**ОТ ГУЖЕВОЙ ПОВОЗКИ ДО МУЛЬТИСЕРВИСНОГО ОФИСА**

*Карпов А. С. Научный руководитель: Анникова А.А.*

*ЧПОУ «Красноярский кооперативный техникум экономики, коммерции и права»*

Потребительская кооперация - имеет почти 190-летнюю историю.

На 1 января 2017 года в системе Центрального союза потребительских обществ Российской Федерации насчитывается: пайщиков - 3,8 млн человек; потребительских обществ - около 3 000; райпотребсоюзов - 135, потребсоюзов (республиканских, краевых и областных) - 76.

Деятельность потребительских обществ и их союзов регулируется Законом Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации».

Основными задачами потребительской кооперации, которые определены законом являются:

-создание и развитие организаций торговли для обеспечения членов потребительских обществ товарами;

- закупка у граждан и юридических лиц сельскохозяйственной продукции и сырья, изделий и продукции личных подсобных хозяйств и промыслов, дикорастущих плодов, ягод и грибов, лекарственно-технического сырья с последующей их переработкой и реализацией;

- производство продовольственных и непродовольственных товаров с последующей их реализацией через организации розничной торговли;

- оказание членам потребительских обществ производственных и бытовых услуг.

Основными отраслями хозяйственной деятельности потребительской кооперации являются торговля, общественное питание, заготовки, промышленность и предоставление услуг. Все отрасли тесно взаимосвязаны, каждая отрасль хозяйственной деятельности удовлетворяет вполне конкретные материальные и иные потребности пайщиков.

Торговля – основная отрасль хозяйственной деятельности потребительской кооперации. Розничная торговля и общественное питание непосредственно обеспечивают удовлетворение потребностей пайщиков и обслуживаемого населения в необходимых товарах и услугах.

Розничная торговля предоставляет пайщикам и обслуживаемому населению возможность купить продукты питания, одежду и другие необходимые товары в магазинах и мелкорозничной сети.

Для осуществления розничной торговли и удовлетворения потребностей населения в товарах и услугах как в крупных, так и в небольших населенных пунктах, потребительская кооперация имеет сеть предприятий розничной торговли: магазины, палатки, киоски, автомагазины и другие предприятия. Основными предприятиями розничной торговли являются магазины различных типов. Магазины являются стационарными предприятиями.

Анализ деятельности потребительской кооперации Центросоюза РФ показывает, что с 2012 по 2016 гг. оборот розничной торговли по отношению к совокупному объему деятельности имеет тренд к снижению.

Эти факторы оказали существенное влияние на снижение объемов хозяйственной деятельности всех отраслей кооперативного хозяйства, в том числе и торговли. В условиях развития конкуренции потребительская кооперация потеряла значительную долю рынка за счет сокращения торговли в районных центрах, уступки самого выгодного сегмента сельского рынка предприятиями других организационно-правовых форм.

Помимо этого, можно выделить ряд сдерживающих факторов, которые оказывают негативное влияние на развитие системы потребительской кооперации:

- усиление конкуренции со стороны сетевых структур;

- специализация конкурентов на менее издержкоемкой деятельности;

- снижение численности сельского населения;

- более низкая покупательная способность сельского населения, то есть определенный дисбаланс в покупательской способности сельского населения и городских жителей;

- недостаточный объем и низкая эффективность использования инвестиций, что сдерживает создание технически и технологически современной материально-технической базы.

Одной из актуальных проблем, является повышение конкурентоспособности организаций торговли потребительской кооперации. Особенно остро она стоит в последние годы, когда не только в городах, но и на селе вся территория поделена между крупными федеральными торговыми сетями («Магнит», «Пятерочка», «Лента» др.). Федеральные компании, естественно, обладают большими конкурентоспособными преимуществами и возможностями для экспансии регионального рынка. Они могут предложить покупателю широкий ассортимент товаров, обеспечить качественное представление товаров в торговом зале, предоставить услуги по доставке товаров на дом, консультацию квалифицированных продавцов и другие услуги, которые, к сожалению, не всегда могут предложить их более мелкие региональные конкуренты.

