

приятиям Ульяновской области будет достаточно предоставленной государственной поддержки.

Проведенные расчеты позволяют:

- рассчитать сумму средств, недостающих для обеспечения воспроизводства отрасли молочного скотоводства;

- обосновать объем государственной поддержки данной отрасли, разделив ее по зонам Ульяновской области;

- связать объем государственной поддержки с увеличением выручки от продажи молока на 1 корову и использовать эту зависимость при прогнозировании;

- использовать нормативы для определения объема государственной поддержки по различным районам области.

Таким образом, рассчитанные по зонам Ульяновской области показатели отражают уровень их потребности в государственной поддержке. Эти характеристики

могут быть использованы для определения наиболее эффективных финансовых вложений федеральных бюджетных средств. Расчеты могут рассматриваться как проектные нормативы финансирования отрасли молочного скотоводства области. Предложенная методика дает возможность определять и своевременно корректировать объемы государственной поддержки отрасли молочного скотоводства с учетом изменения поголовья, объемов производства молока и качественных показателей развития аграрной экономики.

Библиографический список

1. Государственная поддержка и механизмы ее реализации в АПК. – М.: Восход – А, 2008. – 224 с.

2. Дозорова Т.А. Развитие регионального АПК: Вопросы теории и практики. – М.:, 2004. – 376 с.

УДК 334.735

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В АПК

Дозорова Татьяна Александровна, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой «Статистика и организация предприятий АПК»

ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия»

432063, г. Ульяновск, бульвар Новый Венец, 1. Тел.: 8 (8422) 559501

e-mail: t.dozorova@yandex.ru

Ключевые слова: потребительская кооперация, государственная поддержка кооперации

Краткая аннотация: рассмотрены виды созданных в регионе потребительских кооперативов и направления государственной поддержки развития потребительской кооперации, исследованы перспективы развития сельскохозяйственной потребительской кооперации.

Кооперация, причем преимущественно вертикального типа, занимает ключевое место среди механизмов, способствующих реализации государственной агропродовольственной политики. Большинство стран пришли к высокопроизводительному сельскому хозяйству через потребительскую кооперацию, которая и в настоящее время является одной из организационно-правовых

форм вертикальных экономических связей в сельскохозяйственном производстве; свидетельствует о больших возможностях кооперативных объединений, основанных на самоуправлении, развитии хозяйственной демократии и инициативы.

К основным причинам, вызывающим необходимость кооперации производителей сельскохозяйственной продукции ма-

лых форм хозяйствования, можно отнести: высокую фондо- и материалоемкость производства, требующую больших инвестиций; ограниченность собственных денежных средств, необходимых для эффективного функционирования хозяйства; возможность расширения за счет кооперации размеров производства и повышения его эффективности; сезонность в использовании производственных ресурсов и получении сельхозпродукции; неразвитость рыночной инфраструктуры.

К конкурентным преимуществам развития потребительской кооперации в АПК России в целом и региона в частности следует отнести:

1) наличие широкой собственной социально-экономической базы, то есть постоянных потребителей и производителей;

2) организационное единство системы и общность экономических интересов хозяйствующих субъектов, диверсифицированный характер деятельности сельскохозяйственных потребительских кооперативов, что позволяет снизить предпринимательский риск;

3) высокая гибкость реагирования на рыночные изменения и адаптивность за счет наличия в составе кооперативов малых и средних субъектов агробизнеса;

4) дифференциация специализации кооперативов в соответствии с особенностями сельского расселения и географическими условиями;

5) интеграция технологической цепочки внутри потребительской кооперации, что позволяет повысить управляемость технологическим циклом, сократить его длительность и защитить интересы сельских жителей;

6) выполнение коммуникационной роли в сельской местности (кооперативные предприятия играют на селе роль общественно-социального центра).

Рассматривая институциональную основу потребительского кооператива, выделяют следующие взаимосвязанные составляющие:

- *экономическая*, позволяющая увеличить доход сельских жителей, развивать ма-

лые формы хозяйствования, формировать многофункциональную конкурентную среду агропродовольственного рынка.

