



**ПОСТАНОВЛЕНИЕ**

**КАРАР**

08.04.2016

г.Казань

№ 206

Об утверждении Концепции развития потребительской кооперации в Республике Татарстан на 2016 – 2020 годы

В целях развития потребительской кооперации в Республике Татарстан Кабинет Министров Республики Татарстан **ПОСТАНОВЛЯЕТ:**

1. Утвердить прилагаемую Концепцию развития потребительской кооперации в Республике Татарстан на 2016 – 2020 годы.

2. Министерству сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан совместно с заинтересованными министерствами и ведомствами и с участием Союза организаций потребительских обществ Республики Татарстан до 1 декабря 2016 года разработать и внести в Кабинет Министров Республики Татарстан для утверждения план мероприятий по реализации утвержденной настоящим постановлением Концепции.

3. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на Министерство сельского хозяйства и продовольствия Республики Татарстан.

Премьер-министр  
Республики Татарстан



И.Ш.Халиков

Утверждена  
постановлением  
Кабинета Министров  
Республики Татарстан  
от 08.04. 2016 № 206

## **Концепция развития потребительской кооперации в Республике Татарстан на 2016 – 2020 годы**

### **1. Общие положения**

1.1. В настоящей Концепции развития потребительской кооперации в Республике Татарстан на 2016 – 2020 годы (далее – Концепция) сформулированы основные цели и задачи развития потребительской кооперации в Республике Татарстан, содержание проблем и пути их решения, а также механизм реализации Концепции. Реализация Концепции должна обеспечить стабильное, поступательное развитие потребительской кооперации, повышение роли организаций потребительской кооперации в решении социально-экономических проблем и вопросов самодостаточности республики в сфере продовольственного обеспечения.

1.2. Под потребительской кооперацией в настоящей Концепции понимается система потребительских обществ и их союзов, организаций потребительской кооперации, создаваемых и действующих в соответствии с Законом Российской Федерации от 19 июня 1992 года № 3085-1 «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации».

1.3. Потребительская кооперация республики призвана стать важной системой, осуществляющей заготовительную, перерабатывающую и торговую деятельность, предоставляющей услуги сельскому населению.

### **2. Цели и задачи развития потребительской кооперации в Республике Татарстан**

2.1. Основными целями развития потребительской кооперации в Республике Татарстан являются значительное увеличение производства сельскохозяйственной продукции и повышение благосостояния сельского населения.

2.2. Основные задачи, на решение которых направлена Концепция:

увеличение объемов закупок сельскохозяйственной продукции потребительскими обществами и кооперативами;

повышение деловой активности сельскохозяйственных товаропроизводителей;

создание на базе потребительских обществ и кооперативов экономически эффективной, инвестиционно привлекательной системы производства и переработки сельскохозяйственной продукции;

создание информационной системы поддержки потребительской кооперации;

развитие кадрового потенциала и профессионального образования работников потребительской кооперации.



### 3. Содержание проблем и пути их решения

3.1. Главная задача развития заготовительной отрасли потребительской кооперации – освоение ресурсов сельскохозяйственной продукции, производимой в личных подсобных хозяйствах жителей республики. Показатели работы заготовительной отрасли является барометром деятельности всей потребительской кооперации.

Основными проблемами, препятствующими развитию заготовительной деятельности, являются:

- отсутствие единой системы сбыта закупленной сельскохозяйственной продукции и дикорастущего сырья;

- недостаточность оборотных средств для развития материально-технической базы закупки и хранения продукции;

- неоднородность качества покупаемой сельскохозяйственной продукции;

- отсутствие специализированных кадров заготовительной отрасли.

Учитывая имеющиеся проблемы, приоритетными направлениями развития заготовительной деятельности потребительской кооперации являются:

- развитие материально-технической базы заготовки и хранения сельскохозяйственной продукции, восстановление имеющихся, строительство новых овощехранилищ;

- использование потенциала имеющихся производственных и торговых мощностей для первичной обработки (переработки), хранения и сбыта сельскохозяйственной продукции;

- восстановление и высокопроизводительное использование скотобойных пунктов;

- интеграция закупок с системой сбыта за счет создания на рынках торговых мест для сельскохозяйственных товаропроизводителей;

- оказание помощи владельцам личных подсобных хозяйств в выращивании овощей и других сельскохозяйственных культур с выделением им семян и с последующим выкупом выращенного урожая;

- подготовка кадров по заготовительной деятельности;

- вовлечение экономически активного, незанятого населения в деятельность по сбору лекарственно-технического и дикорастущего сырья.

3.2. Основные проблемы, характеризующие производственную деятельность потребительской кооперации:

- низкий уровень технического и технологического обеспечения;

- недостаточный ассортимент выпускаемой продукции и оказываемых услуг.

Приоритетами развития производственной деятельности потребительских обществ и кооперативов, оказания платных услуг и бытового обслуживания сельского населения являются:

- объединение, при необходимости, предприятий в единые логистические схемы для сбыта готовой продукции;

- интеграция кооперативного производства с системой заготовительной и торговой деятельности;

- модернизация имеющихся и создание новых производств;



реализация проектов по снижению энергоемкости кооперативного производства;

освоение (загрузка) имеющихся производственных мощностей до уровня не ниже 80 процентов;

внедрение международной системы качества продукции и системы управления производством;

внедрение кооперативной торговой марки для продвижения продукции в торговой сети;

обеспечение участия потребительской кооперации в выставочных мероприятиях и ярмарках;

обучение специалистов новым технологиям для работы в производственных цехах;

формирование единой информационной системы поддержки производства и продвижения товаров на рынки;

внедрение выездной формы бытового обслуживания населения в отдаленных населенных пунктах, а также через прием в магазинах сети заказов на оказание услуг бытового обслуживания на дому заказчика;

взаимодействие по договорам с общественными и иными организациями на обслуживание ветеранов, инвалидов, социально незащищенных групп населения;

участие в реализации государственных и ведомственных целевых программ по развитию сферы бытового обслуживания;

проведение постоянного мониторинга по выявлению потребностей в необходимых услугах с учетом платежеспособного спроса потребителей.

3.3. Торговля – основное направление деятельности потребительской кооперации. Основным предназначением торговой деятельности является доведение до потребителей, пайщиков, членов потребительских обществ и кооперативов заготовленной и переработанной продукции. На потребительской кооперации лежит также социальная ответственность за обеспечение продовольствием и товарами первой необходимости жителей удаленных и малонаселенных пунктов.

Торговая деятельность потребительской кооперации отличается существенными особенностями, которые должны учитываться при определении ключевых направлений ее развития:

обслуживание значительной части сельского населения;

возможность частичного обеспечения потребностей торговли за счет производства собственной продукции.

Необходимо отметить, что:

значительное количество магазинов убыточно, особенно в населенных пунктах с численностью населения менее 100 человек, и выполняют в основном социальную функцию;

многие торговые точки находятся на значительном удалении от возможных логистических распределительных центров.

Приоритетами развития торговой деятельности потребительской кооперации должны стать:

расширение ассортимента реализуемой продукции, оказываемых услуг;



создание единого бренда торговых сетей, унифицированных стандартов оформления торговых объектов, обслуживания в них;

использование новых направлений торговли (заказ товаров через информационно-телекоммуникационную сеть «Интернет» и др.);

автоматизация торговых процессов (учет поступления и реализации товаров);

поддержка торговых кооперативов, имеющих большое социальное значение для небольших, отдаленных от районных центров населенных пунктов;

развитие выездной торговли (автолавки) для реализации продукции собственного производства и товаров первой необходимости;

обеспечение контроля и учета за эффективной эксплуатацией автолавок, полученных в качестве государственной поддержки в форме субсидий, посредством проверок выполнения графика выездной торговли, установки GPS-навигаторов;

привлечение инвестиционных ресурсов, свободных средств пайщиков и членов потребительских обществ и кооперативов.

3.4. Организация общественного питания является одним из направлений деятельности потребительской кооперации, имеющих социальное значение. Многие услуги носят эксклюзивный характер и крайне востребованы, особенно в сельских районах. Вместе с тем общественное питание – одна из наиболее сложных и трудоемких отраслей. Цель развития системы общественного питания – развитие в потребительской кооперации экономически оправданной системы доступного и качественного общественного питания, удовлетворяющей потребности населения.

Основные задачи развития системы общественного питания:

создание предприятий общественного питания и оптимизация их формата в соответствии с тенденциями современного рынка;

развитие отдельных предприятий общественного питания, имеющих особенности, не характерные для других организаций общественного питания;

развитие производства кулинарных, кондитерских изделий и полуфабрикатов на базе объектов общественного питания потребительской кооперации;

расширение рынков сбыта продукции за счет реализации через розничные сети;

охват каждой дошкольной образовательной организации и общеобразовательной организации района предприятиями общественного питания;

участие в тендерах по поставке своей продукции;

оптимизация перечня предоставляемых населению услуг по следующим критериям: комплексность, востребованность, эксклюзивность (возможное предоставление услуг, не предоставляемых другими субъектами) и конкурентоспособность;

развитие и совершенствование материально-технической базы;

механизация и автоматизация технологических процессов, внедрение высокопроизводительного оборудования для приготовления и отпуска пищи, эффективное использование новой техники, модернизация действующего оборудования, комплексная механизация и автоматизация производственных процессов;

создание системы обеспечения и контроля качества продукции, разработка эффективной маркетинговой стратегии;

развитие ориентированных на различные группы потребителей сетей предприятий питания, учитывающих, в частности, национальную и обрядовую кухни, обеспе-



чивающих организацию корпоративного, семейного (с досугом взрослых и организацией игровых комнат для детей), молодежного досуга с предоставлением широкого комплекса услуг, проведение культурных и развлекательных мероприятий; выезд специалистов по приготовлению пищи на дом, применяющих индустриальные методы приготовления пищи и доставки ее по заказам потребителей;

формирование и развитие сети придорожных точек общественного питания, детских кафе с предоставлением дополнительных услуг;

развитие сети магазинов «Кулинария» с созданием при них мини-пекарен, кондитерских, пирожковых цехов, вырабатывающих и реализующих широкий ассортимент собственной продукции.

3.5. Качественное кадровое обеспечение многоотраслевой деятельности потребительских обществ и кооперативов становится главным резервом развития системы.

К приоритетам развития кадрового потенциала потребительской кооперации относятся:

создание системы поощрения в зависимости от результативности работников потребительских обществ и кооперативов, мотивация их труда;

привлечение молодых работников к решению актуальных проблем в торговле, производстве, заготовке и сбыте продукции, обеспечение их подготовки, переподготовки и повышения квалификации, реализация мероприятий, направленных на обеспечение их жильем;

формирование заказа на подготовку специалистов в профессиональной образовательной организации и образовательной организации высшего образования, развитие наставничества и стажировок.

3.6. Одними из значимых препятствий развития потребительской кооперации являются неполная информированность сельского населения о преимуществах кооперации, отсутствие системной и масштабной информационной поддержки деятельности потребительских обществ и кооперативов. Эти проблемы не позволяют в полной мере использовать преимущества системности, которые заложены в самой идеологии потребительской кооперации.

Приоритетами развития информационной поддержки потребительской кооперации должны стать:

вовлечение системы информационно-консультационной службы агропромышленного комплекса республики в решение проблем развития потребительской кооперации;

информатизация деятельности потребительских обществ и кооперативов, позволяющая объединить их в единую информационную систему, нахождение новых каналов сбыта продукции, своевременное получение информации о новой технике и технологиях, новых продуктах;

внедрение автоматизации торговых процессов (учет поступления и реализации товаров).

3.7. Наиболее значимыми препятствиями эффективного развития потребительской кооперации как единой системы являются:

отсутствие взаимодействия и совместного развития ряда потребительских обществ и организаций потребительской кооперации;



наличие разных организационно-правовых форм организаций потребительской кооперации, неоднородных по размерам и составу;

незаинтересованность пайщиков в участии в деятельности потребительской кооперации.

Вместе с тем система взаимоотношений с пайщиками должна обеспечиваться за счет лояльности пайщика к потребительскому обществу, в части торговой деятельности – на основе приобретения товаров в магазинах потребительской кооперации; в части заготовительной деятельности – на основе постоянной сдачи излишков продукции в организации потребительской кооперации.

Необходимо повысить роль пайщика в хозяйственной деятельности потребительских обществ, в планировании разных аспектов общественной кооперативной деятельности, в совершенствовании текущего контроля, подведении итогов работы и обеспечении сохранности кооперативного имущества.

Необходимо наладить электронный учет всех пайщиков и разработать комплекс мер по вовлечению новых пайщиков в организации потребительской кооперации.

3.8. Повышение финансовой устойчивости организаций потребительской кооперации.

Главным направлением повышения финансовой устойчивости организаций потребительской кооперации должны стать формирование и реализация ими финансовой стратегии. Финансовая политика должна обеспечивать сбалансированное развитие организаций, подкрепленное финансовым планированием, основанным на реальной оценке собственных возможностей, а также обоснованном подходе к привлечению финансовых ресурсов от третьих лиц (займов, кредитов, инвестиционных ресурсов) и снижению рисков капитальных вложений в операционной деятельности.

В целях повышения финансовой устойчивости организаций потребительской кооперации необходимо:

недопущение прекращения деятельности (в том числе по причинам банкротства, принудительной ликвидации и т.п.) организаций потребительской кооперации;

обеспечение стабильности функционирования и развития на основе сбалансированной финансовой политики и достаточности источников финансирования для реализации стратегических программ и проектов;

формирование единых подходов и методологии разработки и реализации инвестиционной, финансовой и налоговой политики.

3.9 Актуальным на всех этапах развития потребительской кооперации остается вопрос сохранности, эффективного использования собственности потребительской кооперации. В связи с этим возникла необходимость создания комиссии Союза потребительских обществ Республики Татарстан по обеспечению сохранности кооперативной собственности и работе с пайщиками. Комиссия должна рассматривать материалы о возможном отчуждении кооперативного имущества, расположенного в населенных пунктах с численностью населения, не превышающей 3 тыс. человек (при численности населения свыше 3 тыс. человек рассматривается в Центральном союзе потребительских обществ Российской Федерации). Решение о возможном отчуждении имущества в первую очередь должно рассматриваться на собрании пайщиков (при присутствии не менее  $\frac{3}{4}$  их количества). Необходимо разработать ком-



плекс мероприятий, обеспечивающих вхождение в состав Союза организаций потребительской кооперации Республики Татарстан всех вновь созданных потребительских обществ, включая образованных после банкротства районных потребительских обществ, потребительских кооперативов и потребительских союзов.

#### 4. Механизм реализации Концепции

4.1. Реализация Концепции планируется по следующим направлениям:

создание повсеместно в сельской местности Республики Татарстан организаций потребительской кооперации по торговому обслуживанию и оказанию услуг населению по закупке, переработке и реализации продукции;

возмещение потребителям обществ, кооперативам и организациям потребительской кооперации части затрат на техническую и технологическую модернизацию сельскохозяйственного производства;

предоставление субсидий на финансовое обеспечение затрат в связи с выполнением работ по капитальному ремонту овощекартофелехранилищ;

возмещение части затрат сельскохозяйственным заготовительно-потребительским кооперативам, заготовительным организациям и предприятиям потребительской кооперации по закупке, переработке и реализации отдельных видов животноводческой продукции;

получение потребителями обществ и кооперативами государственной поддержки по договорам финансовой аренды (лизинга) оборудования (ЛИЗИНГ-ГРАНТ);

привлечение потребительских обществ и кооперативов к участию в государственных закупках через электронные торги;

организация потребителями обществ и кооперативами на рынках республики выездной торговли молоком, мясом и другой сельскохозяйственной продукцией;

развитие сети информационно-консультационных центров в муниципальных районах Республики Татарстан, предоставляющих информационные, правовые, методические услуги.

---