

Приоритетные направления развития материально-технической базы потребительской кооперации России

Пахомкин Андрей Николаевич

К.Э.Н.

Российский университет кооперации, Москва, Россия

Даже не смотря на то, что за годы реформ потребительская кооперация России лишилась значительной части своей прежней собственности, в самой ее существующей структуре кроются весьма значительные резервы ее дальнейшего развития. В настоящее время система потребительской кооперации обладает поистине огромным материально-техническим и интеллектуальным потенциалом, который как показывает практика используется далеко не в полном объеме. Наглядным примером этого является широко распространенная в различных регионах страны передача кооперативной розничной торговой сети в аренду предпринимателям. Вызывает лишь недоумение такая позиция руководителей кооперативных организаций на местах. В этой связи представляется вполне реальным эффективное использование собственной материально-технической базы. Для обеспечения этого нами предлагается целый ряд мер.

Наличие в системе потребительской кооперации собственной сети оптовых предприятий при определенных условиях вполне может быть использовано в соответствии с современными тенденциями и требованиями рыночной экономики. Так, по нашему мнению, на их базе возможно создание принципиально новых хозяйственных субъектов, органично вписанных в инфраструктуру рынка. Это могут быть логистические центры, региональные дистрибьюторские и дилерские сети.

Располагая необходимым материально-техническим потенциалом, потребительская кооперация России способна также не только значительно расширить круг предоставляемых услуг, но и перевести эту сферу деятельности на качественно иной уровень. Как известно, в настоящее время кооператоры значительно увеличивают объемы и расширяют номенклатуру бытовых услуг, оказываемых сельскому населению. Их количество уже превышает 200 видов. Но, по нашему мнению, потребительская кооперация в состоянии оказывать целый ряд определенных услуг также и юридическим лицам, включая коммерческие структуры. В этой связи система может предложить следующие виды услуг и работ, которые весьма востребованы в условиях рыночных отношений. Это может быть проектирование и строительство предприятий торговли, общественного питания, объектов сервиса и т.д., разработка и создание средств рекламы, организация технического оснащения и ремонта оборудования.

Следует также заметить, что в настоящее время коммерсанты еще далеко не в полной мере освоили такой весьма перспективный в условиях рынка вид деятельности как франчайзинг. Поэтому, потребительская кооперация вполне смогла бы включиться в эту работу совместно с заинтересованными коммерческими структурами, что принесло бы обоюдную выгоду.

В качестве основного научного посыла, который позволит понять квинтэссенцию путей дальнейшего развития кооперативной материально-технической базы, следует признать тот неоспоримый факт, что только высокорентабельная деятельность основных отраслей деятельности потребкооперации, основанная на адекватной высокотехнологичной материально-технической базе, способна обеспечить всю полноту социальной миссии потребкооперации. При этом, возникает справедливый вопрос - по каким приоритетным направлениям должна развиваться материально-техническая база российской потребительской кооперации в условиях рыночной экономики.

По-нашему мнению, здесь необходимо реализовать следующие направления. Во-первых, целесообразно перейти к идее внедрения в практику технического оснащения

кооперативных предприятий самых современных достижений НТП, способных коренным образом улучшить имидж потребительской кооперации. Во-вторых, необходимо осуществлять планомерный перевод розничной кооперативной сети на метод самообслуживания. Его преимущества общеизвестны. При этом, еще только пятнадцать лет тому назад магазины самообслуживания занимали около 70% торговой сети потребительской кооперации, на их долю приходилось почти 80% всего товарооборота. В настоящее время их удельный вес снизился до 1,4%. В-третьих, в целом признавая целесообразность развития в системе потребительской кооперации сети магазинов XXI века, считаем необходимым деятельность магазина-приемозаготовительного пункта дополнить функцией по организации переработки заготавливаемой продукции. Безусловно, процесс переработки весьма технолоичен, он потребует соответствующего технического оснащения. Поэтому, его организация должна происходить постепенно. В-четвертых, необходима диверсификация деятельности кооперативных предприятий-расширение номенклатуры предоставляемых бытовых услуг, создание сети торгово-бытовых комплексов, развитие малых производств (сепарирование молока, зернодробилки, крупорушки, надомная выпечка хлеба и т.д.), создание цехов, промышленных предприятий, включая производство промышленных товаров и стройматериалов, преимущественно из местных источников сырья, развитие кооперативного туризма, преимущественно трофейного и экстремального в отдаленных регионах страны. На имеющейся материально-технической базе представляется также целесообразным формирование сети предприятий по производству технически несложных видов оборудования (торговой мебели, тары-оборудования, мебели для предприятий общепита, барных стоек и т.д.). В-пятых, организация кооперативных колхозных рынков, основой деятельности которых будет создание реальных возможностей местным товаропроизводителям реализовать свою продукцию без диктата со стороны частных перекупщиков. В-шестых, в целях коренного улучшения финансирования развития материально-технической базы представляется целесообразным введение в систему потребительской кооперации системы трансфертного ценообразования, когда в рамках областного потребсоюза создаются межрайонные кооперативные организации, включающие в среднем по 5-7 потребительских обществ. В их ведении должны находиться концентрация и перераспределение финансовых средств, информационные и консалтинговые услуги, лизинговая и франчайзинговая деятельность. Вся полнота вопросов работы с пайщиками остается на уровне потребобщества.

Не следует забывать также о том уникальном шансе, который предоставляет потребительской кооперации приоритетный национальный проект по развитию агропромышленного комплекса. Система вполне может быть интегрирована в создаваемые в рамках его реализации агрохолдинги, как структура способная взять на себя всю полноту обеспечения социальной инфраструктуры российского села.

Литература

1.Новиков О.А. Реализация политики социальной направленности кооперативной торговли // Новиков О.А. Перспективы развития, состояние и тенденции оптовой торговли потребительской кооперации. - М., 1998. - С. 47-58.

2. Фридман А.М. Хозяйственный механизм кооперативной торговли. - М.: Экономика, 1991. - 158 с.

3.Черняков М.К., Новикова М.В. Повышение эффективности деятельности отраслей потребительской кооперации с использованием компьютерных технологий// Научно-практический журнал "Ученые записки", № 3. — Чита, 2001. — С. 42-49.

4. Фридман А.М. Экономика торговой деятельности потребительского общества: Учеб. пособие. - Воронеж: ВГУ, 1994. - 175 с.