

Трансформация социально-экономических функций потребительской кооперации

Сапожникова Светлана Николаевна,
к.э.н., доцент,
Московский государственный
университет технологий и управления
им. К.Г. Разумовского
(г. Москва, Россия)

Аннотация

В статье разрабатывается историко-экономический анализ развития потребительской кооперации в России со времени ее зарождения до наших дней. Выделяются основные факторы эффективности потребительской кооперации, а также проводится детальный анализ развития потребительской кооперации в условиях плановой экономики.

Ключевые слова: потребительская кооперация, некоммерческие организации, плановая экономика.

JEL коды: L310, N700.

В условиях глобализации и либерализации торговли усиливаются так называемые провалы рынка, обостряются социальные проблемы населения. По оценкам зарубежных и отечественных исследователей, в переходный период многие домохозяйства окажутся в проигрыше из-за высоких издержек приспособления, особенно пострадают сельские домохозяйства.

Для сглаживания этих негативных процессов необходимо использовать инструмент, уже существующий, — некоммерческие организации, которые ориентируются на максимизацию достижения специфических целей, направленных на удовлетворение материальных, социально-благотворительных, культурно-образовательных и иных общественнополезных потребностей людей — членов этих организаций. Именно некоммерческие организации могут служить амортизатором социальных условий для населения и сглаживания провалов рынка и негативных последствий ухода государства из социальной сферы.

Весьма примечателен в этом отношении институт потребительских кооперативов [1, ст. 116].

Система потребительской кооперации России, отмечая в этом году 180-летний юбилей, наглядно демонстрирует трансформацию выполняемых ею функций в соответствии с нуждами людей при изменяющихся экономических условиях. Жизнестойкость кооперации справедливо объясняют тем, что в основе ее деятельности лежат не только экономические, но и социальные цели, отвечающие интересам многих людей, особенно с небольшими доходами.

Возникнув в первой половине XIX в., как простое и весьма доступное пониманию людей средство удовлетворения их самых насущных потребностей, потребительские кооперативы адаптировалась к существующей среде, проявляя при этом способность к самоорганизации, выживая в жестких экономических условиях.

Потребительское общество по самой своей природе преследует потребительские цели. Идея состояла в том, что потребители, стремясь избежать произвола частных торговцев, объединялись для приобретения товаров хорошего качества по умеренным рыночным ценам. Потребительские кооперативы создавались на основе принципов добровольности и свободного членства, равноправия и взаимопомощи, честности и открытости. Важнейший принцип кооперации — служение экономическим целям своих членов. Крупнейший русский экономист-аграрник, теоретик и практик кооперации А.В. Чаянов, исследуя природу кооперативного движения, отмечал, что «характерной чертой кооперативного предприятия является то, что оно никогда не может явиться самодовлеющим предприятием, имеющим собственные интересы, лежащие вне интересов

составляющих его членов» [9. С. 17]. Хотя пайщики — члены кооператива объединялись ради экономических целей, но ведь объединялись малоимущие и в объединении черпали силу и защиту, помощь в решении хозяйственных задач, в улучшении условий своей жизни. В этом проявлялась социальная функция потребительского общества. В полной мере реализовывалась главная цель кооперативной организации — работать в интересах своих членов-пайщиков, предоставлять им основные преимущества. Забота об этих интересах служила мощным и реальным стимулом для людей вступать в кооперативную организацию, связывать с ней свою деятельность. Именно этими реальными обстоятельствами объясняется доверие со стороны населения к институту потребительских кооперативов.

К концу XIX в. в России было зарегистрировано 557 потребительских обществ. В 1898 г. был создан Московский союз потребительских обществ (МСПО) — прообраз Центросоюза, учредителями которого выступили кооператоры из десяти губерний России. В июне 1903 г. МСПО (Центросоюз) стал членом Международного кооперативного альянса (МКА). Накануне революционного 1917 г. в состав МСПО (Центросоюза) входили 285 союзов и 3167 потребительских обществ [10]. Всего в стране насчитывалось 25 000 потребительских обществ, объединяющих 11,5 млн членов-пайщиков.

