

РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УКРЕПЛЕНИИ И СТАБИЛИЗАЦИИ СОЦКУЛЬТБИТА НА СЕЛЕ

Целикова Л.В., к.э.н.

Гомельский кооперативный институт

Потребительская кооперация Республики Беларусь представляется особым субъектом рынка и сложной хозяйственной системой. Отношения между ее предприятиями и организациями, а также между ними и внешней средой охватывают все сферы рынка: производство, распределение, обмен и потребление материальных и духовных благ. Главная задача кооперативного комплекса и его специальная функция непосредственно связаны с удовлетворением потребностей обслуживаемого контингента сельского сегмента рынка. В результате главными звеньями в данном комплексе наряду с торговлей являются промышленность, заготовки, общественное питание.

Наиболее существенный вклад в укрепление соцкультбыта села на современном этапе вносят субъекты рынка системы, занятые в сфере производства. Эта особенность потребительской кооперации определена позицией системы и ее структурой. Ориентировочно доля собственных товарных ресурсов в товарообороте системы составляла в 1991 году 20,3%, в 1996 году - 36,4 %, в 1999 - 39,2 %. За анализируемый период наблюдается рост данного показателя на 18,9 п.п., что является условием повышения прибыльности системы. Поскольку при закупки товаров у своих поставщиков сокращаются расходы по приобретению и реализации, торговая надбавка полностью остается системе, что позволяет снижать цену на многие товары первой необходимости.

Важную роль в структуре рыночных отношений играют отрасли системы, относящиеся к сфере обмена и потребления: торговля, общественное питание, заготовки, материально-техническое снабжение и сбыт. Предприятия этих отраслей выполняют функцию доведения товаров до потребителя, являясь важным звеном в сфере денежного обращения.

Потребительская кооперация, как торговая система, в общем объеме розничного товарооборота республики за 1999 год занимает 18,5 %, в то время как в 1995 году она занимала 20,1 %, в 1996 году - 18,7 %. Снизилась не только доля системы в совокупном объеме продаж, но и изменилась структура розничного товарооборота за счет преобладания в продаже доли продовольственных товаров. Основными причинами, вызвавшими такое положение, явились: снижение доходов сельского населения, их натурализация, рост цен, а как следствие этого, снижение покупательной способности, реализация системой социально-значимых товаров по фиксированным ценам, появление активнодействующих конкурентов в зоне ее хозяйствования, изменение условий деятельности всех ее других отраслей. Тем не менее роль потребительской кооперации в обеспечении сельского жителя товарами первой необходимости еще значительная. Торговля в сельской глубинке сопряжена с большими трудностями и издержками, которые не выдерживает ни один

предприниматель.

Заготовительные организации и предприятия остаются важным связующим звеном между сельскохозяйственным производством и потреблением продукции сельского хозяйства.

Предприятия общественного питания потребительской кооперации являются также существенным звеном в удовлетворении потребностей населения и воспроизводстве рабочей силы для отраслей агропромышленного комплекса.

Чтобы повысить эффективность и качество соцкультбыта на селе, потребительская кооперация республики пошла по пути поиска новых направлений своей деятельности - развития диверсифицированных производств в каждой отдельной отрасли. По данным проведенного НИИ Белкоопсоюза научного исследования, можно констатировать, что наибольший удельный вес новых видов деятельности приходится на Минский облпотребсоюз - 37,7%, далее Гомельский облпотребсоюз - 17,7%, Гродненский - 14,7%, Брестский - 12,5%, Витебский - 9,9%, Могилевский - 8,1 %. В целом финансовые результаты по новым нетрадиционным видам деятельности более устойчивы, чем по традиционным направлениям. Средний уровень их рентабельности по Белкоопсоюзу в целом составляет 10 %. Он варьирует от 5,8% по Брестскому облпотребсоюзу до 19,8% по Минскому облпотребсоюзу. Наиболее интенсивное развитие они получили в Гродненском облпотребсоюзе в разрезе оптовой торговли, в Могилевском облпотребсоюзе - в области розничной торговли, в Минском облпотребсоюзе - в области общественного питания, в Брестском облпотребсоюзе - в заготовках. Кроме того, в Минском и Брестском облпотребсоюзах дополнительно и в кооперативной промышленности. В 59% случаев развитие нетрадиционных видов деятельности зависит от обеспеченности организаций и предприятий системы кредитными ресурсами и оборотными средствами, в $\approx 8\%$ - нормативно-технической документацией, в $\approx 28\%$ - наличия материально-технической базы, в $\approx 4\%$ - квалифицированных кадров, в $\approx 6\%$ - от других условий. Следовательно, возможности их развития определяются финансовыми ресурсами и положением потребительской кооперации.

В настоящее время потребительская кооперация осуществляет 43 вида нетрадиционных производств и услуг, которые направлены на повышение ее конкурентоспособности. Из них принципиально новые - 18 видов. Перечень их включает: розлив уксуса, переработку шерсти, ткацкое производство, автотехобслуживание населения и сторонних организаций, обработку дачных участков, пескоструйную обработку стекла, ламбард, парикмахерские, мастерские по ремонту обуви, гостиницы (мотели), мельницы, питомники собаководства, конефермы, индпошив обуви, игровые автоматы, пчеловодство, сдачу в аренду свободных складских и торговых помещений. Широкое распространение получили такие виды, как производство швейных изделий, копченой и соленой рыбы, макаронных изделий, майонеза, кондитерских изделий, пиломатериалов, столярных изделий, открытие розничных торговых предприятий кооперативной промышленности, заготовок, общепита, предприятий оптовой торговли.