

ЦЕННОСТИ И ПРИНЦИПЫ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ И ИНТЕРЕСЫ ПАЙЩИКОВ

VALUES AND PRINCIPLES OF CONSUMER COOPERATION AND INTERESTS OF SHAREERS

Аннотация. Актуальность работы выражается в изучении основополагающих ценностей и принципов потребительской кооперации в год 190-летия системы потребительской кооперации России.

Цель работы – анализ сущности понятий ценности и принципы потребительской кооперации, их взаимосвязи, изучение интересов членов-пайщиков.

Материалы и методы исследования. Использованы научный метод систематизации, корректировки новых и полученных ранее знаний, эмпирические методы описания и сравнения.

Результат работы – построение схемы взаимозависимости ценностей и принципов потребительской кооперации, разработка рекомендаций по развитию отдельных кооперативных ценностей.

Abstract. The relevance of the work is expressed in the study of the fundamental values and principles of consumer cooperation in the year of the 190th anniversary of the system of consumer cooperation in Russia.

The purpose of the work is to analyze the essence of the concepts of values and principles of consumer cooperation, their interrelation, the study of the interests of members-shareholders.

Materials and methods of research. The scientific method of systematization, adjustment of new and previously acquired knowledge, empirical methods of description and comparison are used.

The result of the work is the construction of a scheme of interdependence of values and principles of consumer cooperation, the development of recommendations for the development of individual cooperative values.

Ключевые слова: потребительская кооперация, пайщики, интересы, ценности, принципы.

Keywords: consumer cooperation, shareholders, interests, values, principles.

Введение. Потребительская кооперация страны, являясь крупнейшей общественно-хозяйственной организацией, составной частью всего народно-хозяйственного комплекса, экономической, политической и социальной структуры общества постоянно развивается и совершенствуется различные стороны своей деятельности. Эти изменения затраги-

вают наряду с организационными формами и методами хозяйствования, также интересы и взаимоотношения ее членов-пайщиков, составляющих основу кооперативов и их союзов.

Принятие Закона о потребительской кооперации [1], других законов и нормативных актов создало предпосылки для перестройки деятельности потребительской кооперации, повы-

Маслова Елена Лорандовна – кандидат экономических наук, доцент, профессор кафедры менеджмента и торгового дела, Российский университет кооперации, (г. Мытищи, Московская обл., Российская Федерация), преподаватель, Газпром корпоративный институт (г. Москва, Российская Федерация), e-mail: elena.maslova@inbox.ru.

Elena L. Maslova – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Professor of the Department of Management and Trading Business, Russian University of Cooperation (Mytishchi, Moscow region, Russian Federation), Lecturer, Gazprom Corporate Institute (Moscow, Russian Federation).

шения ее роли в решении экономических и социальных задач общества, в улучшении обслуживания своих членов и всего населения. Тем не менее, как показывают итоги прошедших лет, преобразования в деятельности потребительской кооперации, направленные на демократизацию, возрождение подлинно кооперативных начал, повышение эффективности в работе и придание большей динамики развития, осуществляются медленно, не приобрели широких масштабов и не дали ощутимых результатов. Это требует, наряду с выявлением и оценкой эффективности тех или иных организационных, экономических и других мер, призванных повысить эффективность деятельности потребительской кооперации, глубокого изучения основополагающих предпосылок и факторов ее развития в современных условиях.

В числе этих факторов представляется необходимым выделить такие, которые отражают самую сущность, природу этой общественно-хозяйственной организации. К ним могут быть отнесены кооперативные принципы и ценности, выражающие социально-экономическую ориентацию системы, а также сами субъекты – члены потребительских кооперативов (обществ), как носители этих ценностей, интересы членов-пайщиков, на удовлетворение которых направлена деятельность этой организации.