- *правовая*, дающая возможность осуществлять свою деятельность в условиях реализации государственных программ по поддержке кооперации и устойчивого развития сельских территорий.

- *социальная*, заинтересованная в развитии социальной сферы сельской территории, закреплении населения в сельской местности, обеспечивающая развитие навыков грамотного ведения подсобного хозяйства и профессиональную ориентацию молодежи, снижение безработицы на селе.

Отмеченные конкурентные преимущества и институциональные составляющие кооператива определяют приоритетность развития потребительской кооперации в аграрном секторе (2, с. 75-77).

На 1 января 2011 года в Ульяновской области создано 52 сельскохозяйственных потребительских кооператива, из них 22 были созданы в 2010 году. Из всего многообразия видов потребительских кооперативов в регионе преобладают перерабатывающие СПоК, прежде всего по сбору и переработке молока – 28 кооперативов, или 53,8% их общего числа. Кроме того, из совокупности сельскохозяйственных потребительских кооперативов можно выделить 6 кредитных кооперативов, которые занимаются кредитованием не только личных подсобных хозяйств, но и крестьянских (фермерских) хозяйств; 5 обслуживающих кооперативов, 8 кооперативов по переработке продукции животноводства и овощей, 3 кооператива специализируются на оптовой торговле зерном, семенами, кормами, овощами, прочими продуктами питания, в том числе с привлечением агентов, оказывают различного рода услуги. Основная часть потребительских кооперативов была зарегистрирована в 2009-2010 гг. – 69,2%, что отчетливо характеризует тенденцию по активизации кооперативного движения в Ульяновской области. Это во многом явилось следствием значительной поддержки развития потребительской кооперации в регионе в рамках реализации областной целевой программы «Раз-

витие малых форм хозяйствования на селе Ульяновской области на 2010-2012 годы».

Для оценки перспектив развития потребительских кооперативов в изменяющейся бизнес-среде на агропродовольственных рынках был проведён SWOT-анализ:

наиболее сильной стороной развития потребительской кооперации являются относительно благоприятные природно-климатические условия и ресурсный потенциал для развития малых форм хозяйствования,

наиболее слабыми сторонами кооперации являются выбор кооперативами стратегий, неадекватных рыночной среде и тенденциям её развития, а также трудности существующей законодательной среды их образования и функционирования;

наибольшую угрозу для развития кооперативов в перспективе представляют следующие факторы внешней среды: диспаритет цен на промышленную и сельскохозяйственную продукцию, неблагоприятная демографическая ситуация и социально-психологическая среда, высокая цена кредитных ресурсов.

Влияние этих факторов усиливается при взаимодействии со слабыми сторонами кооперативов, в том числе недостатком инвестиций вследствие тяжелого финансового положения участников кооперации и слабой их мотивацией.

Угрозы снижения конкурентоспособности сельскохозяйственных кооперативов в будущем и возможности их преодоления для формирования успешной кооперативной деятельности стали основой для разработки стратегических альтернатив и организационных моделей, лучшим образом соответствующих существующим рыночным тенденциям. В связи с этим заслуживают внимания разработки Володиной Н.Г., которая предложила развитие в перспективе экстерналичных и интерналичных моделей сельскохозяйственных кооперативов, отличающихся полнотой реализации кооперативных принципов и структурой прав собственности (2).

Кооператив, в котором собственниками являются сельхозтоваропроизводители, относится к интерналичному предпринима-

тельскому кооперативу. Его участники создают общую кооперативную собственность, отношения участника с кооперативом должны строиться на долговременной контрактной основе, позволяющей осуществлять стратегическое планирование деятельности организации.

Экстерналичные предпринимательские кооперативы допускают привлечение капитала от акционеров – не членов кооператива. Ими могут быть институциональные инвесторы и партнёры, занимающиеся переработкой аграрной продукции или поставляющие сельскому хозяйству ресурсы. Это ведёт не только к росту капитала, но и к сокращению транзакционных издержек за счёт координации деятельности вдоль производственной цепочки.

