

## АНАЛИЗ РАЗВИТИЯ МЕТОДОЛОГИИ СТРАТЕГИИ УПРАВЛЕНИЯ ПРИБЫЛЬЮ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

### ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT METHODOLOGY MANAGEMENT STRATEGY PROFIT SYSTEM OF CONSUMER COOPERATIVES

*E. Kyshtymova  
N. Lytneva  
O. Sysoeva*

#### Annotation

The article presents an analytical overview of the development of the concept of "strategy", its entities in the economic literature. The analysis of different types of strategies depending on the level of management. The peculiarities of the development strategy in the management of profit in the system of consumer cooperation. Recommended sequence the development of synergistic management strategy profit in consumer unions and societies.

**Keywords:** strategy, profit, management, consumer cooperation, planning, program.

*Кыштымова Евгения Александровна  
К.э.к.н., доцент,  
Орловский государственный  
аграрный университет  
Лытнева Наталья Алексеевна  
Д.э.к.н., профессор,  
Орловский государственный  
институт экономики и торговли  
Сысоева Ольга Николаевна  
К.э.к.н., Орловский государственный  
институт экономики и торговли*

#### Аннотация

В статье осуществлен аналитический обзор развития понятия "стратегия", ее сущности в экономической литературе. Проведен анализ различных видов стратегий в зависимости от уровня управления. Исследованы особенности разработки стратегии в управлении прибылью в системе потребительской кооперации. Рекомендована последовательность разработки синергической стратегии управления прибылью в потребительских союзах и обществах.

#### Ключевые слова:

Стратегия, прибыль, управление, потребительская кооперация, планирование, программы.

**Р**еформирование национальной экономики, кардинальные изменения условий хозяйствования потребовали перемен в системе управления потребительской кооперацией. В соответствии с Законом РФ "О потребительской кооперации в Российской Федерации (потребительских обществах, их союзах)" потребительские общества стали самостоятельными субъектами хозяйствования, осуществляющими деятельность в интересах своих учредителей – пайщиков [5]. Начался постепенный переход от командно-административных методов управления к новым, соответствующим изменившимся условиям хозяйствования. Один из них – стратегическое управление.

В настоящее время стратегическое управление в системе потребительской кооперации приобретает новое значение, что подтверждается принятием Советом Центросоюза России приоритетных направлений развития потребительской кооперации на 2013–2017 годы. Основной целью выработанной стратегии является даль-

нейшая работа над выполнением Концепции развития потребкооперации до 2015 года, инновационное развитие, диверсификация и интеграция в отдельных видах деятельности, формирование имиджа потребкооперации как социально ориентированной системы, повышение эффективности хозяйствования, увеличение рентабельных объёмов деятельности, повышение занятости сельского населения. [6]

Эффективность стратегического управления и планирования во многом определяется анализом и рассмотрением всех возможных вариантов стратегий организаций. В экономических словарях имеются следующие определения экономической стратегии: "искусство руководства, общий план ведения работы исходя из сложившейся деятельности на данном этапе развития" [2], "долговременные, наиболее принципиальные, важные установки, планы, намерения правительства, администрации регионов, руководства предприятий в отношении производства, доходов и расходов, бюджета, налогов, капита-

ловложений, цен, социальной защиты" [8], искусство руководства.

По мнению А. Чандлера, стратегия – "это определение основных долгосрочных целей и задач предприятия и утверждение курса действий, распределение ресурсов, необходимых для достижения этих целей" [11].

Известный специалист в области стратегического планирования И. Ансофф дал следующее определение стратегии: "Набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности" [1].

Е. Прохоров считает, что стратегия – это не детализированный план деятельности на продолжительный период времени как способ достижения сложной цели или задачи. Основой стратегии должна быть финансовая модель, разработанная не менее чем на три – пять лет вперед. Финансовая модель должна быть максимально калькулируемой с большим количеством изменяемых параметров. По сути, она должна стать "настольным калькулятором" вашего бизнеса. [7]

Стратегию организации, как долгосрочное направление развития организации для достижения ее целей на основе координации и распределения различных видов ресурсов, анализа ее позиции в окружающей среде и усиления конкурентных преимуществ, рассматривает Овчинникова Т.И., выделяя четыре вида стратегии выхода организаций на рынок:

