

Куприянов О. С. — Столярова А. Н.

Исторические аспекты развития потребительской кооперации Московской области

Аннотация: Авторами исследуется история потребительской кооперации Московской области, а также ключевые аспекты потребительской кооперации г. Коломны (Московская область), выделяются этапы в истории потребительской кооперации, рассматриваются перспективы развития потребительской кооперации в Московской области и ставится цель удвоения доли потребительской кооперации данного региона в его ВРП уже в этом году. **Ключевые понятия:** потребительская кооперация, история потребительской кооперации, периоды исторического развития потребительской кооперации, ВВП, ВРП, Московская область, г. Коломна.

Abstract: The authors explore the history of the consumer cooperatives in the Moscow region, as well as key aspects of consumer cooperatives of the town Kolomna (Moscow region), they underline the milestones in the history of consumer cooperatives, consider consumer cooperatives' perspectives in the Moscow region and the goal of doubling the share of consumer cooperatives in this region in its GDP this year. **Key words:** history of consumer cooperatives, consumer cooperatives, periods of the historical development of consumer cooperatives, GDP, GRP, Moscow region, town Kolomna.

Роль потребительской кооперации в России всегда была значима и высока. О преимуществах потребительской кооперации по сравнению с другими организационно-правовыми формами хозяйственной деятельности (и прежде всего корпоративной) писали многие ведущие экономисты России, в числе которых М.И. Туган-Барановский, Н.Д. Кондратьев, А.В. Чайнов, А.А. Богданов, Б.Бруцкус, А.Югов, С.Н.Прокопович [6].

Среди зарубежных учёных, занимавшихся изучением и развитием кооперативного движения, выделим Фридриха Вильгельма фон Райффайзена, Шарля Фурье, Роберта Оуэна, Анри Сен-Симона.

Ю.А.Денисов выделяет три основных подхода к определению потребительской кооперации:

1. Всеобщая форма организации труда, имманентно присущая хозяйственной деятельности человека.
2. Конкретная организационно-хозяйственная форма, как то: потребительское общество, ссудно-сберегательное товарищество, маслодельная артель и т.д.
3. Социальное движение со своей идеологией и социальным идеалом, связанное с преодолением капиталистического строя [3].

История развития потребительской кооперации в России включает в себя несколько этапов.

Дореволюционный период. В нашей стране издавна существовали полукооперативные, предкооперативные формы сотрудничества людей – крестьянские общины, бытовые артели, складчина и т.п.

При выполнении отдельных работ (например, при строительстве дорог, мостов) община могла делиться на артели. Исследователь Николай Калачов утверждал, что следы артельных начал на Руси ведут в глубокую древность, к XI-XII векам, хотя само слово "артель" вошло в употребление несколько позже [2]. В Древней Руси зародилось понятие общины, просуществовавшее вплоть до 1917 г. Община несла на себе функции «отца» на селе, распределяя крестьянские наделы, платя оброки за должников, занимаясь воспитательными функциями.

Значительно позже появилось понятие артель, форма объединения труда и капитала или только труда крестьян-общинников. Было и такое понятие как взаимопомощь (по-другому – помочь), когда «всем миром» помогали строить дом, обрабатывать участок и т.д.

Существовало и понятие «складчина», одна из форм артели, когда крестьяне собирали деньги на различного рода цели: промыслы (чаще всего- рыбные), предпринимательство, совместные празднества и т.д.

Артели имели много общего с классическими кооперативами: самостоятельность, добровольность, самоуправление, равенство прав участников, элементы коллективизма и др. Вместе с тем в общинах и артелях было больше элементов случайности, неорганизованности, а зачатки кооперации в них существовали в неразвитой форме.

Первым потребительским кооперативом в России стала «Большая артель» декабристов, устав которой был принят на общем собрании декабристов 2 марта 1831 г. С этой даты начинается отсчёт кооперативного движения в России [4]. Устав состоял из 13 разделов, 106 параграфов. Каковы же основные положения этого обширного документа? Перечислим их кратко.

Во-первых, цель артели заключалась в удовлетворении весьма различных потребностей её участников. Создавалась годовая общественная сумма из взносов членов артели, причём прибыль не была целью данного общества.

Во-вторых, деятельность артели была построена на началах самоуправления.

