

IMPACTUL COOPERĂȚIEI DE CONSUM AL REPUBLICII MOLDOVA LA DEZVOLTAREA MEDIULUI RURAL NAȚIONAL

*Aliona DANILIUC,
drd., lector univ., ULIM
Alexandru GRIBINCEA,
dr. hab., prof. univ., ULIM*

The socio-economic role of consumer cooperation is that it focuses almost entirely to the rural population. The mission of consumer cooperation in rural areas is achieved by satisfaction of the needs of people of high quality goods and services, providing employment for people, forming of monetary income of the rural population, economic and social development of territories, the educational activity. The solution to all these questions will improve the living standards of rural inhabitants complicated socio-economic conditions.

Modern socio-economic processes of Moldova, including consumer cooperations, are related directly to the reform of economic relations with service delivery sphere in view of the transformation processes of market relations. In connection with that, there are a number of challenges arising from the particularities of economic and social development in delivery service, review of traditional forms and methods, which are characteristic, social-economic development policy to stimulate actual work service delivery businesses.

Aderarea Republicii Moldova la Uniunea Europeană, a scos în vileag o serie de probleme economice, acuitatea cărora a reliefat tot mai mult criza economică și socială: degradarea economiei, nivelul înalt al inflației, falimentarea întreprinderilor, creșterea șomajului etc. Măsurile, ce au fost întreprinse în economie națională în ultimii ani cu scopul ajustării ei la standardele și mecanismele europene, au afectat în mod direct sectorul rural. Rezultatele proaste, obținute în stabilizarea macroeconomică, dar și lipsa reformelor cardinale la nivel microeconomic (întreprinderi, gospodării agricole ș.a.), au condus la aprofundarea declinului economic național, sporind tot mai simțitor povara costurilor sociale suportate de populație cât urbană, atât și rurală.

Toate acestea au schimbat într-un mod radical tabloul vieții sociale din Republica Moldova care, rămânând captivă subdezvoltării, se confruntă în prezent cu o explozie neașteptată a problemelor sociale, iar sistemul financiar-economic autohton nu este suficient dezvoltat.

Ținând cont că zonele rurale și agricole a Republicii Moldova reprezintă una dintre cele mai semnificative contribuții privind capitalul natural, moștenirea culturală și coeziunea socială pe care țara noastră o are la momentul de față, credem că oameni de știință trebuie să-și depună eforturi maxime pentru a găsi cât mai rapid soluționarea eficace a problemei social-economice naționale, începând de la mediul rural al țării noastre. Suntem de părere că este necesar, bazându-ne pe experiența țărilor dezvoltate, să elaborăm și să implementăm strategii economice, obiectivul cărora ar rezida în asigurarea creșterii durabile a sectorului agroindustrial autohton, precum și o consecvență ameliorare a calității vieții în mediul rural, prin sporirea competitivității sectorului.

Procesele socio-economice actuale din Republica Moldova, inclusiv și în sistemul cooperăției de consum, au legătură cu reforma relațiilor economice în sfera de comerț și servicii ce țin de procesele transformării a pieței. În acest sens apare o serie de provocări, care decurg din particularitățile de dezvoltare a relațiilor economice și sociale în sectorul serviciilor, în special revizuirea formelor sale inerente și metodelor

tradiționale, dezvoltarea de politici sociale eficiente și economice pentru a stimula activitatea agenților economici autohtoni.

Domeniul de bază a cooperăției de consum din Moldova devine comerțul, fiind una din cele mai semnificative laturi ale economiei moderne și principalul element al economiei de piață cât pe plan național, atât și internațional. În tabelul 1 putem vedea unele rezultate ai activității sistemului cooperatist autohton pentru ultimii doi ani.

