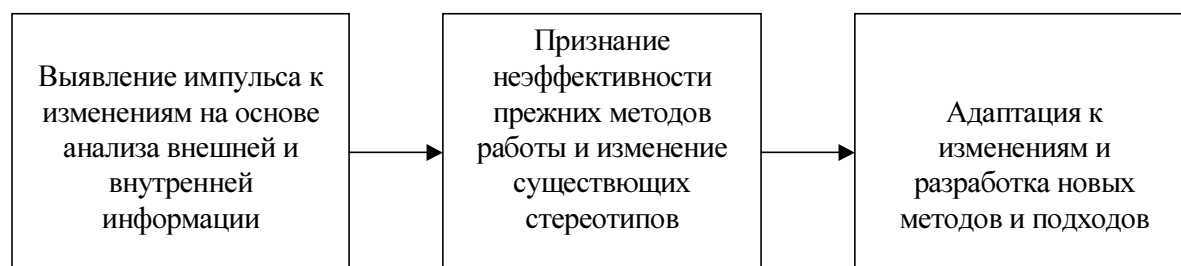


Рис. 5. Основные этапы инновационного процесса

водителей. Именно они определяют сегодня уровень деловой активности управленца. В связи с этим возникает необходимость повышения квалификации и развития самообразования руководителей и всех работников. Уровень квалификации работников определяет способность организаций к изменениям с целью развития. Накопленные практические, теоретические, стратегические, коммерческие, производственные знания определяют интеллект организации, основанный на информационных технологиях, технологических решениях и скорости восприятия нововведений. Такая организация способна извлекать полезную для него информацию и генерировать новые знания с целью добавить новое качество выпускаемым товарам для удовлетворения интересов потребителей, а потребительской кооперации - пайщиков. Наиболее важными деловыми качествами руководителя сегодня являются креативность (способность генерировать новые идеи), стратегическое мышление, транспонируемость, знание современных технологий управления, умение реагировать на конъюнктуру рынка, деловая репутация. Это касается руководителей всех уровней. Кроме того, современный руководитель должен способствовать сплочению коллектива в решении общих задач, развитию в работниках веры в себя и тех, кто с ними работает. Он должен уметь превратить коллектив в единую команду, основанную на гармонии сотрудничества.

Л.П. Федорова, зав. кафедрой экономики предприятия Чебоксарского кооперативного института, д.э.н., профессор,  
 О.В. Литвинова, доцент кафедры экономики предприятия Чебоксарского кооперативного института, к.э.н



Рис. 6. Принципы организационные нововведений

## РЕКОМЕНДАЦИИ

### *Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов кооперативных вузов стран СНГ «Научный потенциал – кооперации» (8 февраля 2005 года)*

Международные научные конференции, ежегодно проводимые в вузах системы потребительской кооперации России, стали одним из эффективных средств, объединяющих научный потенциал ученых кооперативных вузов, обобщающих опыт практики деятельности потребительской кооперации стран СНГ.

Научные конференции предоставляют участникам возможность обновления и углубления знаний по широкому спектру проблем и областей знания, дают возможность не только повышения квалификации, но и систематической учебы, вовлечения творческого потенциала профессорско-преподавательского состава, сотрудников, аспирантов, студентов в развитие научно-исследовательской работы, выполнение ее стратегических целей с учетом нужд и потребностей организаций потребительской кооперации.

Содержание и стратегические цели развития науки в вузах системы потребительской кооперации до 2010 года и на перспективу определяются направлениями модернизации высшей школы Российской Федерации, реструктуризацией потребительской кооперации, необходимостью превращения потребительской кооперации в наукоемкую отрасль.

Становление новой экономики существенным образом изменяет роль и структуру образования. Образование становится не производным, а определяющим фактором экономического роста, оно не столько удовлетворяет общественные потребности, сколько формирует будущие общественные возможности. В этих условиях наука, во-первых, превращается в крупную и относительно самостоятельную отрасль экономики; во-вторых, в качестве инновационной составляющей начинает пронизывать всю профессиональную деятельность каждого специалиста.

Международная научная конференция профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов коопера-

тивных вузов стран СНГ «Научный потенциал – кооперации» **рекомендует:**

- Кооперативным вузам России, стран СНГ обеспечить форсированное развитие научных исследований и разработок, сопряженных с инновационными процессами в экономике, системе потребительской кооперации; переориентацию действующих направлений научных исследований на реализацию первоочередных проектов и нужд организаций потребительской кооперации по духовно-нравственным проблемам, социальной и экономической деятельности.

- Концентрировать усилия на решении комплексных научных, научно-технических и технологических проблем организаций потребительской кооперации с привлечением в качестве разработчиков по отдельным тематическим направлениям ученых кооперативных вузов стран СНГ.