В-третьих, предусматривались демократические выборы в органы правления путём тайного голосования. Членство в артели было строго добровольным, по принципу «один участник – один голос».

В-четвёртых, экономическая самостоятельность и являлась средством достижения цели артели.

Заметим, что устав «Большой артели» был создан ещё до знаменитых рочдейлских принципов.

Классические кооперативы возникли в 60-е годы XIX века, в период т.н. «Великих реформ» Александра II.

Первым теоретиком кооперации в России был Н.Г.Чернышевский, сформулировавший свою теорию трудящихся в статье «Капитал и труд», а также на примере кооперативных швейных мастерских, описанных им в романе «Что делать».

Народническое движение 60-70 гг., теоретики которого пытались разработать адаптированную для российских условий кооперативную теорию, потерпело неудачу.

У марксизма не подлежало сомнению капиталистическая эволюция деревни и преобладание в крестьянских промыслах капиталистической кооперации, а не артельных начал, так устойчиво прижившихся и распространившихся в России. Отношение к кооперации у марксистов носило чисто утилитарный характер, кооперация

рассматривалась как вспомогательный инструмент достижения главной цели К.Маркса и его последователей – социального переворота.

Первый в России независимый рабочий кооператив был создан на Петровском заводе за Байкалом по инициативе декабриста Ивана Горбачевского и волостного старшины Афанасия Першина (1825-1904), а созданное в ноябре 1864 г. на заводе графа Сергея Строганова в посёлке Кын Пермской области общество, названное историками Кыновским обществом, стало первым в России зависимым рабочим кооперативом.

Рассматривая историю кооперативного движения в России в 60-80 гг. XIX в., можно признать, что успех кооперации был более чем скромным (с 1865 по 1890 г было зарегистрировано всего 260 потребительских обществ, из них к началу 1891 г. сохранилось всего сто, остальные разорились).

Правительство насаждало капитализм «сверху», а крестьяне и рабочие стремились «снизу» организовывать альтернативные некапиталистические объединения. Царское правительство не спешило разрабатывать специальный закон о кооперации, а подчас и препятствовало развитию кооперативного движения, видя в нём угрозу самодержавию. Это было связано с популярными тогда учениями о «кооперативном социализме», который якобы со временем должен был прийти на смену капитализму, а также тем, что в ряды кооперации вступали рабочие-народники, придерживающиеся радикальных левых взглядов.

Но всё же уже в конце века правительство было вынуждено признать уже во весь голос заявившее о себе и стремительно пополняющее свои ряды кооперативное движение. Поэтому в 1898 г. Министерство внутренних дел утвердило Положение о Московском союзе потребительских обществ (МСПО). Его учредителями являлись 18 потребительских кооперативов из 307 имевшихся на то время. Появление такой организации позволило потребительским кооперативам объединить совместные усилия и средства для достижения общих целей, главная из которых – помощь малоимущим слоям населения. В 1903 году МСПО стал постоянным членом Международного Кооперативного Альянса (МКА) [4].

Показательной в этом смысле является история потребительской кооперации в городе Коломне, одном из самых развитых промышленных городов Московской области. Первое потребительское общество в г. Коломне было организовано крупными заводчиками – братьями Струве в 1878 г. на Коломенском машиностроительном заводе (ныне ОАО ХК «Коломенский завод»).

В первый же год членами-пайщиками стали 150 рабочих и служащих. Деятельность общества имела большое значение не только для самих пайщиков, но и для населения города и уезда. Продажа товаров по более низким ценам принуждала снижать стоимость таких же товаров в других лавках и магазинах. Это было на благо малоимущим слоям населения.

20 февраля 1878 г. было созвано первое общее собрание потребительского общества, где были избраны члены правления и ревизионная комиссия, а в апреле 1878 года при заводе был открыт первый магазин.

В 1882 г. при Коломенском машиностроительном заводе было построено новое здание под этот магазин, которое коломенцы знают как «первый номер» у Коломзавода.

Аналогичные общества стали создаваться в Клину, Орехово-Зуеве, Павлово-Посаде, Серебряных прудах и в других городах.

К началу 1905 г. Союз объединял 133 общества, к 1914 г. – 1 тыс. 241. В сентябре 1917 г. МСПО был переименован во Всероссийский Центральный союз потребительских обществ – Центросоюз России.