Tabelul 1. Unii indicatori ai activității cooperăției de consum pentru anii 2010-2011

Nr. d/o	Indicatorii	Unitatea de măsură	2010	2011	2011 față de 2010 (%)
1	Vânzările cu amănuntul	mii lei	686536,4	725423,3	105,7
2	Vânzările angro	mii lei	58842,7	77582,1	131,8
3	Serviciile cu plată prestate populației, total	mii lei	110896,7	117057,5	105,6
-	inclusiv în alimentația publică	mii lei	61969,5	66338,6	107
-	servicii de piață	mii lei	23579,0	24900,9	105,6
4	Volumul producției industriale în prețuri curente	mii lei	49514,8	58482,7	118,1
5	Achiziționarea a produselor agricole, materiilor prime zootehnice și de altă natură	mii lei	60659,9	79545,8	131,1
6	Rezultatele financiare (profit+; pierdere-)	mii lei	+4923,7	+10951,5	+222,4

Sursa: Perfectat de autori în baza datelor, prestate de MoldCOOP.

În urma analizei datelor, prestate de Uniunea Centrală a cooperăției de consum din Moldova, autorii consideră că comerțul are o importanță strategică pentru dezvoltarea durabilă a societății rurale, datorită rolului său economic (asigurarea relațiilor producător-consumător și a fluxurilor de bunuri, monetare și informaționale, ocuparea forței de muncă) și impactul pe care îl are asupra calității vieții populației din mediul rural (satisfacerea necesităților de consum, menținerea unor standarde etice, sociale și de mediu prin mărfurile și serviciile oferite) [4].

Rolul social-economic al sistemului cooperatist pe plan mondial constă în aceea, că activitatea ei aproape complet este orientată spre populația rurală. Misiunea cooperăției de consum în mediul rural se realizează prin satisfacerea nevoilor populației în bunuri și servicii de înaltă calitate, prestarea locurilor de muncă, formarea veniturilor bănești a populației rurale, dezvoltarea economică și socială a teritorii, activitatea de educație și învățământ.

Evaluarea situației la momentul de față și a perspectivelor de dezvoltare a comerțului realizat în cadrul cooperăției de consum, acesta nu poate fi analizat izolat de tendințele ce se manifestă în piața rurală, fiind pe drept un element important al acesteia. Din acest motiv, autorii propun analiza succintă a principalelor elemente, ce alcătuiesc conținutul și structura pieței de consum rurale, relevarea particularităților acesteia, cunoașterea cărora este prioritară pentru activitatea comercială și primirea deciziilor de redimensionare, modernizare și dezvoltare a comerțului în mediul rural.

Tradițional, în structura veniturilor disponibile ale gospodăriilor din sectorul rural, o pondere importantă revine veniturilor provenite din activitatea individuală agricolă. În ultimii ani, însă, se remarcă scăderea acestui indicator și majorarea cotei veniturilor obținute din diverse alte surse, fapt ce se explică prin creșterea surselor bănești remise în țară, „urbanizarea” vieții la sate, dezvoltarea activităților non-agricole în spațiul rural, tendința de consolidare a terenurilor agricole etc. De menționat, că această situație influențează asupra capacității de cumpărare a populației sătești. Aici

trebuie avută în vedere și ponderea ridicată a autoconsumului în satisfacerea nevoilor populației rurale, aceasta influențând structura cheltuielilor de consum.

În opinia autorilor, o astfel de situație necesită regândirea politicilor comerciale în mediul rural, reorientarea asupra ofertei de mărfuri nealimentare, de confort, prestației de servicii, elaborarea strategiilor de eficientizare și profitarea acestor activități, dezvoltării și modernizării infrastructurii comerciale, axarea pe calitatea consumului.

Dezvoltarea extensivă și intensivă a comerțului cooperatist a contribuit la sporirea din an în an a vânzărilor în comerțul cu amănuntul în perioada 2002-2010, înregistrând în a.2008 – 814,0 milioane de lei și reducându-se până la 655,6 mii de lei, ca urmare a efectelor crizei economice, ceea ce se explică prin diminuarea veniturilor bănești ale populației rurale, a reducerii remitențelor (figura 2) [2].