Материалы и методы исследования. В процессе исследования проанализированы архивные материалы: диссертации, авторефераты, материалы Конгрессов Международного кооперативного альянса, мнение представителей кооперации стран-членов МКА, а также Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации в Российской Федерации» и информация с сайта Центросоюза РФ.

Дискуссия. Как известно, пайщик, член потребительского общества – гражданин, юридическое лицо, внесшие вступительный и паевой взносы и принятые в потребительское общество в установленном уставом потребительского общества порядке [1].

В настоящее время важнейшее значение для дальнейшего развития кооперативного движения и эффективного функционирования потребительской кооперации как общественно-хозяйственной организации приобретает выбор направления и приоритетов деятельности, заинтересованность участников кооперативного движения, их вовлеченность в процессы ее совершенствования и повседневную работу.

В этой связи представляется необходимым рассмотреть сущность категории «интерес», а также изменения, происходящие в понимании этой категории в современных условиях, ее взаимосвязь с динамикой процессов развития потребительской кооперации. Категория «интерес» является одной из наиболее сложных и занимает одно из ведущих мест в системе понятий и определений экономической теории, социологии и конкретной экономики. За последнее время внимание к проблеме интересов как в теоретических исследованиях, так и в прикладных разработках значительно возросло.

В наиболее общем понимании интересы представляют собой побудительные мотивы деятельности людей, социальных групп и общностей, реальные причины, определяющие их действия и социальное поведение. Поскольку интересы отдельного человека или социальной общности обуславливаются их положением в обществе, то это положение, определяемое экономическими отношениями, обуславливает и их интересы.

Являясь отражением социального положения отдельных людей и социальных групп, интересы выступают побудительными стимулами их действий, служат основой составительности, борьбы и сотрудничества между индивидами и социальными группами.

Предпосылки для ускорения изменения интересов и самих людей как носителей этих интересов накапливались постепенно в предшествующие годы, не проявляя себя столь явно или в каких-либо острых формах. К примеру, постепенные изменения в демографической структуре членов потребительской кооперации (в том числе увеличение доли лиц пожилого возраста при соответствующем уменьшении доли молодых, повышение образовательного уровня и др.) обусловили и соответствующую динамику потребностей и интересов членов-пайщиков. Нами сделана попытка классифицировать интересы различных групп пайщиков и показать их взаимосвязь, что представлено на рисунке 1.

В конкретной действительности интересы системы (системы потребительской кооперации) не являются простой суммой личных интересов составляющих ее членов. Они трансформируются и приобретают форму общих интересов, которые являются отражением сущностного содержания разнородных интересов как доминанта приоритетов в развитии хозяйственной и общественной деятельности системы.

