

ЭКОНОМИКА

Дмитриева Людмила Николаевна

канд. экон. наук, доцент, проректор

Чебоксарский кооперативный институт (филиал)

АНОО ВО Центросоюза РФ «Российский университет кооперации»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ УРОВНЯ РАЗВИТИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ КООПЕРАТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Аннотация: в данной статье автором рассматриваются место и роль коммерческой деятельности потребительской кооперации в результативности работы системы потребительской кооперации, региональной экономической системы.

Ключевые слова: потребительская кооперация, коммерческая деятельность, система показателей оценки, коммерческая деятельность, кооперативная организация.

Потребительская кооперация является полноправным участником развития региональной экономической системы. Играя важную роль в решении социально-экономических проблем сельского населения региона, она эффективно взаимодействует с государственными институтами. Стержнем же развития потребительской кооперации, по нашему мнению, считается ее коммерческая деятельность. Коммерческая деятельность имеет место в работе всего многоотраслевого комплекса хозяйственной деятельности этой социально-экономической системы: в процессе закупок и переработки сельскохозяйственной продукции, сырья для перерабатывающих предприятий, организации продажи товаров, в процессе предоставления различного рода услуг. Исходя из этого, следует заключить: развитие и постоянное совершенствование коммерческой деятельно-

сти должно стать приоритетной сферой управления бизнес-процессами в потребительской кооперации. Следовательно, коммерческая деятельность потребительской кооперации должна иметь в основе своего развития стратегию, которая в свою очередь, должна разрабатываться с учетом сложившегося уровня развития коммерческой деятельности, оцениваемого на основе определенных показателей. Результативность коммерческой деятельности потребительской кооперации, таким образом, будет сказываться не только на результатах работы потребительского общества, но и на уровне экономического развития региона, в котором она осуществляет свою деятельность.

На формирование стратегии коммерческой деятельности кооперативной организации оказывают влияние следующие факторы (таблица 1):

Таблица 1

**Факторы, влияющие на формирование коммерческой стратегии
кооперативной организации**

Факторы, определяющие стратегию коммерческой деятельности	
Цели и задачи организации, обусловленные тенденциями развития рынка товаров	Разрабатываются на краткосрочный и ближайший периоды, выражаются количественными и качественными показателями
Мобилизационные возможности организации с ориентацией на коммерческую деятельность	Экономические ресурсы (материальные, финансовые, производственные, кадровые)
Сложившиеся условия внешней среды организации	Факторы внешнего характера (макроокружения, микроокружения) и степень их воздействия в пределах деятельности организации
Показатели рынка товаров	Конкретный спрос потребителей, конъюнктура рынка, динамика цен на товары, конкурентные позиции
Организационная структура управления	Зависимость от функций организации и направленности рынка

Чтобы оценить степень влияния коммерческой деятельности потребительского общества на результативность работы региональной потребительской кооперации, необходимо определить показатели, характеризующие степень этого влияния. Предлагаем следующую систему показателей, оценивающих решение

задач кооперативной организации в области ведения ею коммерческой деятельности, которая может включать в себя следующие направления и соответствующие им показатели (таблица 2).

Таблица 2

Система показателей оценки коммерческой деятельности
кооперативной организации

Направление коммерческой деятельности	Показатели эффективности коммерческой работы
1. Формирование и стимулирование спроса	1.1. Соответствие объема и структуры товарного предложения объему и структуре покупательского спроса 1.2. Коэффициент завершенности покупки 1.3. Объем и структура неудовлетворенного спроса 1.4. Рентабельность рекламных мероприятий
2. Формирование товарного ассортимента	2.1. Широта ассортимента 2.2. Глубина ассортимента 2.3. Коэффициент обновления ассортимента 2.4. Коэффициент устойчивости ассортимента
3. Планирование товарного предложения и обеспечение товарами	3.1. Динамика товарооборота 3.2. Изменение времени обращения товаров 3.3. Степень соответствия товарных запасов нормативу 3.4. Степень выполнения плана закупок 3.5. Степень выполнения договорных обязательств поставщиками 3.6. Ритмичность поступления товаров по ассортименту 3.7. Коэффициент допустимого уровня качества товаров 3.8. Динамика суммы и уровня дохода
4. Персонал коммерческой деятельности	4.1. Уровень квалификации персонала 4.2. налаженность системы подготовки и переподготовки кадров коммерческого аппарата
5. Организация логистики и ее компьютерное обеспечение	5.1. Оптимизация каналов товародвижения 5.2. Наличие средств автоматизации 5.3. Наличие компьютерной сети и системного программного обеспечения
6. Экономическая эффективность коммерческой деятельности	6.1. Прирост дохода от коммерческих операций 6.2. Прирост прибыли от коммерческой деятельности 6.3. Соотношение доходов и расходов по покупке и реализации товаров

Оценив уровень развития собственно коммерческой деятельности, следует оценить уровень влияния коммерческой деятельности на результаты хозяйствования кооперативной организации. При этом показатели можно подразделить

на обобщающие и дополнительные, в числе дополнительных выделить экономические и социальные. В качестве обобщающих предлагается использовать показатели оценки использования ресурсного потенциала организации (таблица 3).

