

**Н. Н. Козырева** (nataljak@tut.by),  
кандидат экономических наук, доцент,  
заведующий кафедрой Белорусского  
торгово-экономического университета  
потребительской кооперации

**Т. В. Жукова** (tania.z@mail.ru),  
старший преподаватель  
Белорусского торгово-экономического  
университета потребительской кооперации

**И. А. Ефименко** (efinna\_1@mail.ru),  
экономист Минского  
торгового колледжа

## СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО МЕХАНИЗМА УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ИНДИВИДУАЛЬНОГО СЕКТОРА АГРАРНОЙ ЭКОНОМИКИ

В статье рассмотрены основные направления обеспечения устойчивого развития личных подсобных хозяйств Республики Беларусь. Разработаны направления совершенствования организационно-экономического механизма устойчивого развития индивидуального сектора аграрной экономики и проведена оценка роли в нем потребительской кооперации, в частности, предложены направления институциональных преобразований потребительской кооперации, развития новых видов услуг, оказываемых личным подсобным хозяйствам, а также меры стимулирования взаимодействия личных подсобных хозяйств с потребительской кооперацией.

The article considers the basic directions of sustainable development of farm households in the Republic of Belarus. Directions of organizational and economic mechanism improvement of personal sector of agrarian economics were developed, as well as assessment of the role of consumer cooperatives in it was made. In particular, directions of institutional reformations of consumer cooperatives, development of new kinds of services rendered by farm households, and promoting measure of collaboration of farm households with consumer cooperatives were proposed.

**Ключевые слова:** индивидуальный сектор аграрной экономики; личные подсобные хозяйства; устойчивое развитие личных подсобных хозяйств; потребительская кооперация; институциональные преобразования потребительской кооперации; услуги.

**Key words:** personal sector of agrarian economics; farm households; sustainable development of farm households; consumer cooperation; institutional reformations of consumer cooperatives; services.

### Введение

*Концепция устойчивого развития является весьма актуальной для мирового сообщества и Республики Беларусь в частности. В Беларуси в данной сфере реализуется ряд государственных программ, например, Национальная стратегия устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь на период до 2020 года и Государственная программа устойчивого развития села на 2011–2015 годы. Вопросы устойчивого развития республики рассматриваются в ряде опубликованных научных работ белорусских ученых, среди которых следует выделить труды В. Н. Шимова, И. В. Войтова, В. С. Бондаренко, А. П. Касьяненко и др. Вместе с тем вопросам устойчивого развития индивидуального сектора аграрной экономики уделено недостаточно внимания.*

Устойчивое развитие представляет собой новую парадигму развития человечества. Данное направление развития подразумевает гармоничный процесс динамичного изменения, в котором использование природных ресурсов, направленность инвестиционных потоков, приоритеты научно-технического развития, формирование современных институтов развития общества, совершенствование личности и общества в целом согласованы между собой и содействуют

укреплению нынешнего и будущего потенциала для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений. Содействию устойчивому развитию на мировом уровне должен способствовать переход к развитию (согласно данной парадигме) государств, их регионов, отдельных населенных пунктов, а также отраслей экономики, институциональных основ развития общества, ментальности личности.

При определении направлений совершенствования организационно-экономического механизма устойчивого развития индивидуального сектора аграрной экономики и роли системы потребительской кооперации в данном процессе, на наш взгляд, следует, во-первых, изучить сущность организационно-экономического механизма, во-вторых, разработать концепцию устойчивого развития индивидуального сектора аграрной экономики, в третьих, исследовать возможности институциональных изменений потребительской кооперации в контексте современных социально-экономических тенденций развития.

Рассматривая сущность организационно-экономического механизма, следует основываться на понятии «механизм», который представляет собой «систему, устройство, определяющие порядок какого-либо вида деятельности» [1], позволяющий получить от взаимодействия компонентов синергетический эффект.

Опираясь на вышеприведенную этимологию термина «механизм», предлагаем рассматривать *организационно-экономический механизм* как совокупность методов и средств, обеспечивающих взаимосвязь организационной, правовой и экономической подсистем и способствующих эффективному развитию системы (отрасли, организации) и укреплению ее конкурентоспособности.