Следует заметить, что основная миссия потребительской кооперации – социальная. Поэтому, для обслуживания жителей отдаленных и труднодоступных районов, в которых отсутствует стационарная торговая сеть, торговля традиционно осуществляется автомагазинами и автолавками, а в некоторых случаях - при помощи гужевого, речного транспорта, на оленьих и собачьих упряжках.

Первые автолавки появились в Европе ещё на заре кооперативного движения. В Европе до сих пор можно встретить старинные (или стилизованные под старину) автомобили, с которых торгуют мороженым, кофе и горячей выпечкой. Это так называемые евроавтолавки, «мобильные магазины».

В нашей стране автомагазины имеют куда большее значение, чем на Западе. Причин этому несколько. В социалистический период развития нашей страны государство декларировало внимание к каждому человеку, и обслуживание сельского населения с помощью автомагазинов было ярким проявлением этой политики. Осуществлялось это обслуживание благодаря потребительской кооперации. Так продолжается и до сих пор, несмотря на все политические и экономические перемены.

Автолавки давно и хорошо зарекомендовали себя в практике работы потребкооперации. Преимущество автолавок – мобильность. Автолавка - удобное отраслевое решение для потребительской кооперации. Этот формат торговли, который позволяет расширить территориальный охват в сельской местности и увеличить ассортимент доступных товаров. Кроме того, концепция передвижных магазинов решает коммуникационные задачи в отдаленных населенных пунктах, выполняя информационную функцию. Такой формат способствует обустройству сельских территорий, созданию современной социальной инфраструктуры и повышению качества жизни людей.

Приезд автолавки для сельчан – это целое событие, праздник, когда собираются все жители деревни, и идут они не только за покупками, но и пообщаться между собой. Автолавка доставляет товары не только первой необходимости, она удовлетворяет потребность практически в любых продуктах, промышленных товарах и материалах, выполняет заказы населения, расширяет ассортимент и спектр услуг для сельских жителей.

Центросоюз делает все возможное по развитию потребительской кооперации. Так, 1 марта 2019 г. в Совете Федерации ФС РФ состоялось заседание рабочей группы по модернизации законодательства Российской Федерации в области развития потребительской кооперации. Участники мероприятия обсудили перспективные направления развития системы Центросоюза Российской Федерации.

Председатель Совета Центросоюза Дмитрий Зубов заявил, что содействие федеральных и региональных органов власти в направлении совершенствования законодательства для развития потребкооперации крайне важно: «Автолавки для большинства кооперативных организаций сегодня остаются планово-убыточным проектом. Кооператоры не отказываются от автолавок, потому что истинная суть потребкооперации – в помощи людям, однако экономика диктует свои правила и без поддержки государства обходиться сложно».

В некоторых регионах эта поддержка уже осуществляется на уровне местной власти. В Республике Татарстан, например, президент Рустам Минниханов помог модернизировать автопарк из 100 автолавок. Была реализована правительственная программа Татарстана, в рамках которой из республиканского бюджета на модернизацию было выделено 80% средств, и 20% составили средства организации. Тем самым смогли обновить автолавки, теперь это современные магазины на колесах, торгующие, кроме всего прочего, закупаемой в личных подсобных хозяйствах продукцией.

Современные автолавки оснащены специальной витриной и прилавком. В опциях - холодильное оборудование, водоснабжение, специальные столешницы. В основном автолавка предназначена для торговли продуктами питания, в том числе в режиме бистро. Мобильность позволит продавать в нескольких точках в день. По желанию покупателя, автомобиль может комплектоваться дизельным, бензиновым или газово-бензиновым двигателем.

Центросоюз разработал свои требования, которым должны соответствовать автомагазины, работающие под единым брендом потребкооперации. Это высокая проходимость, наличие холодильника, витрины, стеллажей для товаров, шкафчика для одежды продавца, рукомойника и даже биотуалета.

Достигнуты очень важные договорённости с ключевыми партнёрами Центросоюза – ОАО «ГАЗ», ООО «УАЗ» и АО «Сбербанк лизинг». В частности, недавно подписан протокол с ГАЗом, по которому стороны должны подготовить Соглашение о сотрудничестве. ГАЗ обещает, что разработает адаптированные для нужд потребительской кооперации автомагазины, которые кооперативные организации смогут приобретать ещё и со скидками.