Фактором, ускорившим развитие кооперации, стала революция 1905 г. Из-за роста цен и дороговизны жизни в ряды кооперации хлынули большие массы крестьян, рабочих, ремесленников, кустарей.

В 1914 г. с началом Первой мировой войны появилось много новых кооперативов для закупки хлеба, мяса и других продуктов в армию. Произошел невиданный рост потребительской кооперации. За 1914-1917 гг. количество обществ потребителей увеличилось с 11 тыс. 400 до 35 тыс., численность их членов – с 1 млн. 650 тыс. до 11 млн. 550 тыс. В 1917 г. в стране имелось около 50 тыс. кооперативных магазинов и лавок. Сельские общества потребителей были однолавочными, городские – многомагазинными. Союзы кооперативов помимо продаж развивали собственное производство мыла, спичек, кондитерских изделий, мукомольное дело, содержали столовые и читальни. Доля кооперации в товарообороте России превышала 12%.

К 1917 г. МСПО отмечает рост числа своих членов. Это было связано с трудным положением в стране, погрязшей в окопах мировой войны, испытывавшей острейшим образом кризис власти и «министерскую чехарду».

Советский период. С приходом к власти большевиков ситуация в корне изменилась. Советская власть стремилась огосударствить, национализировать потребкооперацию. "Проект декрета о потребительных коммунах", декрет "О потребительских кооперативных организациях" и другие постановления СНК ставили целью превратить всё население России «в один большой кооператив» (Ленин).



Рис. 1. Организационное построение потребительской кооперации России в первой половине 1920 г.

Организационное построение потребительской кооперации России в первой половине 1920 г. приведено на рис. 1 [2].

В условиях НЭПа потребительская кооперация увеличила сеть магазинов и лавок с 52 тыс. в 1921 г. до 88 тыс. в 1928 г. Государство использовало потребкооперацию для вытеснения с рынка нэпманов и ликвидации частной торговли. Примечательны в данном случае слова В.И.Ленина и Н.И.Бухарина о значении для советской власти и коммунизма в целом потребительской кооперации. Так, Ленин писал: «Кооперативный капитализм... облегчит учёт, контроль, надзор, договорные отношения между государством и капитализмом». В своей знаменитой статье «О кооперации» В.И.Ленин констатировал рост кооперации тождественным росту социализма.

В середине 20-х гг. основные контуры кооперативной политики очерчивались в рамках доктрины правого коммунизма, главный идеолог которого Бухарин подчёркивал, что движение к социализму в России будет проходить через рыночные отношения и в перспективе они будут уничтожены в результате своего собственного развития, так как «...на почве этих рыночных отношений ...государственная промышленность и кооперация подомнут под себя все остальные хозяйственные формы и постепенно вытеснят их через рынок до конца...ибо всё заменится государственно-кооперативным распределением производимых продуктов» [1].

В 1931 г. потребкооперация объединяла в городах и селах 73 млн. чел., имела 176 тыс. магазинов, её доля в товарообороте страны составляла около 70%. Однако к середине 1930-х гг. по решению правительства и ЦК ВКП(б) произошла экспроприация кооперации, государству отошло около 58 тыс. кооперативных торговых предприятий и 16 тыс. 800 предприятий общественного питания, причем без возмещения даже паевых взносов рабочих.

Сохранившиеся кооперативы обнаруживают живучесть и тенденцию к росту. В 1936-1940 гг. увеличивается сеть кооперативных розничных торговых предприятий на селе с 111 до 228 тысяч. Тесные лавки, нередко покрытые соломой, уступают место универсам, специализированным магазинам. Расширяются кооперативное хлебопечение, общественное питание.

Репрессии 1937 г. унесли жизни многих специалистов и руководителей потребкооперации, включая председателя правления Центросоюза И.А.Зеленского.

Во время Великой Отечественной войны происходит восстановление разрушенных торговых сетей, потребкооперация активно участвует в снабжении фронта и тыла.

В 1946 г. потребкооперация сыграла большую роль в преодолении в СССР угрозы голода. Оборудуются 16 тыс. магазинов, столовых, чайных. В 496 городах и поселках по сравнительно невысоким ценам кооперативы продают большое количество мяса, молока, масла, овощей, закупленных в децентрализованном порядке. Вместе с тем закрепить в городах потребкооперации не удается.