В основе подхода к разработке концепции устойчивого развития личных подсобных хозяйств (ЛПХ) – изучение правовых основ Республики Беларусь в данной сфере. Главным программным документом, определяющим вектор устойчивого развития сельских территорий Беларуси, является Государственная программа устойчивого развития села на 2011–2015 годы. Опираясь на нормы данного документа, полагаем, что устойчивому развитию ЛПХ будет способствовать реализация следующих предлагаемых нами направлений:

1. Гармоничное развитие его членов (здоровый образ жизни, постоянное повышение уровня образования и духовного развития личности, снижение рутинизации ведения домашнего хозяйства).

2. Выращивание экологически чистой и высококачественной продукции овощеводства и животноводства, причем в объемах, превышающих внутреннее потребление.

3. Превращение хобби в дополнительный источник дохода, т. е. создание изделий народного творчества с белорусским колоритом (соломоплетение, лозоплетение, вышивание, шитье, вязание, макраме, кружево, изонить), а также скрапбукинг, бисероплетение, кракле, квиллинг, пэчворк, декорирование стеклянных сосудов и др. *Скрапбукинг* (от англ. «*scrap*» – вырезка и «*book*» – книга, вносить в книгу) – это искусство оригинального, декоративного оформления поздравительных открыток, фотоальбомов, подарочных коробок, составление коллажей и т. д. *Кракле* (трещинки) представляет собой технику придания лаковой или красочной поверхности состаренного (винтажного) вида. *Квиллингом* (от англ. *quill* – птичье перо) или *бумажной филигранью* является искусство бумагокручения. *Пэчворк* (квилт) представляет собой вид народного декоративно-прикладного искусства, основанного на лоскутном шитье. Хобби как источник дополнительного дохода выступает формой надомного труда, позволяющей снизить уровень женской безработицы в сельской местности и способствующей повышению экономической активности населения.

4. Развитие агроэкотуризма, в том числе создание агроэкоусадеб, экомаршрутов и т. д. Услуги агроэкотуризма, помимо предоставления жилых комнат для размещения туристов и обеспечения питания, могут включать организацию познавательных, спортивных, культурно-развлекательных и других мероприятий, спектр которых определит наличие конкурентной среды.

5. Рационализация использования природных ресурсов и содействие сохранению природной среды, включая управление отходами. Формирование у членов ЛПХ основ экокультуры, по нашему мнению, должно выражаться в осуществлении раздельного сбора бытовых отходов с учетом того, что биоразлагаемый мусор, например, должен максимально утилизироваться в ЛПХ; отходы, использование которых возможно в качестве вторичного сырья, могут быть сданы системе потребительской кооперации.

6. Интеграция в информационное общество в Республике Беларусь с использованием современных информационно-коммуникационных технологий.

7. Благоустройство территорий ЛПХ, прилегающей территории, а также содействие благоустройству территории населенного пункта.

Таким образом, развитие ЛПХ в соответствии с вышеуказанными критериями определяет появление спроса на новые виды товаров, работ, услуг. Так как одной из основных задач системы потребительской кооперации является удовлетворение потребностей сельского населения в продуктах питания, непродовольственных товарах и услугах, то с целью сохранения доли рынка и соответствия принципам социальной ответственности необходимо трансформировать взаимоотношения между системой потребительской кооперации Беларуси и ЛПХ.

Кроме того, роль системы потребительской кооперации в содействии устойчивому развитию сельских территорий Беларуси будет заключаться в следующем:

1. *Пропаганда устойчивого развития сельских территорий* предполагает создание на официальном портале Белкоопсоюза веб-страницы по устойчивому развитию территорий (и ЛПХ в частности), создание веб-библиотеки и размещение материалов информационного и обучающего характера по данному направлению. Также важную информационную составляющую несет проведение веб-семинаров и осуществление веб-консалтинга по ключевым направлениям устойчивого развития ЛПХ (возможно, на основе ограниченного доступа посредством паролей). В перспективе возможно создание веб-форума «Клуб «Устойчивое развитие ЛПХ», в рамках которого члены ЛПХ смогут обсуждать вопросы ведения хозяйства и т. д.