- Совершенствовать организацию исследовательской деятельности исходя из задач перехода к системе заказов в сфере научных исследований, от индивидуализированных к командным формам работы, ориентированным на конечный результат; создавать условия для информатизации научно-исследовательской работы;

- Всемерно поддерживать ведущие научные школы, академическую научную элиту потребительской кооперации – ее человеческий фактор, социальный и духовный ресурс.

- Увеличивать объем фундаментальных исследований – основы развития науки, техники и технологий; которые усиливают инновационную ориентацию прикладных научных исследований и разработок.

- Повысить роль философских, социально-экономических, политологических, исторических, гуманитарных, правовых и естественнонаучных исследований и разработок, ориентированных на методологический анализ кооперативных идей и концепций, места и роли кооперации в условиях современной глобализации, в социальной политике государства, духовно-нравственном возрождении

общества, целей и перспектив развития кооперативной собственности, социального ресурса потребительской кооперации, профессиональной этики кооперативного движения, проблем политического лидерства, развития в рамках кооперативного движения психологии управления, на проведение конкретно-социологических исследований в кооперации.

- Создавать условия для углубления научных исследований по проблемам экономического механизма функционирования потребительской кооперации, места и роли кооперации в системе глобальной экономики, теории и методологии конкурентоспособности, адаптации организаций потребительской кооперации к изменению внешних и внутренних условий деятельности, механизмов антикризисного управления и менеджмента, совершенствования бухгалтерского учета и отчетности, системы внутрихозяйственного контроля и аудита в субъектах потребительской кооперации, совершенствования кредитования торговли и формирования современной модели кооперативного предпринимательства,

- Развивать электронные библиотеки и наращивать их информационные ресурсы, методологию и методики обучения в виртуальной среде.

- Пересмотреть подходы к воспитанию студентов в духе идей социальной и профессиональной ответственности, создавать условия для частичной занятости студентов в сфере науки и научного обслуживания.

- Обобщать и анализировать в рамках кооперативных вузов стран СНГ результаты научных исследований в области товароведения и организации торговли, маркетинга, разработки конкретных рекомендаций по повышению участия ученых товароведов и маркетологов в решении научных проблем потребительской кооперации в связи с возрастанием роли товароведения в различных сферах деятельности организаций потребительской кооперации, превращения товароведения в одну из главных дисциплин формирования современного специалиста в сфере рыночной торговли и производстве.

- Усиливать взаимодействие вузов с федеральными и региональными институтами государственной власти, органами местного самоуправления, профессионально-педагогическим сообществом, научными, коммерческими и общественными организациями.

- Повышать эффективность и качество образовательного процесса, использовать интеллектуальные, материальные и информационные ресурсы для подготовки квалифицированных, высококвалифицированных, социально-адаптированных специалистов высшей квалификации, аналитически и системно мыслящих, обладающих глубокими фундаментальными, гуманитарными и профессиональными знаниями, творческим потенциалом, способных решать учебные и научно-производственные задачи, широко использовать передовые достижения науки и техники, самостоятельно повышать свои знания, быстро адаптирующихся к профессиональной творческой деятельности, имеющих достаточно полное представление об отечественных и мировых достижениях в своей области деятельности и способных организовать конкурентоспособное производство.

- Исследовать проблемы формирования новой генерации деловой элиты системы потребительской кооперации, не только ориентированной патриотически, отождествляющей себя с национальным, государственным, но и высокообразованной, способной не останавливаться в развитии, смотреть в будущее, определять приоритеты в развитии, находящейся в поиске, в первую очередь, новых знаний.

- Пропагандировать идеи и ценности потребительской кооперации России, стран СНГ, международного кооперативного движения. Распространять через идейно-теоретическую деятельность кооперативную идеологию и философию по духовно-нравственному возрождению, которая отражает интересы не только определенной общности – кооперативного сообщества, но и интересы граждан всего мирового сообщества.

Единые и коллективные действия всех звеньев системы кооперативного образования, наиболее полное использование накопленного ею научного потенциала позволят кооперативному образованию развиваться опережающими темпами по сравнению с хозяйственной деятельностью, стать двигателем экономического и социального прогресса многоотраслевой системы потребительской кооперации в целом.

УДК 334.7  
ББК 65.9(2)421.8

Фундаментальные и прикладные исследования  
Научно-теоретический журнал, №1-2, 2005; - 132.

Компьютерная верстка Кирьянов С.Ю., Бугаева О.Ю.  
Корректор Ромашкова И.И.

Подписано в печать 15.03.2005 г. Формат 60x90 1/8 Печать офсетная.  
Бумага офсетная №1. Печ. л. 16,5 Тираж 999 экз. Зак. №

Издательство «Наука и кооперативное образование»  
141014 Московская обл. г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12