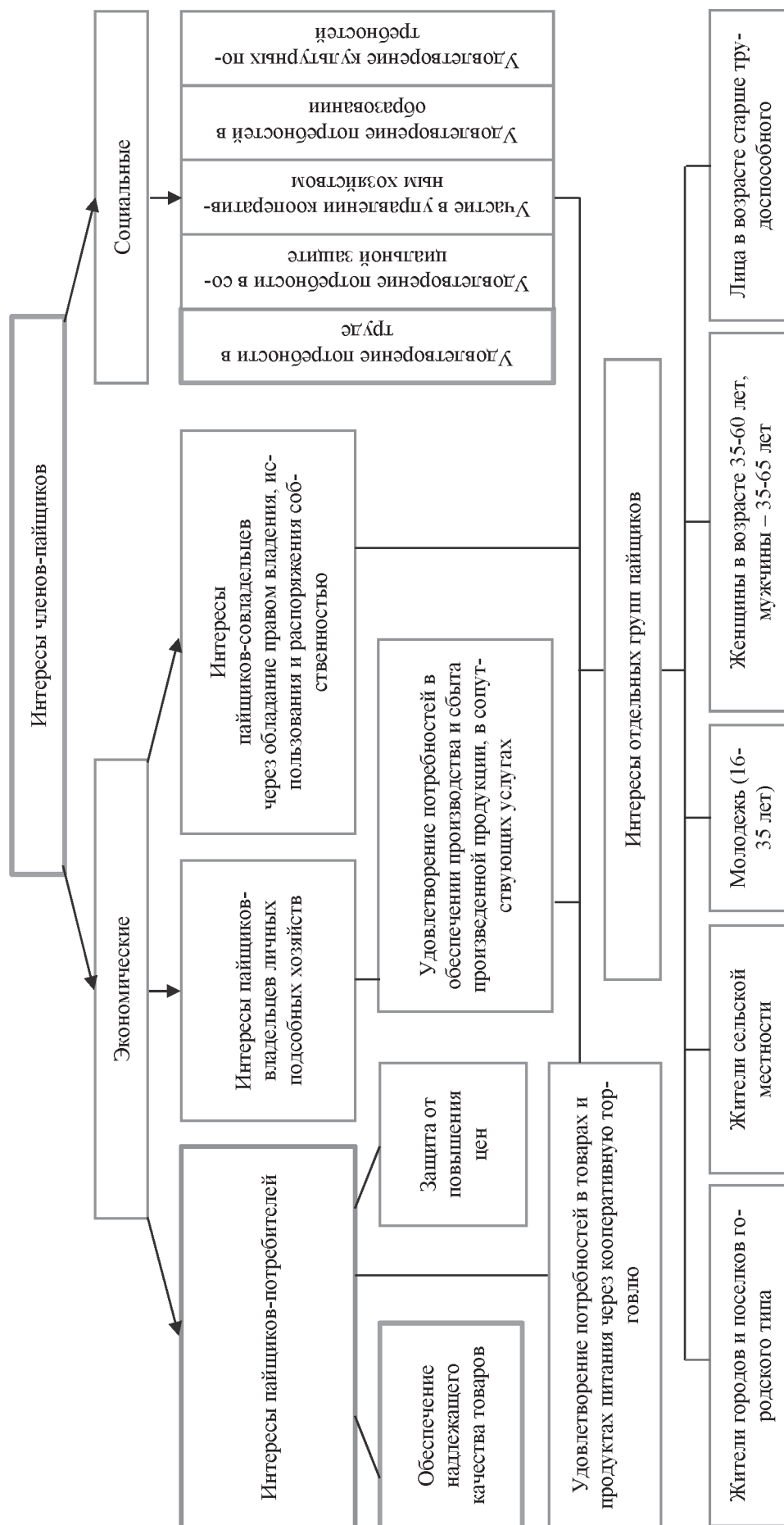


Рис. 1. Взаимосвязь интересов различных групп пайщиков

Здесь важно отметить, что интересы людей представляют собой исходную базу, на основе которой формируется общий интерес. Применительно к потребительской кооперации личные интересы ее членов и работников, а также их общие интересы формируются в виде особой категории кооперативных ценностей, экономических и социальных ценностей, экономических и социальных целей развития этой системы.

Известно, что в ходе исторического развития потребительская кооперация сложилась как форма объединения трудящихся для достижения определенных экономических и социальных целей. Первые кооперативы ставили своей задачей улучшение материального и социального положения своих членов путем объединения их средств, создания предприятий для снабжения членов кооперативов и производства предметов потребления.

Основные принципы деятельности, разработанные рочдельскими кооператорами, не потеряли в определенной мере своего значения и до настоящего времени, широко используются в современном кооперативном движении. В программе кооператива провозглашались, в частности, следующие принципы и правила ведения кооперативного хозяйства:

- добровольность членства;
- образование капиталов для открытия и деятельности предприятий путем паевых взносов, оплачиваемых небольшим процентом;
- продажа товаров только за наличные деньги по рыночным ценам;
- распределение прибыли между членами по забору товаров, т.е. пропорционально сумме закупок их в кооперативной лавке, а не величине паев.