Интернет-формат приобщения к идеям устойчивого развития может эффективно сочетаться с традиционным: *создание* при центрах кооперативных участков (ЦКУ), магазинах, автомагазинах *библиотек* с подборкой литературы по устойчивому развитию, выращиванию экологически чистой и высококачественной сельскохозяйственной продукции и т. д.

2. *Оказание образовательных услуг*, т. е. проведение курсов, семинаров (в том числе в дистанционном веб-формате) по вопросам наиболее рационального использования посевного материала, применения удобрений; реализации современных подходов в продуктивном выращивании домашних животных; развития несельскохозяйственных видов деятельности, а также взаимоотношений с системой потребительской кооперации.

3. *Оказание услуг населению по доступу к сети Интернет*. Организации системы потребительской кооперации могут оказывать такие услуги в специализированных организациях общественного питания (интернет-кафе) путем создания точек доступа к интернет-ресурсам в центрах кооперативных участков, уголках пайщика в магазинах и т. д. Кроме того, в интернет-кафе предлагается организовать оказание социальной услуги: обучение компьютерной грамоте и основам работы в интернете без возрастных ограничений.

4. *Развитие розничной торговли* предполагает *расширение сети интернет-магазинов* системы потребительской кооперации, а также *создание специальных отделов по реализации продукции ЛПХ* (сельскохозяйственной и несельскохозяйственной).

5. Предоставление *организациями общественного питания* потребительской кооперации услуг *кейтеринга* (сфера общественного питания, подразумевающая организацию питания на основе выездного обслуживания) и *карвинга* (искусство художественной резки по овощам, фруктам и другим продуктам питания).

6. *Диверсификация заготовительной деятельности* предусматривает закупку у населения не только сельскохозяйственной продукции, но и *изделий декоративно-прикладного искусства* (а также заказ таких изделий) с последующей реализацией данной продукции в собственной розничной сети вблизи туристических объектов (Мирский замок, Несвижский замок и др.), в местах организации событийного туризма (фестиваль юмора в деревне Автюки Калинковичского района и др.), в агроэкоусадебках и других поселениях, а также *поставку данной продукции на экспорт*.

7. *Оказание услуг по обработке земельного участка с применением современной садовой техники, предоставление ее напрокат*.

8. Предоставление ЛПХ возможности пользования *производственной инфраструктурой потребительской кооперации*: холодильным оборудованием, транспортом и т. д.

9. Предоставление *кредитов* для ведения сельскохозяйственного производства, в том числе *мини-кредитов*, а также предоставление *в кредит* или по *системе лизинга* так называемых «*инвестиционных пакетов*», которые представляют собой набор необходимых инструментов и оборудования для выращивания овощей в теплицах, пакеты для выращивания ягод и др.

10. Проведение мер по экономическому стимулированию наиболее активных сдатчиков сельскохозяйственной продукции.

В условиях сокращения количества ЛПХ, выращивающих сельскохозяйственную продукцию и содержащих скот, а также желающих сдавать ее организациям заготовительной отрасли

потребительской кооперации, данной отрасли все сложнее конкурировать при закупке продукции. Проведение подворных обходов с целью выявления потенциальных сдатчиков сельскохозяйственной продукции организациям потребительской кооперации в настоящее время является неактуальной и неэффективной формой организации заготовительной деятельности. В связи с этим считаем, что своевременным и наиболее целесообразным является *переход заготовительной отрасли* при проведении закупок у населения *на заявочный принцип* их проведения, при котором владельцы ЛПХ сами проявляют активность и обращаются к заготовителю своего региона с заявкой о сдаче той или иной продукции в конкретных размерах. Для этого в каждом магазине на стенде заготовителя должен быть указан номер телефона заготовителя, обслуживающего данный регион. Заявки можно подавать в магазинах-заготовительных пунктах (делая записи в специальных журналах), ЦКУ, а также используя мобильную связь, SMS-сообщения, электронную почту и др. При этом работа по сбору и выполнению заявок должна проводиться четко и в установленные сроки, при условии соответствия предлагаемой к сдаче продукции установленным в райпо требованиям по объемам, ассортименту и качеству закупаемой заготовительной отраслью продукции.