В 1918–1921 гг. внешний для потребительской кооперации фактор — экономическая политика советского государства стал решающим для хозяйственной и общественной деятельности Центросоюза, его организационной структуры. В 1918 г. в Центросоюз были *принудительно* включены все союзы потребительских обществ, существовавшие тогда в России. В марте 1919 г. была создана система потребительской кооперации со следующей структурой: потребительское общество — районный союз — губернский союз — Центросоюз. Так возникли советский Центросоюз и советская потребительская кооперация — полугосударственные образования, сохранившие лишь некоторые признаки кооперации.

В последующие годы, за исключением непродолжительного периода НЭПа (1921–1928 гг.), когда потребительская кооперация получила относительную самостоятельность (восстанавливались вступительные взносы, пай, выборность органов управления), партия и советское правительство целиком овладевают и командуют всеми участками ее хозяйственной деятельности и внутренней жизни. Централизация управленческих структур являлась общим направлением в советской экономике, и потребительская кооперация, как подчиненная советскому правительству структура, не могла ее избежать [10].

Прежде всего, здесь следует отметить парадоксальный факт. При советской власти, которая провозглашала социальные ценности и улучшение условий жизни граждан, система потребительской кооперации (напомним, изначально — социально-ориентированная) находилась под мощным давлением централизованного государства, но выжила и трансформировалась, в значительной степени утратив свои социальные ценности, и по существу, в то время выполняла *функции рыночной структуры*, превратившись, таким образом, в некий «островок» рынка в «море» административно-командной экономики.

Конкретно это проявлялось в том, что потребительская кооперация, имея мощный экономический потенциал, развивала колоссальные *масштабы и направления* деятельности. Так, под давлением партийных органов, которые заставляли заниматься несвойственными ей функциями, она превратилась в многоотраслевую систему, чем упрочила свои позиции. О масштабах косвенно может свидетельствовать информация о реквизиции (изъятии) государством имущества, принадлежащего системе потребительской кооперации. Так, за период с 1926 по 1949 г. потребительская кооперация передала ОРСам промышленных министерств и ведомств, министерствам торговли и пищевой промышленности: около 60 тыс. магазинов, более 7000 предприятий общественного питания, 1194 хлебозавода и пекарни, 43 молокозавода, 17 крупных холодильников. Только за один 1935 г. государственным решением было отчуждено две трети основных фондов системы потребительской кооперации.

Тем не менее, успешно развивая *многообразные отрасли деятельности*, включая *внешнеторговые операции*, потребительские общества отчисляли в государственную казну 35% подоходного налога от совокупной прибыли, оставшуюся часть — использовали для решения хозяйственных и социальных задач в интересах своих членопайщиков. Следует заметить, что в советское время потребительская кооперация функционировала на условиях *самокупаемости и самофинансирования*, была чуть ли ни единственным хозяйственным образованием (институтом), которому официально разрешалось зарабатывать прибыль и использовать ее в своих интересах. У государственных предприятий излишек доходов (а по сути — прибыль) изымался государственными органами. Даже термин «прибыль» до середины 60-х гг. в экономической литературе, а тем более в государственных документах не употребляли (прибыль именовали доходом), считая, что «прибыль не является категорией социализма».

Потребительские общества осуществляли у сельских жителей закупки сельскохозяйственных продуктов и сырья не только по государственному плану, но и так называемые децентрализованные закупки по ценам договоренности (т.е. свободным

ценам) и, таким образом, приобретали опыт *самостоятельного формирования цен* на фоне жесткого государственного ценообразования.

В условиях тотального дефицита потребительских товаров и жесткого государственного прикрепления покупателей к поставщикам потребительская кооперация имела возможность расширять свою основную отрасль — торговлю, *самостоятельно изыскивая товарные ресурсы* за счет осуществления внешнеторговых операций и развития производства необходимых потребителям товаров. В 1985 г. доля потребительской кооперации в обороте розничной торговли страны составляла около 25%. Ориентируясь на спрос потребителей, организации потребительской кооперации осваивали новые виды деятельности (особенно в сфере производства), используя местное сырье, развивали также подсобное хозяйство, общественное питание, разнообразные услуги и другую деятельность.