Одним из главных кооперативных принципов, провозглашенных рочдельскими пионерами, в полной мере сохранившим свое значение и в настоящее время является равенство прав членов-пайщиков в делах кооператива и в управлении по формуле «Один член – один голос». Таким образом, члены кооператива имеют равное право независимо от количества внесенных паев.

Впоследствии в ходе исторического развития и с учетом конкретных условий деятельности эти первоначально провозглашенные кооперативные принципы претерпевали определенные изменения, дополнялись новым содержанием, сохраняя однако свою принципиальную основу. Важно отметить, что кооперативы ставили перед собой кроме хозяйствен-

ных, экономических также общественные, культурно-воспитательные цели, превратившись в одну из развитых форм общественного движения. В ходе экономического и общественного развития кооперативного движения сформировались определенные социальные принципы деятельности кооперативов.

Следует отметить, что в Законе о потребительской кооперации [1] приведены принципы, на основе которых действует потребительское общество, которые включают в себя не только традиционные, но и современные:

- добровольности вступления в потребительское общество и выхода из него;
- обязательности уплаты вступительного и паевого взносов;
- демократичности управления потребительским обществом (один пайщик – один голос, обязательная подотчетность общему собранию потребительского общества других органов управления, органов контроля, свободное участие пайщика в выборных органах потребительского общества);
- взаимопомощи и обеспечения пайщикам, участвующим в хозяйственной или иной деятельности потребительского общества, экономической выгоды;
- ограничения размеров кооперативных выплат;
- доступности информации о деятельности потребительского общества для всех пайщиков;
- наиболее широкого привлечения женщин для участия в органах управления и органах контроля;
- заботы о повышении культурного уровня пайщиков.

Особое значение реализация социальных принципов деятельности кооперативов приобрела в условиях рыночной экономики как функция социальной защиты своих членов от диктата частных торговых сетей, чрезмерной интенсификации труда и усиления эксплуатации путем создания конкуренции на рынке с целью снижения уровня цен, улучшения условий труда работников кооперации, развития кооперативного производства товаров, организации новых рабочих мест, предоставления преимущественного права приема на работу в предприятиях кооператива своим членам, ведения своего страхового и банковского дела.

Осознание и работа в соответствии с основными кооперативными ценностями и принципами, по мнению ряда зарубежных

ученых и специалистов, является предпосылкой преемственности и дальнейшего развития кооперативного движения в мире. В настоящее время, адаптируясь к изменяющимся условиям, кооперативные организации испытывают серьезные трудности в сохранении кооперативных ценностей и принципов. Многие кооперативы, по сути дела, все больше выражают другие ценности и руководствуются другими принципами, нежели кооперативными. Они все более выражают ценности лидирующих типов и предприятий в обществе, другими словами, кооперативы имеют тенденцию к адаптации своих ценностей к ценностям окружающего их мира.

В связи с этим следует отметить, что, по нашему мнению, кооперативные ценности не создаются «раз и навсегда», они могут меняться и обогащаться в каждую историческую эпоху с тем, чтобы помогать эффективному развитию кооператива, а не наоборот.

В интересах дальнейшего изложения следует остановиться на самих понятиях «кооперативные ценности» и «кооперативные принципы». На наш взгляд, по своему содержанию и значению эти понятия взаимосвязаны и весьма близки друг к другу, а в отдельных случаях их довольно сложно разграничить. Тем не менее, с учетом практики кооперативного движения и мнений большинства исследователей-теоретиков кооперации и известных организаторов кооперативного движения представляется целесообразным проводить определенные различия между этими понятиями.

Так, следует отметить, что **кооперативные ценности** выступают в виде моральных, нравственных ориентиров, специфических норм отношений между людьми, объединившимися в кооперативы, и другими членами общества. Что касается кооперативных принципов, то они определяются как правила ведения кооперативных дел, средств достижения кооперативных ценностей. Кооперативные ценности носят универсальный характер, опираются на общечеловеческие, нравственные ценности, являясь одновременно экономической, социальной и нравственной категорией.