Таблица 3

Система обобщающих показателей, характеризующих результаты хозяйствования кооперативной организации под воздействием развития коммерческой деятельности

Группа показателей	Название показателей	Методика расчета
1. Обобщающие показатели эффективности деятельности	1.1. Общая экономическая рентабельность	Прибыль до налогообложения/ товарооборот x 100
	1.2. Рентабельность товарооборота	Прибыль от продаж/ товарооборот x 100
2. Эффективность использования капитала	2.1. Рентабельность активов	Чистая прибыль/капитал x 100
3. Эффективность использования основных фондов	3.1. Рентабельность основных средств	Прибыль до налогообложения/среднегод. стоимость внеоборотных активов x 100
	3.2. Товарооборот на 1 кв. м общей (торговой) площади	Товарооборот/ общая (торговая) площадь
	3.3. Прибыль на 1 кв. м общей (торговой) площади	Прибыль до налогообложения/общая (торговая) площадь
4. Эффективность использования оборотных средств	4.1. Рентабельность материальных оборотных активов	Чистая прибыль/оборотные активы x 100
	4.2. Коэффициент оборачиваемости материальных оборотных активов	Товарооборот/средние товарные запасы
	4.3 Продолжительность оборота материальных оборотных активов	Средние товарные запасы/однодневный товарооборот
5. Эффективность использования трудовых ресурсов	5.1. Товарооборот на 1 работника	Товарооборот/среднесписочная численность работников
	5.2. Прибыль на 1 работника	Прибыль от реализации (или чистая прибыль)/ среднесписочная численность работников
	5.3. Соотношение темпов роста производительности труда и средней заработной платы	Темпы роста производительности труда/темпы роста средней заработной платы
6. Эффективность текущих затрат	6.1. Уровень издержек обращения	Сумма издержек обращения/товарооборот x 100

	6.2. Рентабельность текущих затрат	Прибыль до налогообложения/сумма издержек обращения x 100
--	------------------------------------	---

В группу дополнительных экономических показателей (таблица 4) включаются показатели, характеризующие коммерческую деятельность по закупке и продаже товаров. При этом необходимо учитывать взаимовыгодный эффект предприятиями различных отраслей системы благодаря внутрисистемным источникам поступления, например: динамика доли закупленной сельскохозяйственной продукции, переданной собственным предприятиям, в общем объеме оборота розничной торговли и общественного питания потребительского общества; динамика доли произведенных в системе товаров, направленных в розничную сеть и предприятия общественного питания, в общем объеме товарооборота розничной торговли и общественного питания.

В группе социальных, не менее важных с точки зрения социальной направленности системы и выполнения ею своего основного функционального предназначения, будет являться динамика таких показателей, как количество пайщиков (степень кооперирования населения), увеличение доли рынка, охват денежных доходов населения оборотом розничной торговли, объем оборота розничной торговли в расчете на душу обслуживаемого населения, расширение перечня предоставляемых услуг.

Таблица 4

Дополнительные экономические и социальные показатели, характеризующие общий социальный эффект результативности коммерческой деятельности и хозяйствования кооперативной организации

Направление коммерческой деятельности	Показатели эффективности коммерческой деятельности
1. Внутрисистемный взаимовыгодный эффект	1.1. Динамика доли закупленной сельскохозяйственной продукции, переданной собственным предприятиям, в общем объеме оборота розничной торговли и общественного питания потребительского общества
	1.2. Динамика доли произведенных в системе товаров, направленных в розничную сеть и предприятия общественного питания, в общем объеме товарооборота розничной торговли и общественного питания

<p>2. Социальная результативность коммерческой деятельности</p>	<p>2.1. Динамика количества пайщиков 2.2. Увеличение доли рынка 2.3. Охват денежных доходов населения оборотом розничной торговли 2.4. Динамика товарооборота на единицу обслуживаемого населения 2.5. Расширение и динамика объема предоставляемых платных услуг</p>
---	---

Перечисленные показатели являются для системы потребительской кооперации стратегически важными, поскольку они способствуют росту объемов деятельности системы, характеризуют уровень развития коммерческой деятельности, ее стратегические возможности, а также стратегические возможности хозяйственной деятельности потребительских обществ в целом. По нашему мнению, предлагаемые показатели должны быть рассчитаны и оценены как на уровне самой кооперативной организации, так и на уровне региональной экономической системы для принятия органами государственной власти и местного самоуправления решения по вопросу включения кооперативной организации в программы реализации социально-экономического развития региона.

Список литературы

1. Байхаджиев Р.Э. Специфика формирования конкурентоспособности предприятий розничной торговли потребительской кооперации // Вестник Белгородского университета потребительской кооперации. – 2008. – №2. – С. 202–205.