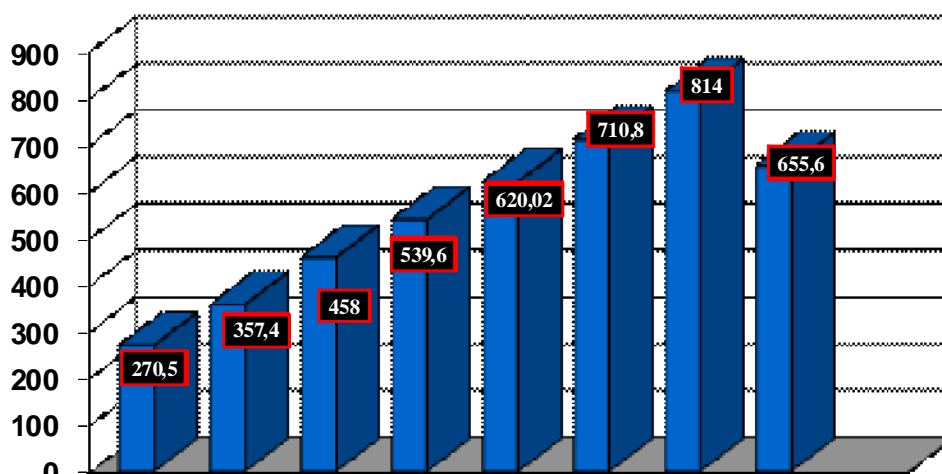


Fig. 1: Dinamica vânzărilor cu amănuntul în comerțul cooperatist

Sursa: Perfectată de autori în baza datelor, prestate de MoldCOOP.

Starea lucrurilor în cooperația de consum reflectă situația economică generală a statului. O parte componentă a infrastructurii sociale în zonele rurale a devenit sfera cooperatistă de servicii de uz casnic și alte servicii, bazate pe comision, care a început să reînvie tot mai activ.

Astăzi, membrii cooperatori-locuitorii din mediul rural au posibilitatea direct în locurile de reședință să-și repare hainele, încălțăminte și aparate de uz casnic, să se bucure de serviciile de coafor, închiriere de bunuri, de curățare uscată, foto și de alte servicii. Infrastructura prestării serviciilor – este domeniul de activitate, dezvoltarea căruia asigură cooperației de consum creșterea rentabilității și îmbunătățirea calității de viață a populației. Cu toate că cooperația de consum autohton este un sector complex și eterogen, cu dimensiuni fizice, economice și sociale majore în raport cu alte domenii ale economiei naționale și cu impact important asupra dezvoltării economico-sociale în mediul rural, acestuia nu i se acordă atenția cuvenită de către mediul științific și factorii de decizie.

În mediul rural este răspândită economia de schimb, care presupune existența mecanismului concurențial, ce se caracterizează prin formarea liberă a prețurilor. Acest domeniul a economiei reprezintă principalul factor de echilibrare a ofertei cu cererea și, în același timp, una din premisele maximizării rezultatelor activității economice, în condițiile unui volum limitat al resurselor [3].

Provocările mediului concurențial, dezvoltarea neuniformă a comerțului, discrepanțele, ce au loc în comerțul cooperației de consum autohtone din mediul rural, pe de o parte, și perspectivele de dezvoltare rurală (urbanizarea continuă a satelor,

dezvoltarea suburbiilor etc.), pe de altă parte, precum și necesitatea adaptării la noile realități economice, tendințele și noile tehnologii comerciale aplicate în comerțul cooperatist la nivel internațional, accentuarea globalizării pieței de consum conduc la o nouă optică a activității de comerț, bazată pe un management eficient al economiei de schimb pe întreaga verticală a sistemului comercial, fapt ce justifică studiul teoretico-metodologic și aplicativ al activității de comerț atât într-un cadru general, la nivel de țară, cât și într-un cadru specific, în mediul rural și cooperăția de consum.