В зависимости от трактовки кооперативных ценностей и кооперативных принципов, исторических условий и других факторов последователи и организаторы кооперативного движения выделяют различный круг кооперативных ценностей и принципов.

Еще в 1988 г. Президент МКА Ларсен Маркус на Конгрессе Международного кооперативного альянса выдвинул в качестве перспективных следующие ценности для кооперации: демократия, участие, честность, забота. При этом автор отстаивает и аргументирует точку зрения, в соответствии с которой кооперативные ценности являются практической идеологией кооперативного движения, близкой к вере, они универсальны и неизменны.

В данном случае с учетом происходящих процессов демократизации в обществе, в экономике, в том числе и в потребительской кооперации, по-видимому, нет необходимости давать какие-либо комментарии к этим важнейшим кооперативным ценностям. Речь может идти, очевидно, о более последовательной, всеобъемлющей и эффективной реализации первой ценности в деятельности потребительской кооперации.

В то же время такая кооперативная ценность как «участие» заслуживает определенного осмысления. По нашему мнению, эта ценность предполагает в настоящее время и особенно в перспективе более широкое вовлечение и пайщиков и работников потребительской кооперации к непосредственному участию в ее делах. При этом участие может выражаться в различных формах:

- участие в управлении, в работе ее общественных и управленческих структур;
- трудовое участие значительного числа членов-пайщиков на предприятиях и в организациях потребительской кооперации;
- участие своими денежными средствами в экономической деятельности кооперативных предприятий;
- повышение роли членов и работников кооперативных организаций и предприятий в формировании кооперативной собственности, владении, распоряжении и использовании этой собственности в качестве субъектов кооперативной собственности, т.е. в форме «участие в кооперативной собственности», ее совладельцев;
- участие в культурно-воспитательной, благотворительной деятельности и реализации других социальных целей потребительской кооперации.

Такая кооперативная ценность, как «честность» нужна из-за наблюдающейся тенденции в управлении и деятельности администрации кооперативных организаций скрывать истинные факты от рядовых членов, а также создания особых интересов различного типа.

В непосредственной связи с деятельностью управленческого и производственного персонала потребительской кооперации находятся и другие аспекты «честности» – это качество продукции и услуг, производимых, оказываемых и распределяемых кооперативными организациями.

Особого внимания заслуживает такая перспективная ценность, как «забота». Эта ценность противостоит имеющейся тенденции сократить преимущества кооперативной деятельности и свести их к коллективному использованию лишь членами кооператива, не заботясь о тех, кто остался за рамками кооператива. Эта тенденция оценивается как отрицательная, снижающая возможности кооперативной деятельности вносить вклад в развитие общества в целом.

В современных условиях в мировом кооперативном движении особенно актуальной на протяжении многих лет является проблема адаптации к рыночной экономике, не нарушая при этом основных кооперативных ценностей. Для того, чтобы выжить в этих условиях кооперативы вынуждены приспособляться, что заставляет их частично отказываться от своих ценностей и принципов или интерпретировать их в соответствии с требованиями изменяющихся условий. Кооперативные организации осознают, что они должны выражать свою позицию по отношению к рынку яснее, чтобы привлечь больше людей, особенно молодежи к кооперативной деятельности в будущем. Поэтому весьма важным для сохранения и развития духа кооперации является оценка перспектив сохранения и совершенствования основных кооперативных ценностей.

В современной истории кооперативного движения различные авторы выделяли в качестве кооперативных ценностей совместный труд, добровольность и открытость членства, самообеспечение и самоуправление, корпоративный характер организации деятельности членов, которые являются одновременно пайщиками, пользователями и управляющими, приверженность к кооперативу, солидарность, заботу о людях и окружающей среде и др.

