

**Васильева М.А.**

аспирантка экономического факультета  
Владимирского государственного университета

# потребкооперация: «грезы» о новом качестве

анализ жизненного цикла  
организаций потребительской кооперации

*Миссия современной потребительской кооперации в России заключается в создании условий для решения экономических, социально-бытовых проблем и снижения социальной напряженности в обществе за счет развития как традиционных для нее отраслей (торговля, заготовки, переработка сельхозпродукции, бытовые услуги, кооперативная промышленность, подсобные хозяйства), так и новых видов деятельности.*

Система потребительской кооперации представляет собой совокупность, которая состоит из иерархически зависимых сложных подсистем, объединенных средствами организации, связями (материальными и информационными), обеспечивающими целенаправленную деятельность, удовлетворяющую потребности общества в услугах розничной и оптовой торговли, по закупкам сельхозпродукции у населения и пр. Основным элементом системы потребительской кооперации являются предприятия потребительской кооперации (потребительское общество, райпо и др.), с помощью которых реализуются целевые задачи системы. Среди существующих подходов к изучению системы потреби-

тельской кооперации традиционным является иерархический. Наиболее распространенной схемой по построению отношений на принципах открытого рынка считается та, в которой предприятие потребительской кооперации рассматривается как главный или предпочтительный объект в общей системе. Эта схема в основном характерна для системы потребительской кооперации в России и является достаточно эффективной для развития рыночных отношений на современном этапе.

## **Развитие потребительской кооперации**

Потребительская кооперация изучается на разных уровнях формализации: локальном и глобальном. Системы потребительской коопе-

рации стран и регионов в качестве объектов входят в другие глобальные социально-экономические системы межгосударственного значения.

Потребительская кооперация является открытой сложной динамической системой, состоящей из входящих в нее подсистем – предприятий (организаций), специализирующихся на ведении различных видов деятельности. Анализ жизненного цикла системы потребительской кооперации отражается в моделях анализа жизненного цикла предприятия.

В современных условиях глобализации мировой экономики возрастает роль интегрированных структур управления предприятиями, существующих в рамках общей организационной формы. Происходит формирование мощных торговых систем, сосредоточенных, как правило, в областных центрах. Такая ситуация обуславливает отток различных ресурсов из сельской местности и приводит к убыточности сельскохозяйственных товаропроизводителей.

система  
потребительской  
кооперации представляет  
собой совокупность,  
которая состоит  
из иерархически  
зависимых сложных  
подсистем

Необходимы анализ и выявление возможных путей решения данной проблемы.

В целом под развитием организации понимается естественный, закономерный процесс, то, что в специалисты называют «жизненным циклом организации». Такой подход обусловлен тем, что понятие жизненного цикла помогает выделить стадии, через которые проходит организация, в данном случае организация системы потребительской кооперации, и спрогнозировать проблемы, возникающие при переходе от одного этапа к другому.

### ***Если присмотреться: витки спирали, стадии...***

Каждая организация всегда проходит несколько этапов своего развития, каждый из них сменяется следующим, но, как правило, с преодолением трудностей и противоречий, то есть ни одна организация не остается в неизменном состоянии, что подтверждает концепция процессуальности и стадийности развития организации. При рассмотрении этапов развития организации выделим несколько уровней. Стадии – это определенные периоды функционирования организации, в данном случае системы потребительской кооперации, которым свойственные аналогичные внутренние ценности и ориентации. Циклы развития – это периоды изменения ценностных установок и управленческих задач. При рассмотрении поведения организаций потребительской кооперации, в частности изменения в численности пайщиков потребительских обществ, мы заметили, что

они протекают циклически. Вывод не стал для нас неожиданным. Если провести аналогию с формами материи, то им свойственна либо цикличность в чистом виде, либо поступательное развитие, которое идет по спирали: от простых форм к более сложным. Так, витки спирали – это циклы, которые последовательно сменяют друг друга.

**...НО ИЗ ЭТОГО СКЛАДЫВАЕТСЯ  
ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ  
ПОТРЕБКООПЕРАЦИИ**

Итак, по нашему мнению, жизненный цикл организации – потребительской кооперации, состоит из следующих стадий:

1. *Зарождение организации.* Первая стадия развития организации (системы потребительской кооперации) – ее формирование.

