

# ВЛИЯНИЕ КООПЕРАТИВНОЙ ГРАМОТНОСТИ НА КАДРЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Сибирский университет потребительской кооперации (СибУПК)  
Работу выполнили: Чуйко Павел, Лавров Степан, Макарова Елизавета  
Под руководством Латынцевой М.А



СИБУПК

Сибирский университет  
потребительской кооперации  
(Торговый)

## Краткое содержание

### Цель и задача:

Цель: Повышение кооперативной грамотности обучающихся

Задачи: Для студентов необходимо организовывать участие в мероприятиях, посвященных истории развития потребительской кооперации, в инновационных кооперативных проектах.

Актуальность темы: Обозначена проблема кооперативно неграмотного молодого поколения. Приведены данные исследования, проведенного среди студентов Сибирского университета потребительской кооперации на тему «Что такое потребительская кооперация и ее будущее?». Даны рекомендации повышению кооперативной грамотности обучающихся.

## Вступление

Потребительская кооперация – это система, созданная в России в 1831 году с целью продвижения интересов отечественных производителей, специалистов и потребителей товаров и услуг, объединившихся в кооперативы, управляемые демократическим путем.

При рыночной экономики потребительские общества функционируют независимо от государства, как форма взаимопомощи, ориентированная на обслуживание населения, а не на получение прибыли.

Структура кооперативной системы сформирована по территориальному принципу. В нее входит 71 регион России, включающих в себя 89 000 населенных пунктов, потребляющих товары и услуги, предоставляемые потребительской кооперацией.

В.Ю. Дианова, А.В. Ткач, А.С. Нечитайлов пишут: уровень развития кооперации в России показывает, что успех работы кооперативов находится в тесной взаимосвязи с кооперативным образованием. Чем выше уровень образования тем, тем динамичнее идет развитие кооперации.

В.М. Михайлов в своих работах отмечает, что быстрый рост кооперативного движения, характерный для экономики России в конце XIX века, постоянно актуализировал проблему кадрового обеспечения профессиональной деятельности кооперативных обществ страны.

А.М. Фридман акцентирует внимание на том, что в условиях формирования и развития цифровой экономики в стране и в системе потребительской кооперации ключевую роль играют кадры.

## Материалы

В настоящее время возникает проблема не только в подготовке кадров, но и в их переучивание и ориентирование на инновационные знания и умения.

Одним из направлений стратегии развития Новосибирского облпотребсоюза является образовательная деятельность. В ее задачи входит:

- Доля руководителей кооперативных организаций, членов кадрового резерва потребительской кооперации, освоивших эффективные программы предпринимательского образования, повышения квалификации, новейшие программы управления кооперативным предпринимательством должна расти и достигчь к 2021 году 100 процентов.

- Для улучшения качественного состава кадров, определения степени загрузки работника и использования его по специальности провести аттестацию руководителей, специалистов, работников массовых профессий с привлечением как ведущих специалистов облпотребсоюза, так и профессорско-преподавательского состава СибУПК и кооперативного техникума.

- Готовить кадровый резерв в первую очередь на руководящие должности.

## Методы

Проблемой в подготовке кадров из молодого поколения является то, что оно кооперативно не грамотное. Многие обучающиеся в образовательных учреждениях кооперации не знают, что такое «Потребительская кооперация». Например, опрос среди студентов выпускных курсов Сибирского университета потребительской кооперации показал – 60,6 процентов опрошенных не знают что такое потребительская кооперация. Не смотря на то, что они учатся в учреждении, принадлежащем Центросоюзу РФ, о стратегии потребительской кооперации никогда не слышали 97 процентов респондентов (рис 1).