Потребительская кооперация как система, функционируя в условиях централизованной административно-командной экономики (и сама становясь ее частью) тем не менее развивала в себе черты, присущие рынку, тем самым создавая *особые преимущества* для своих членов-пайщиков. В этом она была последовательной и не изменила своим принципам. Так, через Союзкоопвнешторг с помощью высококвалифицированных специалистов-товароведов (получающих подготовку в кооперативных вузах — в СССР их было пять) закупала импортные потребительские товары, отличающиеся высоким качеством, и реализовывала их через магазины потребительской кооперации своим пайщикам по паевым книжкам. В те годы это было существенным стимулом вступления в члены потребительского общества не только для жителей сел и деревень (где советское правительство в 1935 г. обозначило зону деятельности потребительской кооперации), но и для горожан.

Развивая заготовительную деятельность, потребительские общества через разветвленную сеть заготовительных пунктов закупали более 60 видов сельскохозяйственных продуктов и сырья, в том числе дикорастущей продукции — ягод, грибов, лекарственных трав и т.п. При этом зачастую в те годы, когда в колхозах люди работали за трудодни, не получая денег, это был их единственный источник денежных средств. Среди сдатчиков, прежде всего, дикорастущей продукции было немало школьников, которые тратили вырученные за сданную продукцию деньги на посещение кино, покупку книг, поездку в город, приобщаясь таким образом к неким культурным ценностям, и одновременно приобретали жизненный опыт, приобщаясь к труду, умению зарабатывать и накапливать деньги для конкретной цели.

С позиций сегодняшнего дня можно сделать такой вывод: в то время и в тех условиях потребительские кооперативы в целом справлялись с задачей удовлетворения материальных потребностей пайщиков и обслуживаемого населения.

Справедливости ради, следует напомнить также о деформации системы потребительской кооперации со стороны государства. Кроме упоминавшейся выше, необоснованной реквизиции значительной части ее собственности и ограничения ее деятельности только в сельской местности осуществлялось вмешательство государства в регламентирование ряда хозяйственных вопросов. Например, назначение государственными органами ответственных работников потребительской кооперации и, таким образом, нарушение принципа их выборности. Как отмечалось, на систему потребительской кооперации были распространены методы государственного централизма в управлении кооперативами, в результате нарушались права пайщиков, и аппарат управления потребительскими союзами фактически получил властные функции. Потребительской кооперации навязывались несвойственные ей функции. Так, было поручено осуществлять государственные заготовки (контрактацию и закупку) и поставку сельскохозяйственной продукции в города и промышленные центры страны, а также в районы Крайнего Севера и спецконтингентам (армии, флоту, управлению лагерей и т.п.) на некоммерческой основе (с возмещением из госбюджета расходов и убытков по этим операциям). Центросоюзу также были даны поручения: открыть сеть заправочных станций для автотранспорта на сельских автотрассах и организовать торговлю на городских рынках.

За годы административно-командной экономики в развитии потребительской кооперации были утеряны важнейшие кооперативные принципы: добровольности членства и демократического управления, а ее назначение при массовом дефиците потребительских товаров состояло, главным образом, в осуществлении распределительных функций. Потребительская кооперация выжила как хозяйственная организация, утратив при этом многие черты социальной организации.

Иерархически потребительская кооперация была построена по аналогии с системой государственного управления. Ее организационная структура в полной мере воспроизводила территориально-отраслевую структуру государственной исполнительной власти: центр — региональный потребительский союз — районный потребительский союз — потребительское общество. Союзы потребительских обществ как вышестоящие звенья управления, начиная от Центросоюза СССР и заканчивая районными потребительскими союзами, соответственно выполняли контрольные и административно-распорядительные функции по отношению к нижестоящему звену — потребительским обществам:

директивного планирования, жесткого контроля исполнения планов и решений вышестоящих звеньев, сбора и обобщения данных статистической и бухгалтерской отчетности и т.п. Справедливости ради, следует упомянуть, что работники аппарата управления потребительских союзов всех уровней отличались в большинстве своем высоким уровнем профессиональных знаний (полученных, как правило, в кооперативных учебных заведениях), жизненным и практическим опытом, а также патриотизмом по отношению к системе потребительской кооперации. Это позволяло им оказывать реальную методическую помощь специалистам и служащим потребительских обществ в вопросах планирования, ценообразования, организации деятельности и других вопросах хозяйственной практики.

При переходе к рыночным отношениям иерархия потребительской кооперации советского периода подверглась изменениям. Вертикальная интеграция сохранилась лишь в рамках отдельных субъектов РФ, при этом в некоторых регионах потребительская кооперация несколькими этапами приватизации была ликвидирована, в других — ее присутствие символично. В некоторых регионах, например, в европейской части России, Западной и Восточной Сибири, уровень развития потребительской кооперации вполне соответствует развитию региона [3. с. 14].