На данной стадии для системы потребительской кооперации важно найти свою нишу, выявить специфические потребности и соотнести их с представлениями о задачах деятельности организации.

2. *Становление.* Совместная деятельность, которую начинают вести члены организации на данном этапе, запускает процессы формирования знаний на индивидуальном онтологическом уровне, когда опыт, получаемый каждым сотрудником, перерабатывается в соответствии с личными убеждениями и представлениями.

На этом же этапе начинается «ярмарка» знаний, когда в ходе совместной деятельности каждый член коллектива вольно или невольно демонстрирует собственную систему представлений, умения и навыки.

ЦИКЛЫ РАЗВИТИЯ –  
ЭТО ПЕРИОДЫ ИЗМЕНЕНИЯ  
ЦЕННОСТНЫХ УСТАНОВОК  
И УПРАВЛЕНЧЕСКИХ ЗАДАЧ

3. *Развитие.* Этот этап обусловлен стремительным ростом организации на фоне активного освоения рынка, развития и модернизации деловых процессов. Здесь процессы адаптации к внешней среде и внутренней интеграции особенно интенсивны. Все указанные факторы определяются групповыми представлениями и ценностями – тем, что образует базис организационной культуры. Этот этап можно условно назвать периодом формирования базиса организационной культуры.

4. *Переход в новое качество.* Это новая стадия жизненного цикла организаций потребительской кооперации. Отказываясь от своих принципов, потребкооперация в периоды мобилизации (во время войны) начинает выполнять государственные задания и форсировать создание потребительских обществ-гигантов по 50, 100 и более тысяч членов, что приводит к замене прямой кооперативной демократии представительной.

Серьезная организаторская работа Центросоюза России, принятие и осуществление им конкретных эффективных мер позволили системе потребительской кооперации уже к 1996-1998 гг. обеспечить стабилизацию показателей по всем видам деятельности. При этом в основе лежали кооперативные принципы и ценности.

потребительская  
кооперация становится  
одним из современных  
секторов экономики  
России

**Следующий этап –  
переход в новое качество**

Итак, анализ эволюции развития потребительской кооперации позволяет сделать ряд выводов.

*Во-первых*, появление потребкооперации в России явилось закономерным результатом мирового общецивилизационного развития.

*Во-вторых*, процессы, протекающие в рамках эволюции российской потребительской кооперации, являются циклическими, их можно представить в виде следующей периодизации: зарождение, становление, развитие, переход в новое качество, где каждый этап характеризуется своими особенностями развития. Следовательно, очередным этапом должно стать развитие кооперации в новом качестве. Приоритетными направлениями на данном этапе, учитывая современное положение, могут стать:

- производство и выпуск экологически чистых продуктов;
- нетрадиционная медицина с использованием трав;
- организация на селе банковского и страхового дела.

Для «реинкарнации» по теории Айдизеса необходима разработ-

ка новых идей, что требует новых подходов к организации потребительской кооперации, новых лидеров. Таким образом, потребительская кооперация становится одним из современных секторов экономики России.

**Литература**

1. Васильева М.А. Проблемы и пути развития потребительской кооперации региона. Проблемы развития региональных социально-экономических систем (пленарные доклады, тезисы выступлений) / отв. Ред. Ю.Н. Лапыгин. – Владимир: ВлГУ, 2006. – 377 с.
2. Сероштан М.В., Ткач А.В. и др. Потребительская кооперация: учебное пособие / под общей редакцией А.В. Ткача – М.: Московский университет потребительской кооперации, 2004. – 218 с.
3. Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации: учебное пособие. – Петрозаводск: ПетрГУ, 2002. (Электронный ресурс). – Электронные данные. – Режим доступа: <http://www.aup.ru/books/m150>.
4. Каськов Е.М. Основные направления системного анализа организаций потребительской кооперации // Вестник СевКавГТУ, Серия «Экономика», №1 (12), 2004. (Электронный ресурс). – Электронные данные. – Режим доступа: [http://window.edu.ru/window\\_catalog/redirect?id=17436](http://window.edu.ru/window_catalog/redirect?id=17436).

рп