Economia de schimb în sistemul cooperatist autohton poate asigura corelațiile necesare funcționării eficiente a economiei, prin virtuțile sale, prin jocul cererii și ofertei, al prețurilor, concurenței, deciziilor de producție și opțiunile consumătorilor, orientând resursele societății spre activitățile necesare și rentabile. Prin aceste pârghii ea realizează adaptările necesare în economie, le oferă consumătorilor posibilități de comparare a bunurilor și serviciilor și alegere lor la prețuri convenabile, iar pentru producători – evitarea risipei, fabricarea la costuri inferioare și vânzarea la prețurile cele mai rentabile.

În sfârșit, autorii consideră că rolul cooperăției de consum rezultă în mod indubitabil din faptul că, alături de cea meșteșugărească, ea reprezintă o componentă a sectorului privat, structurată coerent, capabilă a garanta și a dezvolta o clasă de mijloc bine individualizată. Cooperăția de consum se adresează în principal unui tronson social cu venituri relative mici, ea având de fapt rolul ca, prin unirea unor eforturi material și intelectuale, o paletă largă de indivizi să poată deveni, printr-un sistem participativ coerent, total independentă din punct de vedere economic, asigurându-și astfel un trai decent și o protecție social adecvată.

Orientarea spre firmele mici și mijlocii, fărâmițarea existentă în posesia fondului funciar, restructurarea economiei naționale, în general, a industriei, în special, reînnoirea la sate a unui număr mare de locuitori, creșterea ponderii populației rurale în condițiile restructurării economiei reprezintă fenomene care solicită apelarea la forme cooperatiste de organizare, la asocierea agenților economici din mediul rural pe principii cooperatiste.

Concluzii

Succesul activității cooperăției de consum autohtone constă în atragerea tot mai multul număr de oameni, care au nevoie de forme noi de relații cu furnizorii produselor și serviciilor de importanță vitală pentru populația din mediul rural. Realizarea misiunii sociale sistemului cooperăției de consum în sectorul rural al Republicii Moldova va permite ridicarea nivelului de trai ai populației din regiunile date.

În opinia autorului, cooperăția de consum, fiind una din cele mai vechi forme instituționale a sectorului economic non-profit, până la momentul de față nu a pierdut semnificația sa mulțumind faptului că nici una din sistemele organizatorice existente nu-și pune ca scop efectuarea ajutorului producătorilor agricoli în dezvoltarea economiei și îmbunătățirea eficienței de producție, precum și abordarea problemelor sociale și economice în zonele rurale a regiunii date.

Sistemul cooperatist autohton, datorită misiunii sale de a satisface necesitățile de consum a membrilor săi (în majoritate amplasați în mediul rural), pe parcursul existenței sale și-a dezvoltat propria infrastructură comercială, industrială, de achiziționare, de prestări servicii, comerțului revenindu-i ponderea dominantă în structura activităților cooperatiste și în cifra de afaceri.

Autorii sunt de părere, că toate acestea impun necesitatea regândirii politicilor comerciale, structurii sistemului comercial, redimensionării managementului activității agenților economici din mediul rural, modernizării acestuia prin prisma performanțelor în domeniul și în ramura comerțului cooperatist. În acest context studierea mutațiilor

structurale și a tendințelor, ce se manifestă în sfera comerțului, inclusiv a celui cooperatist din regiunile rurale, constituie o premisă importantă pentru conturarea orientărilor de dezvoltare a pieței autohtone, realizării misiunii de bază a comerțului și sporirii calității vieții populației din mediul rural, înlesnind astfel avansarea calității prestației comerciale în mediul rural.

Referințe bibliografice

1. Șavga L. *E-Business: Applications and perspectives for the Republic of Moldova*. În: Trends in the Development of the Information and Communication Tehnologies in Education and Management (International Conference March 20-21), 2003, p. 116-118
2. Strategia dezvoltării a cooperației de consum pentru perioada 2008-2011. Materialele congresului al XIV-lea al cooperației de consum din Moldova, (14 decembrie 2007).
3. Richard G., Lipsey K., Alec Chrystal. *Economia pozitivă*. Editura Economică. București, 2009. 984p.
4. Șerban N. *Perfecționarea infrastructurii și eficientizarea funcționării comerțului în cadrul cooperației de consum*. Teza de doctor în economie. Chișinău, 2010