Японский кооператор И. Накакоа указал в обобщенном перечне основных кооперативных ценностей, что кооперативы считают своим главным принципом не прибыль, а полезность и нацелены на получение пользы для тех, кто участвует в их работе.

По мнению представителя кооперации Венгрии Я. Юхача «неприбыльная деятельность – это скорее принцип, чем ценность, характерный для начального этапа кооперативного движения. Современные кооперативы стремятся к получению прибыли, что не сказывается отрицательно на их кооперативной сущности».

Мы также считаем, что прибыль в деятельности потребительской кооперации не самоцель, а условие работы в системе рыночных отношений, состязательности и конкуренции, средство достижения ее экономических социальных целей.

Таким образом, при обсуждении проблем кооперативного движения понятия кооперативные ценности и кооперативные принципы не всегда строго разграничиваются. Для нас в данном случае главным является не выявление расхождений или совпадений во мнениях, а трактовка сущности ценностей и принципов, изменения содержания и адаптация в условиях меняющегося мира.

Так, изучение показывает, что многие исследователи и организаторы кооперативного движения допускают возможность их частичной модификации, главным образом, в форме внешних проявлений без сколько-нибудь серьезного изменения направленности, самой сущности этих ценностей и принципов.

Хотелось бы остановиться еще на такой кооперативной ценности как «приверженность своему кооперативу». По нашему мнению, формированию и развитию этой ценности на протяжении многих лет не придавалось сколько-нибудь серьезного значения. Между тем потребительский кооператив – это предприятие, принадлежность к которому может служить источником активизации участия членов-пайщиков и работников, стремящихся к достижению высоких хозяйственных и социальных результатов в деятельности их кооперативов, в соревновании с другими кооперативами и хозяйствующими предприятиями.

В новых условиях принадлежность к конкретному кооперативу означает участие собственным трудом и средствами в его развитии, использование в полной мере результатов этого участия для удовлетворения своих потребностей, улучшения благосостояния, получения кооперативного образования, реализации своего статуса как активного члена потребительской кооперации. Сознательное воспитание патриотизма, чувства гордости за