Для упорядочения проведения закупок у населения по заявочному принципу необходимо предварительно провести *добровольную паспортизацию ЛПХ*, которую нужно проводить один раз в два или три года, постоянно обновляя созданную электронную базу данных о ресурсном потенциале ЛПХ. Заполнить паспорт владельцы ЛПХ смогут по месту жительства в сельских магазинах или в ЦКУ.

Электронная база паспортизированных ЛПХ должна включать сведения о них в разрезе областей, районов, населенных пунктов, отдельных улиц, номеров домов, и быть доступной по *коду доступа* для работников заготовительной отрасли и заготовителей, что позволит ускорить процессы отбора нужных подворий для закупки той или иной продукции (посредством проведения их сортировок), заключения с владельцами ЛПХ долгосрочных, среднесрочных или краткосрочных договоров на закупку продукции и оказание дополнительных услуг.

При заключении с владельцами ЛПХ договора на закупку продукции и осуществлении предварительных расходов (снабжение семенным материалом, инвентарем, оказание помощи по обработке приусадебного участка, выдаче аванса на проведение сельскохозяйственных работ с последующим перерасчетом при закупке выращенной продукции) необходимо осуществлять их страхование, чтобы обезопасить себя от рисков и непредвиденных ситуаций.

Для эффективного сбыта закупленной сельскохозяйственной продукции заготовительным организациям необходимо определить требования к качеству закупаемой продукции и ассортименту, отвечающему требованиям покупателей, и установить объемы минимальной партии закупок, покрывающей расходы заготовителя на их одновременное проведение в данном населенном пункте. Эффективность проведения закупок можно повысить путем формирования *пакета заявок* по различным признакам: виду продукции, отдельному населенному пункту, грузоподъемности транспортного средства, используемого заготовителем, и др. Формирование пакета заказов может проводиться работниками отдела заготовок райпо и передаваться заготовителям по зонам обслуживания. Это позволит существенно сократить порожние пробеги, нецелевые поездки разъездных заготовителей и повысить эффективность закупок.

Для выработки единых подходов и требований к качеству сельскохозяйственной продукции при ее закупке заготовителями необходимо разработать *«качественные минимумы»* и перечни видов и сортов закупаемой системой потребительской кооперации продукции. Это позволит сократить нерациональные расходы заготовительной отрасли, оказывать влияние на качество и виды производимой ЛПХ продукции, заставит выращивать то, что востребовано потребителями. Кроме того, снизятся объемы закупок нестандартной продукции, менее востребованной покупателями.

*Сформированная электронная база добровольно паспортизированных ЛПХ* должна содержать сведения о подворьях: адрес, фамилию, имя и отчество владельца, телефон, в том числе и мобильный, конкретные объемы, предлагаемые для последующих закупок, в разрезе видов производимой ими продукции. Это позволит заготовительным организациям реально оценивать свои возможности по наращиванию объемов закупок у населения в отличие от предоставляемых статистическими отделами или управлениями данных об объемах валовых ресурсов продукции в разрезе районов, включающих в себя личное потребление и другие направления использования продукции в хозяйстве, но не отражающих ее излишки. Помимо этой информации, паспортизация может позволить собрать сведения о потребности владельцев ЛПХ в семенах, инвентаре, дополнительных услугах и пр.

Огромным преимуществом сформированной базы о ресурсном потенциале ЛПХ является то, что она расширит возможности использования современных технологий для работы с населением при проведении закупок (интернет, мобильную и телефонную связь, SMS-сообщения, рассылку писем конкретным адресатам).

Для стимулирования сотрудничества владельцев ЛПХ с заготовительной отраслью на долгосрочной основе в электронной базе ЛПХ следует накапливать сведения об объемах сданной продукции постоянными активными сдатчиками. Это позволит предоставлять им скидки при покупке товаров в розничной торговой сети потребительской кооперации, что впоследствии принесет системе двойную выгоду. В дальнейшем для этих целей возможно использование «*электронных паспортов владельцев ЛПХ*», в которых накапливаются сведения о количестве сданной продукции, и *дисконтные карточки*, по которым можно покупать в розничной сети магазинов потребительской кооперации товары с предоставленными сдатчикам скидками.