С середины 1950-х гг. происходит качественное обновление торговой сети: внедряются открытая выкладка товаров, выставки-продажи, появляются магазины самообслуживания, в малые деревни приезжают автолавки.

За заслуги в развертывании кооперативной торговли и организации закупок сельскохозяйственных продуктов и сырья потребительская кооперация СССР в 1958 г. награждается орденом Ленина.

В структуре розничной торговой сети кооперации ведущая роль принадлежала магазинам. В 1958 г. их насчитывалось 236 тыс., в 1980 г. – 307 тыс., в 1991 г. – 330 тыс. (около половины – в Российской Федерации). В крупных селах, помимо универмагов и сельмагов, открываются специализированные магазины «Мебель», «Книги», «Хозтовары» и т.д. В небольших деревнях – магазины повседневного спроса. В конце 1980-х гг. в порядке самообслуживания работали 75% кооперативных магазинов.

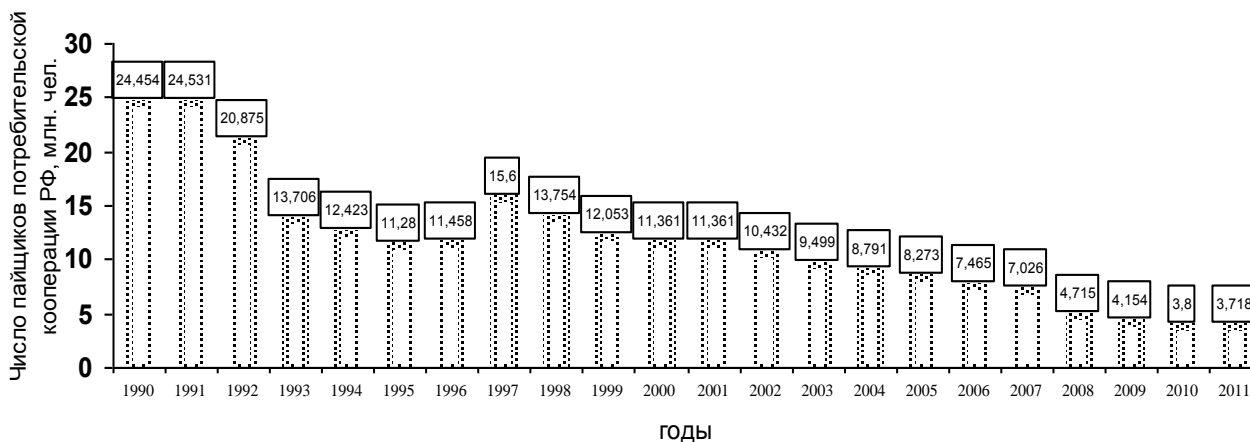
В 1989 г. в розничном товарообороте СССР на долю кооперации приходилось 26%, товарооборот кооперации впервые превысил 100 млрд. руб.

Постсоветский период. Накануне рыночных преобразований 1990-х гг. кооперативная торговля проходила в условиях ажиотажного покупательского спроса. В постсоветский период потребительские общества оказались в глубоком кризисе. Потребительская кооперация России потеряла около 53 тыс. предприятий торговли (некоторые перешли в частные руки). Доля потребкооперации в розничном товарообороте составляла 4,4%.

К 2005 г. потребительские общества объединяли 8,3 млн. пайщиков, из 65 тыс. кооперативных магазинов 29 тыс. были убыточными, однако их убытки покрывались доходами рентабельных предприятий.

Сегодня Центросоюз России работает на основании Концепции развития потребительской кооперации на период до 2015 г., в которой отражены следующие разделы: организационное построение, система управления и работа с пайщиками, торговая деятельность (оптовая и розничная), внешняя торговля, заготовительная деятельность, производственная деятельность, общественное питание, оказание услуг населению, повышение финансовой устойчивости организаций потребительской кооперации, развитие кадрового потенциала и профессионального образования. Приоритетной задачей ставится борьба с бедностью, безработицей и бездуховностью.

Динамика численности пайщиков потребительской кооперации системы Центросоюза РФ в 1990-2011 гг. представлена на рис. 2 [4].