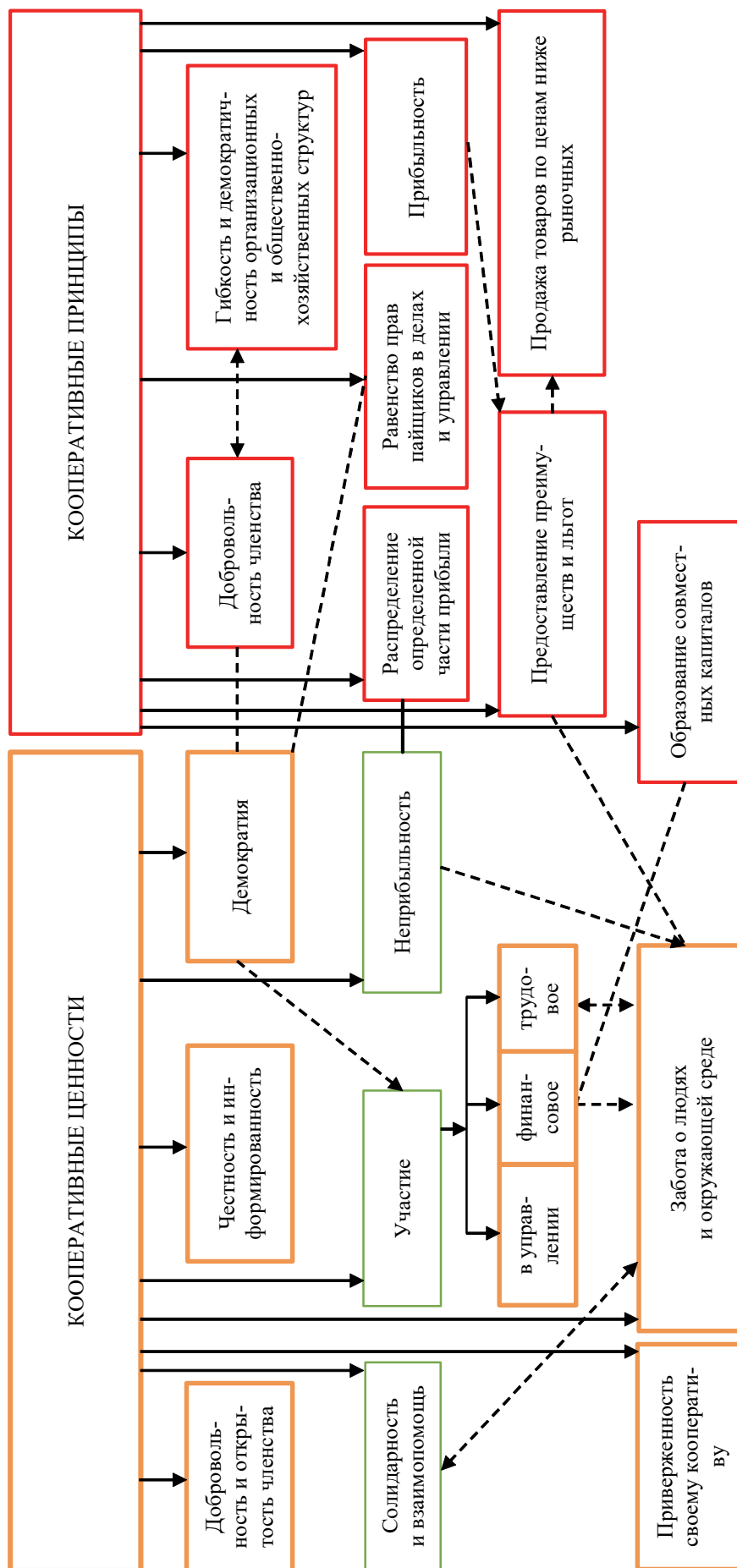


Рис. 2. Взаимосвязь кооперативных ценностей и принципов

принадлежность к конкретному кооперативу связано таким образом с экономическими результатами деятельности, с заботой кооператива о своих членах и работниках, расширением предоставляемых экономических и социальных благ, подготовкой, переподготовкой и повышением квалификации кадров.

Практическая реализация этой ценности требует развития кооперативной рекламы и информационно-пропагандистской работы, регулярной публикации результатов экономической и социальной деятельности конкретных потребительских обществ и союзов, издания рекламных брошюр и проспектов с целью формирования образа (имиджа) своей кооперативной организации. Для популяризации деятельности потребительской кооперации Центросоюз использует различные социальные сети: Фейсбук, Инстаграм, Вконтакте, Одноклассники, YouTube,

Необходимо усилить реализацию кооперативных традиций и атрибутов в виде званий «почетный кооператор» или «заслуженный деятель потребительской кооперации» и др. Потребительская кооперация России обладает собственной системой наград, памятных и отличительных знаков. Награды потребительской кооперации – это высшая форма поощрения сотрудников кооперативных организаций страны, пайщиков, партнеров, представителей органов государственной власти, внесших вклад в развитие и совершенствование организационной, финансово-экономической и социальной деятельности потребительской кооперации.

Также следует продолжать систематическое ведение истории создания и развития деятельности конкретных кооперативов, биографий известных деятелей потребительской кооперации, осуществление благотворительной деятельности кооперативными организациями.

Система кооперативных ценностей и принципов и их взаимосвязь в нашей интерпретации показана на рисунке 2.

Заключение. Особенности управленческого аспекта исследуемой проблемы заключаются в том, что, с одной стороны, управление формированием интересов и членства в потребительской кооперации осуществляется, в значительной мере, через укрепление хозяйственной деятельности кооперации, ее отраслей, организационных структур, а с другой стороны, является средством достижения целей кооперации, реализации кооперативных ценностей и принципов. При этом пайщик выступает одновременно и как носитель кооперативных ценностей и как объект-субъект управленческой деятельности в экономической и социальной сферах.

