

Социально-экономическая функция заготовительно-сбытовой деятельности потребительской кооперации

аспирант Слюсарева Е.А.

Гомельский кооперативный институт Белкоопсоюза

Изначально кооперация создавалась для совершенствования торгового обслуживания членов кооперативов. Исторический опыт показывает, что попытки трансформировать ее или провести огосударствление приводили к ослаблению социальной значимости кооперативного движения.

В настоящее время задача потребительской кооперации двойственная. С одной стороны, как и любой хозяйствующий субъект в результате своей экономической деятельности, предприятиям потребительской кооперации необходимо получать прибыль. С другой стороны, кооперация должна оправдывать свое изначальное социальное назначение. Социальная роль потребительской кооперации по обслуживанию сельского населения в условиях переходной экономики не снижается.

Рыночная среда, в которой функционируют предприятия потребительской кооперации, отличается от ее потенциальных конкурентов. Так, деятельность частных предпринимателей определяется только личной выгодой. Они сами решают, что и где продавать. Как правило, мелкий и средний бизнес в сфере товарного обращения, не обладая значительным основным капиталом, может оперативно менять ассортимент реализуемых товаров, дислокацию торговых точек, цены в течении дня.

Традиционный конкурент торговых предприятий потребительской кооперации – государственная торговля размещается, в основном, в городской местности. Следовательно, из-за компактного размещения предприятий расходы на доставку товаров не велики. Кроме того, численность городского населения постоянно растет, в том числе и за счет оттока жителей из села, увеличивая тем самым долю рынка. Так, доля городского населения Гомельской области увеличилась с 67,8% в 1998 году до 68,6% в 2000 году. Доходы городского населения значительно выше, чем у сельского, что способствует росту покупательной способности этой категории потребителей. Все это создает благоприятную возможность для роста товарооборота и повышения прибыли частным предпринимателям и предприятиям государственной торговли.

В отличие от них, большинство объектов потребительской кооперации находится в сельской местности, причем обслуживаются не только крупные, но и мелкие отдаленные населенные пункты, имеющие значительную территориальную разобщенность. Кроме того, что средняя заработная плата работников сельского хозяйства ниже, чем в среднем по народному хозяйству, около 36% сельского населения Гомельской области составляют пенсионеры с еще более низким уровнем доходов. Ориентируясь на структуру спроса этой категории потребителей, потребительская кооперация должна производить и торговать в первую очередь менее рентабельными социально-значимыми товарами.

Потребительская кооперация, как многоотраслевая хозяйственная система, выполняет функцию не только доведения готовых товаров до потребителя, но и изыскания и пополнения товарных ресурсов продовольственного рынка путем собственного производства и организации заготовок сельскохозяйственной продукции и сырья у общественных и индивидуальных производителей. Нельзя отделять торговлю от заготовок, они дополняют друг друга. Заготовки – это важнейший источник пополнения товарных ресурсов, образования прибыли, обеспечения сырьем своего производства. Важным направлением развития заготовительной отрасли является расширение закупки сельскохозяйственных продуктов и сырья у фермерских и личных подсобных хозяйств. Удельный вес этих закупок в общем объеме заготовительного оборота в 1999 году по системе Гомельского облпотребсоюза составил 54%. Вместе с тем, по нашим расчетам, товарные ресурсы по отдельным видам сельскохозяйственной продукции и сырья освоены на 30-65%, то есть резервы для увеличения закупок имеются. Это указывает на необходимость дальнейшего развития заготовок сельхозпродукции, производимой индивидуальными производителями. Помимо того, что это способствует увеличению объема заготовительного оборота, получаемая сельскими производителями выручка от продажи выращенной или собранной ими продукции заготовителям потребительской кооперации в конечном итоге пополняет розничный товарооборот. Деньги, выплачиваемые непосредственно сдатчикам, по сути дела, возвращаются в кооперативные магазины.

Особенности хозяйственной деятельности потребительской кооперации, обусловленные объективными факторами рыночной среды (ориентация на сегмент рынка потребителей с меньшим уровнем доходов; территориальная рассредоточенность торговых предприятий в сельской местности; значительное ограничение производства товарных ресурсов в Гомельской области в результате аварии на ЧАЭС и необходимость снабжения продовольственными товарами, *поставляемыми из-за пределов области*) требуют:

- налоговых льгот для предприятий потребительской кооперации, возможность предоставления которых решается на макроуровне;
- разработки нормативно-правовой базы по регулированию отношений с индивидуальными производителями – на мезоуровне (Белкоопсоюз);
- совершенствования заготовительного технологического процесса, обеспечивающего максимальное сохранение качества в процессе заготовки, хранения, доработки и реализации продукции;
- создание центров образования прибыли и разработки методик по обоснованию эффективности управленческих решений по оптимизации структуры заготовок, по стимулированию сдатчиков – на микроуровне.

Литература:

1. Б.В.Зима, Х.А.Шадиев. Заготовки сельскохозяйственной продукции потребительской кооперации. –М.: Экономика, 1989.
2. А.В.Чаянов. Краткий курс кооперации. –М.: Кн. палата, 1989.