Современные потребительские союзы субфедерального и районного масштабов создаются как добровольные объединения (на основании решений общих собраний потребительских обществ) для координации деятельности потребительских обществ и содействия их развитию; для обеспечения защиты имущественных и иных прав их членов; представления их интересов в органах государственной, местной власти и международных организациях; для оказания правовых, информационных и иных услуг [2, ст. 1].

В условиях формирования рыночных отношений усиливается социальная направленность деятельности потребительских обществ, а их хозяйственные функции, продолжая весьма активно развиваться, все более нацеливаются на выполнение своей социальной миссии. Сегодня потребительская кооперация становится своеобразным инструментом социальной амортизации для сельских жителей — снабжает их потребительскими товарами по более низким ценам; осуществляет развозную торговлю в малых отдаленных населенных пунктах, где нет стационарной торговли и где частным предпринимателям работать невыгодно. Стабилизирует социально-экономическую обстановку в регионах, создавая рабочие места на своих предприятиях и, тем самым, обеспечивая занятость сельского населения. Как хозяйствующая, генерирующая доход система, потребительская кооперация формирует значительную часть местных бюджетов;

создавая торговую и производственную инфраструктуры, непосредственно участвует в обустройстве села. Выполняя функции, свойственные государству, она выступает институтом, поддерживающим социальное равновесие всего общества.

В новых условиях сохранившиеся потребительские союзы, вновь созданные объединения, находятся под регулирующим воздействием государства, органов местной власти. Вместе с тем при сохранении и усилении приоритетности социальной миссии трансформировались организационно-экономические функции потребительской кооперации. Необходимость обеспечения конкурентоспособности и сохранения социальной сущности кооперативов как первичного звена обусловили повышение значимости ассоциированного поведения, «коалицию партнеров» как основу достижения баланса интересов и устойчивости рыночного положения [8. С. 12–13].

Потребительская кооперация как современный рыночный институт, даже после значительных изменений, произошедших с ее функциями, трансформацией ее структуры, обладает колоссальным потенциалом социально-рыночной направленности, что позволяет встраивать ее в модернизирующийся аграрно-промышленный комплекс и способствует преодолению последствий экономического кризиса.

Литература

1. Гражданский кодекс Российской Федерации. Часть I, М., 2003.
2. Федеральный закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, союзах) в Российской Федерации» от 19.06.1992, № 3085-1, с изменениями от 11.07 1997 г., 28.04 2000 г., 21.03 2002 г.
3. Дроздова М.И. Диверсификация деятельности потребительской кооперации депрессивных регионов в условиях глобализации: теория, методология, практика: Автореферат докт. дис. Новосибирск, 2010.
4. Киселева Г.В. Историческое предназначение потребительской кооперации: служить людям и, прежде всего, самой обездоленной части населения — жителям села // *Фундаментальные и прикладные исследования*. 2006. № 1.
5. Соболев А.В. Экономическое поведение и природа кооперативных организаций: Монография. М., 2002.
6. Социальная миссия потребительской кооперации: теория и практика управления: Монография. М.: Наука и кооперативное образование, Российский университет кооперации, 2006.
7. Торговая политика и значение вступления в ВТО для развития России и стран СНГ: Руководство / под ред. Дэвида Г. Тарра. М.: Весь мир, 2006.

8. Храмцова Т.Г. Методология исследования социально-экономического потенциала потребительской кооперации: Автореферат докт. дис. Новосибирск, 2002.
9. Чаянов А.В. Основные идеи и формы организации сельскохозяйственной кооперации. М., 1927.
10. <http://www.rus.coop> — Центросоюз России.

TRANSFORMATION OF SOCIAL AND ECONOMIC FUNCTIONS OF CONSUMER COOPERATION

Svetlana Sapozhnikova,
Ph.D., assistant professor,
Razumovski Moscow State University of Technologies and Administration
(Moscow, Russia)

Abstract

The article provides historic and economic analysis of consumer cooperation development from its appearance till nowadays. It points main factors of cooperation's efficiency as well as proper exploration of consumer cooperation development in conditions of centrally planned economy.

Key words: consumer cooperation, non-profit organization, centrally planned economy.

JEL codes: L310, N700.