Отсюда вытекает необходимость подхода к формированию и реализации интересов членов-пайщиков не как к стихийному процессу, а сознательно организуемому, управляемому процессу, направленному на определение целей развития, выявление и поддержание интересов, мотивации членства, более четкое установление прав членов-пайщиков, обеспечение условий для их реализации.

Список используемых источников:

1. ФЗ от 11.07.1997 г. № 97-ФЗ. «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации в Российской Федерации», от 29 марта 2000 г. глава 1, статья 1.
2. *Маслова Е.Л.* Социальная структура и интересы членов-пайщиков потребительской кооперации. Автореферат кандидатской диссертации. Мытищи, Московская область, Россия, Учебно-научный комплекс потребительской кооперации «Московский кооперативный институт Центросоюза», 1991.
3. *Маслова Е.Л.* Информированность пайщиков потребительской кооперации о своих правах: анализ и предложения по усилению мотивации членства // *Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики.* 2021. № 2. С. 39–45.
4. *Дуборасова Т.Ю., Маслова Е.Л.* Изучение опыта зарубежных кооператоров в рамках бизнес-школы Российского университета кооперации // *Научно-теоретический журнал «Вестник Российского университета кооперации».* № 1 (19). 2015. С. 76–81.
5. *Maslova E., Matveeva O.Z., Kovshova M.V., Kolenova V.A., Yariz L.A.* Shareholders of Consumer Cooperation in Russia – Motivation for Participation. – В сборнике: *Frontier Information Technology and Systems Research in Cooperative Economics.* Сер. «Studies in Systems, Decision and Control» Heidelberg, 2021. С. 605–614.
6. Центросоюз Российской Федерации. Официальный сайт. URL: <https://rus.coop.ru>.

References:

1. FZ ot 11.07.1997 g. № 97-FZ. «O vnesenii izmenenij i dopolnenij v Zakon Rossijskoj Federatsii «O potrebitel'skoj kooperatsii v Rossijskoj Federatsii», ot 29 marta 2000 g. glava 1, stat'ya 1.
2. *Maslova E.L.* Sotsial'naya struktura i interesy chlenov-pajshhikov potrebitel'skoj kooperatsii. Avtoreferat kandidatskoj dissertatsii. Mytishhi, Moskovskaya oblast', Rossiya, Uchebno-nauchnyj kompleks potrebitel'skoj kooperatsii «Moskovskij kooperativnyj institut TSentrosoyuza», 1991.
3. *Maslova E.L.* Informirovannost' pajshhikov potrebitel'skoj kooperatsii o svoikh pravakh: analiz i predlozheniya po usileniyu motivatsii chlenstva // Fundamental'nye i prikladnye issledovaniya kooperativnogo sektora ehkonomiki. 2021. № 2. S. 39–45.
4. *Duborasova T.YU., Maslova E.L.* Izuchenie opyta zarubezhnykh kooperatorov v ramkakh biznes-shkoly Rossijskogo universiteta kooperatsii // Nauchno-teoreticheskij zhurnal «Vestnik Rossijskogo universiteta kooperatsii». № 1 (19). 2015. S. 76–81.
5. *Maslova E., Matveeva O.Z., Kovshova M.V., Kolenova V.A., Yariz L.A.* Shareholders of Consumer Cooperation in Russia – Motivation for Participation. – V sbornike: Frontier Information Technology and Systems Research in Cooperative Economics. Ser. «Studies in Systems, Decision and Control» Heidelberg, 2021. S. 605–614.
6. TSentrosoyuz Rossijskoj Federatsii. Ofitsial'nyj sajt. URL: <https://rus.coop.ru>.

Материал поступил в редакцию: 21.11.2021.