## Результаты

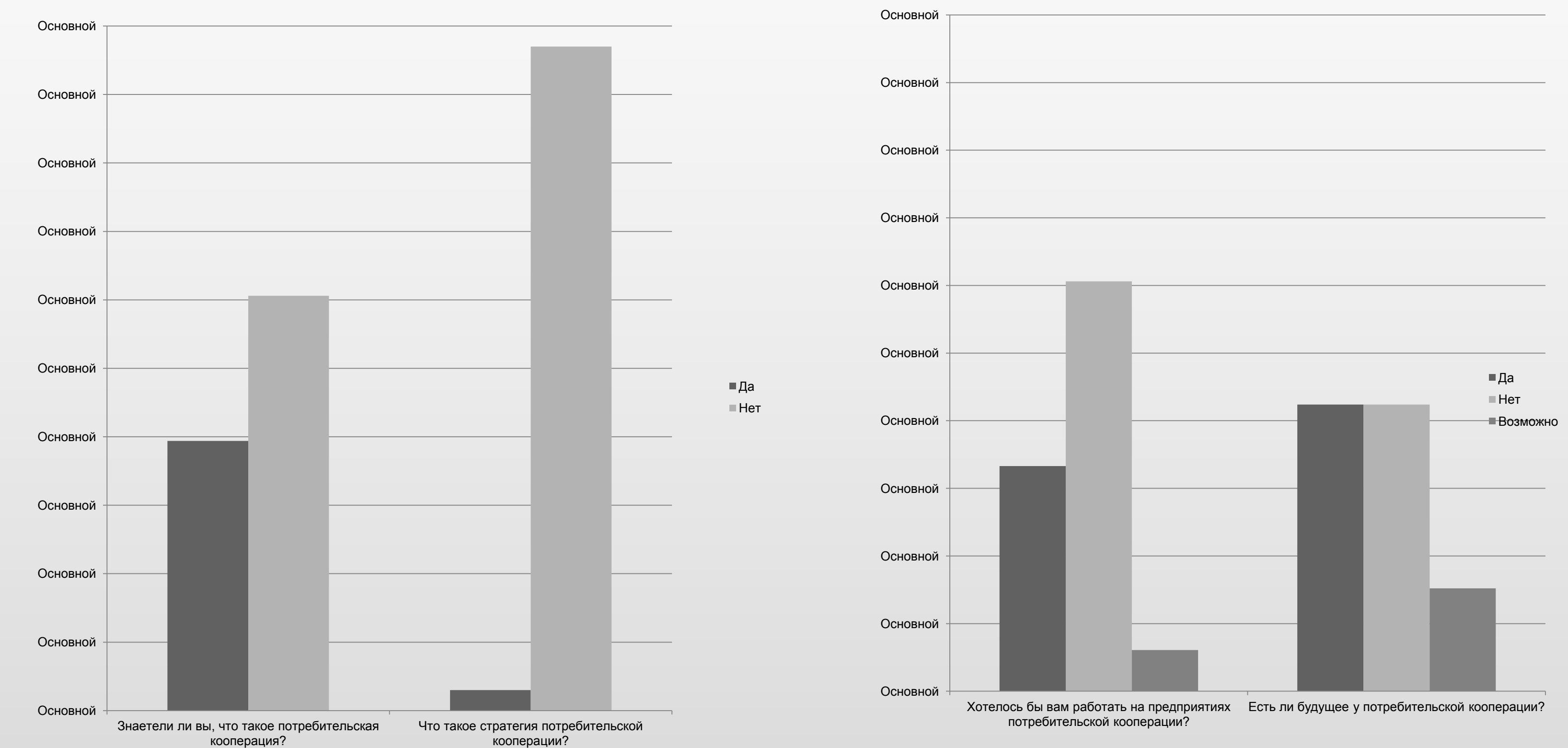


Рис. 1. Опрос студентов «Что такое потребительская кооперация и ее будущее?», в %.

Рис. 2. Опрос студентов «Что такое потребительская кооперация и ее будущее?», в %.

## Вывод

Исходя из данного исследования, можно сделать вывод о том, что в настоящее время уделяется не достаточное внимание кооперативной грамотности. Это утверждение справедливо не только по отношению к обучающимся, но и населению в целом.

Для студентов необходимо организовывать участие в мероприятиях, посвященных истории развития потребительской кооперации, в инновационных кооперативных проектах. Обучающиеся должны видеть непрерывную деятельность потребительской кооперации, взаимосвязь ее составляющих, ее перспективу развития. Кроме того, поколение, которое еще только определяется с будущей профессией, образом жизни, должно понимать плюсы работы на предприятиях потребительской кооперации на примере старших поколений. А.В. Чайнов писал: «Чем шире распространены правильные знания о кооперации, тем крепче и сильнее будет сама кооперация».