Источник: Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Российской Федерации. – М.: Центральный союз потребительских обществ РФ, 2000-е гг.

Рис. 2. – Динамика изменения численности пайщиков системы Центросоюза РФ (на 1 января соответствующего года)

В последние годы потребительская кооперация России испытывает спад в своей хозяйственной деятельности, обусловленный глобальным финансово-экономическим кризисом (табл. 1).

Несмотря на сложности переходного периода конца 1990-х – 2000-х гг., под воздействием которых потребительская кооперация утратила многие политические и экономические позиции, усилиями пайщиков и работников потребительских обществ и союзов все же удалось сохранить значительную часть материально-технической базы. Данные табл. 1, указывающие на нестабильность и естественное снижение эффективности показателей хозяйственной деятельности кооперативных организаций системы Центросоюза Российской Федерации в годы мирового финансово-экономического кризиса, начиная с 2008 г., свидетельствуют о наличии объективных предпосылок к активному развитию потребительской кооперации [4].

Таблица 1. Основные показатели хозяйственной деятельности по системе Центросоюза Российской Федерации (2007-2010 гг.)

Показатели	2007 г.	2008 г.	2009 г.	2010 г.	2010г. в % к 2007 г.	2010г. в % к 2009 г.
	в действующих ценах				в сопоставимых ценах	
Совокупный объем деятельности					101,3	104,3
млрд. руб.	168,601	201,704	205,806	228,003		
в % к предшествующему году	114,5	119,6	102,0	110,8		
I. Оборот розничной торговли и общественного питания						
млрд. руб.	126,392	151,758	154,996	172,384		
в % к предшествующему году	117,2	120,0	102,1	111,2		
в том числе,						
1.1. Оборот розничной торговли					102,6	104,7
млрд. руб.	116,050	139,585	142,739	158,948		
в % к предшествующему году	117,3	120,3	102,3	111,4		
1.2. Оборот общественного питания					91,7	102,1
млрд. руб.	10,342	12,173	12,257	13,436		
в % к предшествующему году	117,0	117,7	100,7	109,6		
II. Оборот оптовой торговли					99,7	104,8
млрд. руб.	7,974	9,977	9,526	10,619		
в % к предшествующему году	105,2	125,1	95,5	111,5		
доля оптового оборота по отношению к розничному обороту, %	7,1	6,8	6,9	6,7		
III. Объем закупок сельскохозяйственной продукции и сырья					107,7	109,9
млрд. руб.	14,216	16,692	17,479	20,439		
в % к предшествующему году	116,7	117,4	104,7	116,9		
IV. Объем продукции (работ, услуг) промышленных предприятий					90,3	97,4
млрд. руб.	16,068	18,994	19,345	19,883		
в % к предшествующему году	105,7	118,2	101,8	102,8		
V. Объем платных услуг населению					87,2	98,9
млрд. руб.	3,952	4,282	4,461	4,680		
в % к предшествующему году	82,6	137,0	104,2	104,9		
Прибыль,						
млрд. руб.	3,125	4,503	4,954	4,669		
Рентабельность,						
%	1,85	2,33	2,19	2,05		

Источник: Основные показатели социально-экономической деятельности потребительской кооперации Российской Федерации. – М.: Центральный союз потребительских обществ РФ, 2000-е гг.

Покажем на примере Московской области роль потребительской кооперации в валовом региональном производстве. Отразим на диаграмме структуру кооперативной деятельности в Московской области (рис. 3) [5].