Следует отметить, что в интерналичных и экстерналичных предпринимательских кооперативах различны перспективы их роста. В интерналичных кооперативах инвестиционный потенциал ограничен финансовыми ресурсами членов кооператива, поэтому им подходит стратегия фокусирования, так как капитала недостаточно, чтобы охватить различные сегменты рынка и вкладывать ресурсы в дифференцированную продукцию. Возможности привлечения капитала в экстерналичных кооперативах значительно шире, поскольку зависят от используемых ими финансовых инструментов, следовательно, им целесообразнее избирать стратегию дифференциации (2). Сдерживающим фактором развития экстерналичных кооперативов является ограничение на выплату дивидендов, общая сумма которых, по действующему законодательству, не должна превышать 30% от прибыли кооператива, подлежащей распределению, что снижает стимул сельскохозяйственных товаропроизводителей и других инвесторов вкладывать капитал в организацию. Поэтому для развития экстерналичных предпринимательских кооперативов необходимо законодательно увеличить суммы выплат дивидендов до 45-50% от суммы прибыли, подлежащей распределению.

Предложенные модели потребительских кооперативов в определенной степе-

ни ослабляют классические кооперативные принципы, однако стимулируют привлечение инвестиций как со стороны членов кооператива, так и со стороны внешних инвесторов. Кроме того, они отличаются от традиционных более эффективной структурой прав собственности (способы распределения дохода увязаны с объёмом трансакций участника и размером вложенного в кооператив капитала, доля члена кооператива в капитале имеет рыночную оценку), которая позволяет им, сохраняя ориентацию на интересы своих членов, привлекать необходимое количество капитала; выбирать дол-

госрочные стратегии, имеющие инвестиционно-инновационную направленность; повысить конкурентоспособность потребительских кооперативов на агропродовольственном рынке.

Библиографический список

1. Володина, Н.Г. Эволюция кооперативных практик и экономическая теория кооперации / Н.Г. Володина. - М.: Изд-во РГАУ - МСХА имени К.А. Тимирязева, 2008. – 248 с.
2. Дозорова Т.А. Развитие потребительской кооперации в АПК. - Ульяновск, УГСХА. - 2011. – 101 с.

УДК 631.15:33

ИНСТРУМЕНТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО АНАЛИЗА СПЕЦИАЛИЗАЦИИ РЕГИОНА

Севастьянова Венера Масхутовна, ассистент кафедры «Статистика и организация предприятий АПК»

ФГБОУ ВПО «Ульяновская государственная сельскохозяйственная академия»
432063, г. Ульяновск, бульвар Новый Венец, 1. Тел. 8 (8422) 55-95-01
e-mail: venerasev@yandex.ru

Ключевые слова: специализация, ассортиментная политика, методы анализа ассортимента, ABC и XYZ-анализ, адаптированная матрица бостонской консалтинговой группы.

В статье изложены методические аспекты различных методов структурного анализа товарного ассортимента. Приведен анализ продуктового портфеля основных составляющих рынка продукции, реализуемой сельхозпроизводителями Ульяновской области

В реалиях рыночной экономики, в условиях жесткой конкурентной среды, когда цены на сельскохозяйственную продукцию крайне низки, нет четкого мнения, какой должна быть специализация, чтобы наилучшим образом удовлетворить спрос, обеспечить получение необходимых прибылей и решить другие коммерческие задачи. Каждый производитель ищет свою нишу на рынке, исходя из сложившихся конъюнктурных условий. Поэтому всё большую роль на товарном рынке играет анализ ассортимента продукции.

Ассортиментная политика является одним из важнейших инструментов и со-

ставляющих маркетинга в условиях конкуренции. При несбалансированной структуре товарной продукции происходит снижение уровня прибыли, потеря конкурентных позиций на перспективных потребительских и товарных рынках, и, как следствие этого, наблюдается снижение экономической устойчивости. Для более эффективного управления необходимо внедрять элементы стратегического анализа в деятельность сельхозтоваропроизводителей. Существует несколько подходов к анализу ассортимента.

Комплексный подход предполагает использование различных методов структурного анализа товарного ассортимента: