

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Кооперация как социально-экономическая система основывается на определенной идеологии, толкование которой должно быть не узким и застывшим, а широким и гибким в зависимости от конкретных исторических условий. Другими словами, речь идет о необходимости постоянного развития и совершенствования концепции кооперации, которая представляет собой систему взглядов и принципов, определяющих ее социально-экономическую природу, цели и задачи. Концепция кооперации включает в себя понятия "кооперация", "кооператив", "кооперативное движение", "кооперативные ценности и принципы".

Разработка целостной концепции развития кооперации, в частности потребительской, в условиях перехода к рыночным отношениям, с одной стороны, должна учитывать все деформации и перекосы предшествующих теорий, с другой — опираться на научно обоснованные перспективы кооперативного развития. Полемичность здесь неизбежна. Однако следует иметь в виду, что необходимо общее согласие по основным позициям и неотъемлемым элементам, позволяющим рассматривать организацию как кооператив.

В современных условиях, по нашему мнению, необходимо прежде всего уточнить формулировку "цель функционирования кооператива" и соответственно определение "кооператив". Это связано с тем, что формирование инфраструктуры рыночной экономики в республике имеет не только положительные аспекты, но и вызывает серьезные трудности и негативные тенденции. И потребительская кооперация как социально-экономическое явление здесь не составляет исключения.

Реформы способствовали развитию предпринимательства, появилась конкурентная рыночная среда, изменилась структура собственности. Предприятия получили хозяйственную и правовую самостоятельность, изменилась мотивация труда работников предприятий и сферы обслуживания, что отразилось на наполняемости потребительского рынка товаров и услуг.

Вместе с тем многие причины, такие как разрыв хозяйственных связей между бывшими республиками СССР, инфляция, либерализация цен, не всегда взвешенная политика Национального банка, диктат производителей, сокращение объемов производства и другие, поставили потребительскую кооперацию и особенно ее основную отрасль — торговлю — в тяжелое финансовое положение. Система почти полностью утратила собственный капитал, растеряла многие конкурентные преимущества.

В последние годы наметилась и стала устойчивой негативная тенденция к снижению доли потребительской кооперации в розничном товарообороте республики (см. табл.)*.

Таблица. Динамика доли потребительской кооперации в товарообороте Республики Беларусь за 1985—1998 гг.

Показатель	Год							
	1985	1990	1993	1994	1995	1996	1997	1998 (I полугодие)
Удельный вес розничного товарооборота потребкооперации в товарообороте РБ, %	33,7	32,4	29,0	22,8	20,1	18,7	18,5	19,3

В этом показателе, как ни в одном другом, в концентрированной форме отражаются все негативные моменты работы системы. Потребительская кооперация теряет свой сегмент рынка, торговую нишу. Причины подобной ситуации, на наш взгляд, можно объединить в следующие группы.

1. Специфика работы потребительской кооперации в сельской местности, где проживает самая малообеспеченная категория населения с низкой покупательной способностью.

2. Чрезмерно высокие ставки рефинансирования, устанавливаемые Национальным банком, и как следствие — практически полная потеря собственных оборотных средств.

3. Ослабление единства системы потребительской кооперации на всех уровнях. Отсутствие Закона о потребительской кооперации, регламентирующего подход к ее организационному построению исходя из принципа единства всех звеньев.

4. Серьезные недостатки в коммерческой деятельности кооперативов, приводящие к замедлению оборачиваемости товаров.

5. Перекосы в ценовой политике. Отход во многих случаях от основополагающего принципа кооперации — безубыточной деятельности.

6. Ослабление финансовой и кадровой дисциплины, появление внутри системы элементов теневой экономики.

Необходимость повышения конкурентоспособности системы потребительской кооперации, стабилизации ее финансового состояния и обеспечения на этой основе необходимого уровня обслуживания населения требует, по нашему мнению, во-первых, переосмысления тех кооперативных ценностей, которые в недавнем прошлом казались незыблемыми, или, напротив, были отодвинуты на второй план, во-вторых, поиска более эффективных путей реализации этих ценностей адекватно современным условиям.

В определении кооператива должна быть четко отражена двойственная природа кооперации как объединения людей и как предприятия. Эти две стороны кооперации неотделимы друг от друга и в совокупности определяют ее сущностную природу.

Как предприятие кооператив не может функционировать с убытками. Отсутствие прибыли приведет его к финансовому краху, и, соответственно, не будут удовлетворяться экономические и социальные интересы пайщиков.

Необходимость безубыточной работы была понята и принята к действию еще в 1844 г. рочдельскими пионерами, которые в качестве кооперативных принципов провозгласили отпуск товаров по среднерыночным ценам и только за наличные деньги. Основная причина разорения первых кооперативов, созданных до рочдельского, состояла в реализации товаров по себестоимости. Как следствие, кооперативы не имели прибыли, а соответственно, и возможности увеличивать оборотный капитал, укреп-

* Данные взяты из статистических сборников Белкоопсоюза за 1985—1998 гг.

лять и расширять материально-техническую базу, закупать товар крупными партиями. При малейших убытках кооператив прекращал свое существование. Продажа товаров по среднерыночным ценам и только за наличные обеспечила кооперативам конкурентоспособность в сложившейся внешней экономической среде, а следовательно, и возможность достижения социальных кооперативных целей.

Фактически в нашей республике в настоящее время осуществляется рочдельский принцип "торговля только за наличные". Продажа товаров в кредит в условиях очень высоких ставок рефинансирования для потребительской кооперации сегодня неприемлема. Она может осуществляться лишь в том случае, если потребительской кооперации на эти цели будет предоставлен льготный кредит, что маловероятно. Практика показывает, что отход от рочдельского принципа продажи товаров по среднерыночным ценам принесит потребительской кооперации огромные убытки. Так, реализация большинства социально значимых товаров, которые превагируют в ассортименте сельских магазинов, убыточна, так как минимальная торговая надбавка не покрывает фактических затрат.

Идеологи кооперации в процессе ее исторического развития неоднократно подчеркивали, что цель кооперации состоит в удовлетворении потребностей пайщиков, а прибыль — лишь средство для достижения этой цели. Но как уже отмечалось, кооператив — это не только объединение людей, стремящихся к удовлетворению своих интересов, но и предприятие. Следовательно, и цель его как предприятия должна состоять в получении прибыли, что соответствует существующему законодательству. Так, ст. 2 Закона "О предприятиях в Республике Беларусь" гласит: "Главной задачей предприятия является хозяйственная деятельность, направленная на получение прибыли для удовлетворения социальных и экономических интересов членов трудового коллектива и интересов собственника имущества предприятия" [1, 108].

Особенно актуальным это положение нам кажется в период становления рыночных отношений. При административно-командной системе управления роль прибыли явно недооценивалась. Так, огромные убытки, которые несла потребительская кооперация по обслуживанию жителей села, списывались за счет государства. В рыночных условиях кооперативные предприятия и организации ведут хозяйственно-финансовую деятельность только на основе самоокупаемости и самофинансирования, что изначально соответствует сути кооперации как таковой. Убыточные кооперативы не в состоянии поддерживать необходимый ассортимент товаров в своих торговых предприятиях, качественно осуществлять торговое обслуживание покупателей, обеспечивать своим работникам достойную заработную плату, развивать материально-техническую базу и т.д., в общем, становятся неконкурентоспособными. При всей важности выполнения социальных задач в условиях рыночной конкуренции, где движущей силой является прибыль, выживаемость кооперативов зависит от высокой степени их экономической эффективности.

Принципы предпринимательства, согласно которым основными критериями и мерой полезной деятельности любого предприятия, любого хозяйствующего субъекта является предпринимательский доход (прибыль по К. Марксу), независимо от того, находится это предприятие в частной или государственной собственности, распространяются и на кооперацию, на ее деятельность, связанную с другими хозяйствующими на рынке субъектами. В своей внешней деятельности кооператив является таким же предпринимательским хозяйственным звеном, как и другие контрагенты. Другое дело внутрикооперативные отношения, составляющие суть кооперации и ее отличие от других хозяйствующих форм.

Следовательно, удовлетворение интересов членов кооператива и эффективное его функционирование как хозяйствующего субъекта составляют одно целое. В подтверждение этому положению мы можем привести слова из выступления экс-президента Международного кооперативного альянса (МКА) Ларса Маркуса на XII съезде потребительской кооперации СССР в 1989 г.: "...Наша цель — эффективность. Однако в то время, как успех других предприятий измеряется показателями прибыли и роста, в оценке нашей деятельности должны присутствовать и другие критерии. Солидарность, ответственность перед обществом, демократия, забота — это наше прошлое и будущее" [2, 33]. В этом высказывании, на наш взгляд, он выдвигает идею равнозначности цели получения кооперативом прибыли и удовлетворения интересов пайщиков.

А.Ф. Лейдлоу в докладе XXVII конгрессу МКА в 1980 г. привел по этому поводу фразу из выступления А. Маршалла в Ипсвиче в 1889 г.: "Одни движения имеют высокие социальные цели, другие движения имеют широкую экономическую основу, только кооперация имеет и то, и другое" [3, 225]. Сам же А.Ф. Лейдлоу отдает приоритет хозяйственной функции кооперативов и говорит, что они "...в первую очередь являются экономическими организациями".

На основании вышеизложенного, можно выдвинуть тезис о том, что в условиях перехода к рыночным отношениям кооперация имеет не только двойственную природу, но и *двуединую цель*: удовлетворение интересов своих членов и получение прибыли. В соответствии с этим можно предложить следующую трактовку понятия "кооператив": "Кооператив — это самостоятельная организация людей, добровольно объединившихся с целью удовлетворения своих общественно-экономических, социальных и культурных потребностей и обеспечения прибыльной работы демократически управляемого предприятия, находящегося в коллективной собственности".

Соответственно, двуединую цель должна иметь и совокупность кооперативных организаций, под которой понимается кооперация, в том числе потребительская, как экономическая категория.

На каждом из этапов экономического и социального развития общества кооперативное движение руководствуется ценностями и принципами, которые наиболее актуальны в конкретных исторических условиях при неизменном уважении других.

Международный кооперативный альянс и его органы длительное время занимаются проблемами трактовки кооперативных принципов. Специальные комиссии, созданные МКА, обращались к рочдельским принципам в 1937 и 1966 гг., внося в тексты ряд поправок и дополнений, Однако споры и дискуссии по этому поводу не утихают до сих пор.

Проблема формулировки кооперативных принципов для XXI в. тесно связана с определением места и роли кооперации в Концепции будущего развития человечества, выработкой которой занимаются различные учреждения ООН. На XXXI конгрессе МКА, проходившем в 1995 г. в г. Манчестере, обсуждались две основные темы: "Кооперативные принципы в XXI в." и "Кооперация и будущее человечества". Конгресс МКА принял Декларацию о кооперативной идентичности, в которой отражена суть основных кооперативных принципов, выступающих в качестве путеводителя по реализации основных кооперативных ценностей: взаимопомощь, взаимная ответственность, демократия, равенство, справедливость.

В этом документе сформулированы 6 кооперативных принципов.

1. **Добровольное и открытое членство.**
2. **Демократический членский контроль.**
3. **Экономическое участие членов.**
4. **Автономия и независимость.**
5. **Образование, повышение квалификации и информация.**
6. **Сотрудничество между кооперативами [4, 4].**

Комиссия МКА исключила из перечня такой, на наш взгляд, классический принцип, как политический и религиозный нейтралитет. По нашему мнению, это неправомерный шаг. В настоящий период острого политического противостояния отдельных партий и сил как в Республике Беларусь, так и в странах СНГ, принцип политического нейтралитета может обеспечить сохранение целостности системы. Основная роль кооперативов — функционирование в экономической, а не в политической сфере. Кооперация обслуживает своих членов, являющихся потребителями. А понятие "потребитель" не имеет социальных, национальных или расовых различий, и в любом обществе смысл его не меняется.

Полезность принципа политического и религиозного нейтралитета отражается как на внутренней структуре кооператива, так и на его связях с внешней средой. В рамках потребительского общества этот принцип позволяет избежать дискриминации его членов по политическим или религиозным мотивам. Недопустимо выражение кооперативом каких-либо политических амбиций от имени своих членов или превращение собраний в политическую трибуну. В истории потребительской кооперации республики такие случаи известны, и их последствия негативно отражались на деятельности системы. В отношении внешних связей потребительские общества не должны примыкать к каким-либо политическим партиям, сохраняя ха-

рактической независимой свободной организации. Все усилия кооперации должны быть направлены на реализацию экономической и социальной цели кооператива.

Таким образом, перечень кооперативных принципов, приведенный в Декларации о кооперативной идентичности, по нашему мнению, следует дополнить седьмым принципом: **"Политический нейтралитет"**.

В связи с данной проблемой следует заметить, что принципу политического нейтралитета не противоречит политическое значение деятельности потребительской кооперации в республике. Последнее обстоятельство связано с тем, что в настоящий момент потребительская кооперация осталась едва ли не единственной социальной инфраструктурой на селе, когда из-за убыточной работы свернута сеть бытового обслуживания, транспортного сообщения, кинофикации. Сельский магазин сегодня, по сути, представляет собой единственный культурный центр для жителей деревни. Соответственно, успехи или недостатки в торговом обслуживании неизменно влияют на политический спектр настроений сельского населения.

Реализация концепции развития кооперации должна быть обеспечена в правовом порядке и требует создания соответствующей нормативно-правовой базы. Последняя должна отражать возрастающее значение кооперации в социально-экономических преобразованиях, происходящих в государстве. Она создает основу конкурентоспособности кооперации в условиях переходного периода и возможности ее выживания и дальнейшего развития.

ЛИТЕРАТУРА

1. Регулирование хозяйственного оборота: Законы Республики Беларусь. В 4 ч. Сост. Я.И. Функ, В.В. Хвалей. Мн., 1993. Ч. 1.
2. Актуальные проблемы развития потребительской кооперации в условиях рынка: Учеб. пособие / А.И. Савинский, А.П. Кавзунович, Л.Л. Лаппо и др. Гомель, 1995.
3. *Лейдлоу А.Ф.* Кооперативы в 2000 году // XXVII конгресс Международного кооперативного альянса: Повестка дня и доклады. М., 1980.
4. Потребительская кооперация в документах и лицах (Кооперативная идеология)// Вести потреб, кооп. 1998. № 11. С. 6.