- ◆ стратегия "познания" (носящая процессуальный характер в условиях нехватки разработок на самом предприятии);
- ◆ стратегия достижения цели любой ценой, в частности в условиях размежевания предпочтений потребителей;
- ◆ стратегия упущенной выгоды;
- ◆ стратегия риска. [4]

Выбор стратегии управления прибылью является достаточно сложным процессом в условиях многоотраслевой деятельности потребительской кооперации. Кроме того, такой выбор осложнен спецификой конечной цели деятельности некоммерческих организаций системы потребительской кооперации, заключающейся в реализации социальной миссии наряду с получением финансового результата для ее осуществления.

С позиций научной теории выработка экономической стратегии организации должна базироваться на комплексе методологических принципов и методов их реализации в реальной практике. Их практическое воплощение представляет собой единство методических способов (набор методик) достижения стратегических целей, учи-

тывающих отраслевые особенности финансово-хозяйственной деятельности организаций системы потребительской кооперации [9,10].

Хозяйственная практика показывает, что таких методик может быть несколько, и сам менеджмент организации решает, какую сферу или аспект финансовой деятельности следует обеспечить методическими рекомендациями в первую очередь. На наш взгляд, стратегия управления прибылью в организациях потребительской кооперации, может быть выделена в отдельный тип – синергическую стратегию, в основу которой положены взаимосвязанные управленческие воздействия на разных уровнях управленческой иерархии. Эта стратегия основана одновременно на двух подходах: "сверху вниз" и "снизу вверх". На макроуровне управленческой модели стратегия основана на подходе: "сверху вниз". Она выражена разработкой и реализацией концепций, программ и планов долгосрочного характера на уровне Центросоюза РФ с выполнением целей и задач на мезо-, микро-, мини- уровнях.

По нашему мнению разработку синергической стратегии управления прибылью необходимо осуществлять в поэтапной последовательности с учетом выполняемой миссии системы потребительской кооперации или отдельной организации, поставленных целей и задач.

Исходя из сказанного, последовательность разработки синергической стратегии управления прибылью организаций потребительской кооперации нами представлена в виде взаимосвязанных этапов на рис. 1.

По нашему мнению, при разработке синергической стратегии управления прибылью организаций потребительской кооперации обязательным элементом процесса формирования целей является проверка их на достижимость, так как деятельность организации всегда связана с внешними и внутренними ограничениями [3].

Например, внешними ограничениями могут быть законодательные нормативы и постановления, изменения экономической конъюнктуры, политические и экологические факторы, конкуренты, уровень доходов населения и др. Внутренними ограничениями могут оказаться направления экономической стратегии системы потребительской кооперации, издержки, производственные мощности, наличие информации и управленческого потенциала, принципы и управленческая структура хозяйственных субъектов, уровень рентабельности.

Таким образом, с нашей точки зрения, выбор параметров оптимальности стратегии определяется миссией, целью и задачами организаций, характеристикой анализируемого объекта, а также конкретной факторно-временной ситуацией. На наш взгляд, под стратегическим

синергическим управлением прибылью в системе потребительской кооперации следует понимать совокупность приемов и методов целенаправленного воздействия на экономические отношения, основанные на синергическом подходе, определенных единой миссией с долгосрочным стратегическим планированием и разработкой стратегий, направленных на развитие и повышение эффективности деятельности хозяйствующих субъектов.

Разработанная нами модель стратегического синергического управления прибылью в системе потребительской кооперации на макроуровне с формированием целей и задач, представлена на **рис.2**.

Основными элементами модели являются стратегическое планирование на долгосрочную перспективу и стратегии, определенные миссией, целями и задачами потребительской кооперации. Стратегическое планирование представлено в виде взаимосвязанных блоков:

1. нормативные акты, изданные на макроуровне (программы, концепции, перспективные направления и др.);

2. плановые локальные документы, определяющие плановые показатели доходов, расходов, прибыли, рентабельности (бизнес-планы, бюджетные планы, прогнозы и др.).

Разработка плановых и прогнозных документов определяет направление стратегии, которая может быть представлена в виде экономической политики с подразделами, соответствующим специфике деятельности организацией потребительской кооперации и поставлен-

ным задачам.

При этом содержание экономической политики, степень детализации подразделов зависит от заинтересованности хозяйствующего субъекта управления в информатизации результативности реализации стратегии, необходимой для осуществления контроля за формированием и использованием прибыли.

Предложенная нами модель стратегического синергического управления прибылью в системе потребительской кооперации на макроуровне представляет собой многофункциональный механизм, позволяющий структурировать действия хозяйствующего субъекта, в данном случае Центросоюза РФ, по разработке стратегических планов и экономических стратегий в соответствии с миссией, целями и задачами, предусмотренных к выполнению на всех уровнях иерархического управления.

При этом следует отметить, что разработанная модель может служить регламентным документом при разработке внутренних стандартов по повышению качества стратегического управления прибылью на любом из выделенных нами в системе потребительской кооперации иерархических уровней: макро-, мезо-, микро-, мини-, нано уровне.

Модель позволяет структурировать действия хозяйствующего субъекта по осуществлению стратегического планирования и разработке экономической стратегии при взаимодействии разных уровней управления, а также способствует принятию управленческих решений по максимизации прибыли.



Рисунок 1. - Последовательность разработки синергической стратегии управления прибылью.



Рисунок 2. - Механизм стратегического синергического управления прибылью в системе потребительской кооперации на макроуровне.

ЛИТЕРАТУРА

1. Ансофф, И. Новая корпоративная стратегия. [Текст]/ И. Ансофф/ – СПб.: Питер Ком, 1999.
2. Большой экономический словарь [Текст]/Под ред. А.Н. Азрилияна/ – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Ин-т новой экономики, 1997.
3. Лытнева, Н.А., Кыштымова, Е.А. Прибыль как основной фактор эффективности региональной экономики [Текст]/ Н.А. Лытнева, Е.А. Кыштымова/ Орел: изд-во "ОрелГАУ", 2010. – 212 с.
4. Овчинникова, Т.И. Комплексный подход к формированию механизмов устойчивого развития экономики предприятия [Текст]/ Т. Овчинникова, У.В. Голованева/Воронеж: ВГУИТ, 2012. –175 с.
5. О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации [Электронный ресурс] : федер. закон от 19.06.1992 N 3085-1 в ред. от 23.04.2012. .) – СПС"Консультант Плюс" – <http://www.consultant.ru/>
6. О приоритетных направлениях развития потребительской кооперации системы Центросоюза Российской Федерации на 2013 – 2017 годы. Постановление отчётно-выборного 140-е общего Собрания представителей потребительских обществ Российской Федерации. [Текст] / Российская кооперация. – 2013. – №1(779)э.
7. Прохоров, Е., Андреева, Ю. Есть ли стратегия у перелетных птиц? [Текст]/ Е. Прохоров, Ю. Андреева/ Управление персоналом. – 2013. – №7. – С. 56 – 61.
8. Райзберг, Б.А., Лозовский, Ш., Стародубцева, Е.Б. Современный экономический словарь. [Текст]/ Б.А. Райзберг, Ш. Лозовский, Е.Б. Стародубцева/ – М.: ИНФРА-М, 1997.
9. Сысоева О.Н., Лытнева Н.А. Инновационные методы и аналитические процедуры в стратегическом управлении прибылью организаций потребительской кооперации /монография/ [Текст]/ О.Н. Сысоева, Н.А. Лытнева Орел: ООО ПФ "Картуш", 2013. – 249
10. Сысоева О.Н., Лытнева, Н.А. Развитие инновационных методов в управлении результативностью хозяйственных систем [Текст]/ О.Н. Сысоева, Н.А.Лытнева // Вестник ОрелГАУ, Орел: Издательство ОрелГАУ, №3(36), 2012, Стр. 87–92
11. Chandler A.D. Strategy and structure. – Cambridge: MIT Press, 1962.

© Е.А. Кыштымова, Н.А. Лытнева, О.Н. Сысоева, (rosa-13@yandex.ru ), Журнал «Современная наука: Актуальные проблемы теории и практики»,

**Выставка  
НЕФТЕГАЗ. ИННОВАЦИИ - 2015**



**11-13 марта 2015  
ЦВК «Экспоцентр» | Москва**

[www.oilandgasforum.ru](http://www.oilandgasforum.ru)