Автолавки, как правило, создают на базе автомобилей «газель» или подобного им лёгкого коммерческого транспорта. Цена автолавки колеблется от 800 000 до 1 500 000 рублей. В комплектацию входят: холодильное оборудование (морозильный ларь, холодильный шкаф, холодильная витрина), генератор, осветительные приборы, витрины, стеллажи и полки, кондиционер, шкаф для одежды, умывальник.

Задача приобретения и содержания автолавок становится все сложнее, поэтому вопрос взаимодействия с муниципалитетами, в том числе и по вопросу поддержания этой деятельности, встает более актуально.

Для возмещения части расходов по приобретаемому специализированному автотранспорту необходимо субсидирование от государства порядка 30 процентов от стоимости автомобилей, а также предоставление в виде субсидий образований на софинансирование расходов по возмещению стоимости ГСМ при доставке товаров в отдаленные, труднодоступные и малонаселенные пункты.

«Мультисервисный офис» – это совместный проект ПАО «Сбербанк России», Центросоюза РФ, сети семейных клиник «Доктор рядом» и компании Метро Кэш энд Керри, который представляет собой современное развитие концепции автолавок потребкооперации, и позволяет в мобильном формате дать людям полноценное расчетно-кассовое обслуживание, медицинские услуги и необходимые товары (рис. 1).

Торговлю товарами первой необходимости осуществляет Центросоюз совместно с региональными и районными потребсоюзами, а также с Метро Кэш энд Керри. Сбербанк отвечает за расчетно-кассовое обслуживание жителей малых населенных пунктов, а сеть семейных клиник «Доктор рядом» осуществляет удаленное медицинское обслуживание.

Новая мультисервисная автолавка функцией «торговой точки» не ограничится, а соединит в себе функции продовольственного магазина, передвижного пункта кассовых операций и почтового отделения связи. Запуск в производство новых автолавок актуален для системы потребительской кооперации, так как парк сегодняшних автомобилей во многих регионах сильно изношен и требует обновления и модернизации.



Рисунок 1. – Мильтисервисный офис

Прогресс не стоит на месте, страна переходит на оплату с помощью банковских карточек, и новая автолавка также станет проводником услуг Сбербанка на селе.

Новая автолавка будет не просто  развозить продукты, она, как уже отмечалось, станет мультисервисной: здесь можно будет совершить всевозможные платежи через банкомат, оплатить ЖКХ,  снять и внести наличные и др.

Экспериментальная автолавка потребительской кооперации предоставляет услуги банковского обслуживания, доставки интернет-заказов и дистанционного медицинского консультирования жителям малых деревень. Вышел самый большой и технологичный спецавтомобиль проекта «Мультисервисный офис», из работающих сегодня в России. Он построен на базе автобуса IVECO, и кроме функции продовольственного магазина, способен дать жителям малых и удаленных населенных пунктов возможность снять или внести деньги на банковскую карту, пройти on-line приема у врача и получить заказ из интернет-магазина.

Автомобиль можно приобрести в лизинг. Условия лизинга, это и упрощённое оформление, и более комфортные сроки договоров, и пониженная процентная ставка. Минимальная сумма финансирования – 240 тысяч рублей, максимальная – 24 миллиона рублей, аванс – от 10 до 49 процентов, срок лизинга – от 12 месяцев. В 2018 году 7 кооперативных организаций заключили договоры с АО «Сбербанк лизинг» на общую сумму более 7,7 миллиона рублей.

Уже сегодня понятно, что «Мультисервисный офис» крайне востребован, так как является единственной альтернативой закрытым магазинам и банковским отделениям в малых и отдаленных деревнях. А, ведь, там живут люди, много пенсионеров и ветеранов. Автолавки потребкооперации всегда были гарантом жизни на селе, снабжая необходимыми продуктами сотни тысяч людей. «Мультисервисный офис» несет еще большую социальную нагрузку, принося в села жизненно важную инфраструктуру.

Список использованных источников:

# «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации»: федеральный закон РФ от 19.06.1992 N 3085-1 (ред. от 02.07.2013). - [Электронный ресурс]: <http://www.consultant.ru>.

# Ишкова Е. Автолавки уезжают в историю. Что придёт им на смену// Российская кооперация. 2019. - 14 мар. - С.3.

# Центросоюз РФ : [сайт]. URL:<http://www.rus.coop/>