Сформированная база паспортизированных ЛПХ, сдающих свою продукцию заготовительной отрасли, позволит также ежегодно проводить различные конкурсы (по видам сданной продукции, регионам и т. п.) с последующим поощрением.

С теоретической и практической точек зрения одним из важнейших элементов организационно-экономического механизма является определение *эффективных мер стимулирования*.

В научной литературе рассматриваются различные варианты участия пайщиков в деятельности потребительской кооперации и их материальное стимулирование. Анализируя мировой опыт, следует отметить, что в потребительских кооперативах ряда европейских стран применяются различные скидки и льготы (в частности, возврат части стоимости покупок своим пайщикам в конце года), начисление ежегодных дивидендов и премиальных, распределение части прибыли пропорционально стоимости купленных пайщиками товаров (но не более 5% от суммы пая) и др.

Основной формой экономической поддержки отечественной системы потребительской кооперации со стороны пайщиков выступает их участие как покупателей в торговой деятельности, что обеспечивает гарантированный сбыт товаров и повышение товарооборота. Однако в настоящее время пайщиками являются преимущественно сами работники потребительской кооперации и почти не действует механизм по привлечению сторонних лиц в ряды членов потребительских обществ. Также нет налаженной и четкой системы учета и стимулирования пайщиков.

Ранее нами уже предлагалось для достижения взаимовыгодности экономического сотрудничества осуществить перерегистрацию всех пайщиков и пересмотреть величину паевого взноса и, что наиболее важно, обязательность его внесения [2].

На сегодняшний день годовой паевой взнос для пайщика составляет одну базовую величину (для пенсионеров – скидка 50%). При регистрации пайщика его дополнительный разовый взнос составляет 1% от базовой величины. Последующая уплата паевого взноса не регламентируется и на местах фактически не ведется, за исключением самих работников кооперативных организаций. С целью повышения интереса со стороны обслуживаемого населения к активному участию в деятельности кооперативных организаций одним из возможных вариантов нами предлагается определение размера паевого взноса в зависимости от величины экономической выгоды для пайщика. По сути, величина паевого взноса, который следовало бы уплатить пайщику за год, будет равна величине полученных бонусов или надбавок к закупочной цене на сдаваемую сельскохозяйственную продукцию, которая по частям вернется ему за определенный период времени. Пайщик в данном случае ничего не теряет.

Для активных сдатчиков сельскохозяйственной продукции, дикорастущих плодов и ягод, лекарственно-технического сырья, вторичного сырья могут быть применены методы экономического стимулирования.

В качестве одной из форм взаимодействия потребительской кооперации и ее пайщиков можно рассмотреть *систему бонусов* в качестве материального стимула. Нами предлагается использовать *модифицированную методику расчета величины бонуса для сдатчиков сельскохозяйственной продукции*, основные положения которой были предложены Г. М. Ефремовой для отрасли торговли [3].

В качестве формы кооперативных выплат можно рассматривать надбавку к закупочной цене на сдаваемую *пайщиками* сельскохозяйственную продукцию и сырье. Величина надбавки к закупочной цене и предельная величина скидки для *сторонних сдатчиков* могут быть определены по следующим формулам:

$$Hб \leq \frac{(100 - Дзн) \cdot C}{Дзн},$$

$$C \geq \frac{Hб \cdot Дзн}{100 - Дзн},$$

где  $Hб$  – надбавка к закупочной цене на сельскохозяйственную продукцию для сдатчиков-пайщиков, %;

$C$  – скидка к закупочной цене на сельскохозяйственную продукцию для сторонних сдатчиков, %;

$Дзн$  – доля сдатчиков-пайщиков в заготовительном обороте райпо (организации) до введения кооперативных выплат (бонусов), % [2].

Полученный результат означает максимальную величину надбавки к закупочной цене для пайщиков, сдающих выращенную продукцию, при которой затраты на выплату бонусов будут покрываться за счет скидки к закупочным ценам для сторонних сдатчиков. Особо следует остановиться на том моменте, что в расчетах используется не вся величина заготовительного оборота, полученного от закупок продукции у индивидуальных сельхозпроизводителей, а только той части населения, которая является пайщиками потребительской кооперации.