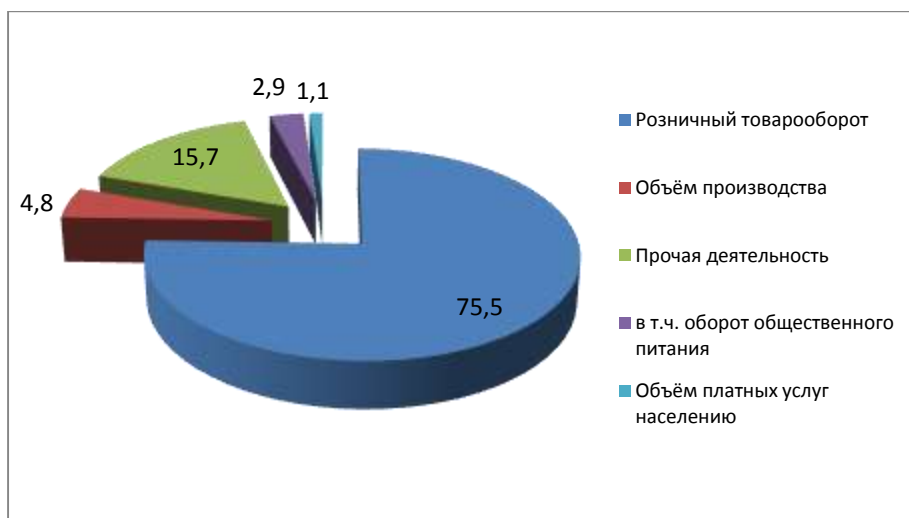


Рис.3. Сложившаяся структура кооперативной деятельности в Московской области

В настоящее время совокупный объем хозяйственной деятельности МСПК составляет 3,6% всего производства ВРП Московской области, или же 5,1% розничного оборота, но к 2015 году за счёт структурных сдвигов занятого населения области предполагается его увеличение в два раза [6].

Стимулирование развития кооперативных форм организации массового обслуживания населения позволяет наметить целевые ориентиры (табл. 2), достижение которых позволит улучшить позиции Московской и смежных с ней областей в экономическом пространстве страны.

Таблица 2. Целевые ориентиры уровня обслуживания населения области

	Исходный уровень 2005-2006 гг	2015 г.	2020г. 2025 г.	2025 г.
Удельный вес численности населения Москвы и области по отношению к стране	12,0	12,8	12,9	13,0
Коэффициент фондов по Москве	41,0	30,0	22,0	15,0
Доступность жилья	100	70	40	20
Доля ВРП Москвы и области в ВРП страны по ППС	27,5	28,5	29,5	29,5
Коэффициент фондов по области	14,8	14,5	16,8	16,6
Продолжительность поездки на работу, мин.	65	50,0	40	35
Плотность населения кв. м. на чел.	20,3	23,0	26,0	30,0

*Оценки авторов на основе результатов исследования

По нашему мнению, в настоящее время сложились условия для перехода на качественно новый уровень определения содержания социальной миссии потребительской кооперации: от «борьбы с бедностью» – к «примеру достижения благополучия и повышения благосостояния». Основное предназначение потребительской кооперации не

может быть подменой социальных функций государства. Вместе с тем, социальная парадигма потребительской кооперации обеспечивает необходимые условия для включения её текущей социальной деятельности как элемента и составной части в реализацию государственной социальной политики на условиях партнерства [7].

Список литературы

1. Бухарин Н.И. Избранные произведения. – М.: Политиздат, 1988. – с.191
23. Вахитов К.И. История потребительской кооперации России: Учебник / К. И. Вахитов. – М.: Дашков и К°, 2013. – 400с.
24. Денисов.Ю.А. Кооперативная политика Советского государства в 1921-27 гг. (на примере потребительской кооперации г. Москвы и Московской губернии): автореферат на соискание учёной степени кандидата исторических наук. – М.: Российская экономическая академия имени Г.В.Плеханова, 1993. – 21 с. ил.
25. Денисова И.Н. Методология формирования кластеров как рыночных инструментов пространственного развития предпринимательства (на примере потребительской кооперации): автореферат на соискание учёной степени доктора экономических наук. – М: Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ), 2012, с. 23-24.
26. История русского магазина: научно-популярная литература / под общ. ред. Л. А. Хасиса. – М.: Аркаим, 2006. – 255 с.
27. Концепция развития потребительской кооперации РФ до 2015 года. <http://www.don-soor.ru/about/docs/6/3>
28. Красилов В.М., Мочалова Л.А.. Статистика социальной деятельности потребительской кооперации как инструмент оценки согласования её стратегии и тактики. – «Экономический альманах: статистика, анализ, прогноз» № 1, 2004, Экономический факультет МГУ, с. 54-62.
29. Столярова А.Н. Концептуальные основы управления процессами самоорганизации жизнедеятельности населения в регионе // Брошюра. – М.: ИРЭИ, Прометей, 2008. – 46 с.