В данном случае мы не основываемся на удельном равенстве между долей пайщиков в численности обслуживаемого населения и долей закупок сельскохозяйственной продукции у пайщиков, как это сделано при определении уровня повышения цен на товары в магазинах потребительской кооперации для сторонних покупателей [3]. Это связано с тем, что часть пайщиков может не заниматься выращиванием сельскохозяйственной продукции или не производить ее в таких объемах, чтобы часть сдавать системе потребительской кооперации.

Что касается механизма реализации системы кооперативных выплат, то необходимо предусмотреть следующие условия: определить наиболее целесообразные виды кооперативных выплат в каждой организации потребительской кооперации; выбрать методы учета индивидуального экономического участия пайщика посредством использования журналов учета, заборных и паевых книжек, пластиковых карт, компьютерных технологий и т. д.; проводить экономическое обоснование размера кооперативных выплат (особенно по сезонным распродажам, выплатам за счет доходов по результатам деятельности или из прибыли и др.); определять величину кооперативных выплат следует в зависимости от экономического участия пайщика; разработать формы отчетности и проводить учет экономического участия пайщиков и кооперативных выплат; отражать наиболее важные показатели экономического участия пайщиков и размеры кооперативных выплат в ежегодных планах организации; проводить рекламную работу среди населения о предполагаемых и фактических преимуществах, создаваемых для пайщиков, льготах и кооперативных выплатах пайщикам потребительского общества.

Для реализации данных условий отечественной потребительской кооперации необходимо решить ряд проблем. Одной из возможностей их решения может быть использование компьютерных технологий. Это позволит оперативно найти оптимальный размер кооперативных выплат, т. е. определить такую их величину, которая заинтересует пайщиков в покупках товаров, сдаче сельскохозяйственной продукции своего домашнего хозяйства, увеличении размера паевого взноса.

В условиях компьютеризации расчетов товарооборот, заготовительный оборот пайщиков и бонус отражаются на лицевом счете каждого пайщика, а у пайщика – на паевой карте (паевой книжке). Это позволит получать информацию об отдельных пайщиках и в целом о кооперативной организации в любой момент времени. Поставленные задачи по повышению экономического участия пайщиков в деятельности организации и их материальному стимулированию должны решаться каждой организацией системы потребительской кооперации в индивидуальном порядке, но общие направления и предложения по совершенствованию данной работы могут быть использованы всеми потребительскими обществами.

## **Заключение**

Таким образом, предложенные направления совершенствования организационно-экономического механизма устойчивого развития индивидуального сектора аграрной экономики и участия в нем потребительской кооперации, связанные с институциональными преобразованиями потребительской кооперации, развитием новых форм и методов работы с населением, видов услуг, оказываемых личным подсобным хозяйствам, и мерами стимулирования взаимодействия личных подсобных хозяйств и потребительской кооперации, будут способствовать укреплению конкурентоспособности данной структуры и содействовать устойчивому развитию сельских территорий Беларуси.

## **Список литературы**

1. **Ожегов, С. И.** Словарь русского языка: 70 000 слов / С. И. Ожегов ; под ред. Н. Ю. Шведовой. – 22-е изд., стер. – М. : Рус. яз., 1990. – 921 с.
2. **Козырева, Н. Н.** Совершенствование экономического механизма взаимодействия потребительской кооперации с обслуживаемым населением / Н. Н. Козырева, Т. В. Жукова // Наука и потребительская кооперация: перспективы развития : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 23 нояб. 2006 г. / Белкоопсоюз ; редкол. : Г. В. Германович (отв. ред.) [и др.]. – Минск, 2007. – С. 129–138.
3. **Ефремова, Г. М.** Концепция возрождения потребительской кооперации России на принципах Международного Кооперативного Альянса : дис. ... д-ра. экон. наук : 08.00.05 / Г. М. Ефремова. – Новосибирск, 2000. – 342 с.

*Получено 28.03.2013 г.*