

ЦЕНТРОСОЮЗ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

FUNDAMENTAL
ФУНДАМЕНТАЛЬНЫЕ
AND APPLIED
И ПРИКЛАДНЫЕ
RESEARCHES
ИССЛЕДОВАНИЯ

НАУЧНО-ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ЖУРНАЛ



1

СЕНТЯБРЬ - ОКТЯБРЬ

2003

**Фундаментальные и
прикладные
исследования.**

Научно - теоретический
журнал №1 2003

**Вестник Московского
университета
потребительской
кооперации**

Учредитель:
Московский университет
потребительской кооперации

Издатель:
Издательство «Наука и
кооперативное образование»

Периодичность:
6 номеров в год.

Главный редактор
А.Н. Лебедев

СОДЕРЖАНИЕ:

М.В. Сероштан
*Университетское образование в новом
тысячелетии*

*Материалы заседания круглого стола
по проблеме: «Роль потребительской
кооперации в духовно-нравственном
возрождении общества и задачи обра-
зовательных учреждений»*

Н.Н. Соловых
*Кооперация — необходимый институт
рыночной инфраструктуры*

Г.В. Бражник, В.А. Рубочкин
*Философия кооперации: основные по-
нятия и проблемы*

А.В. Ткач,
*Потребительская кооперация России в
рыночных условиях*

А.П. Макаренко
Народное предпринимательство

П.И. Вахрин
*Региональные проблемы обновления
основных фондов торговли потреби-
тельской кооперации*

А.А. Прудникова
*Новые модели инвестирования в потре-
бительской кооперации*

И.В. Захаров
Кооперация в условиях глобализации

А.В. Гордеева
*Развитие психологии управления как
актуальная задача в рамках коопера-
тивного движения*

В.Ф. Ермаков
Ленивая кооперация людям не нужна

А.Н. Лебедев
*Молодежь и кооперативное дви-
жение*

От редакции

УНИВЕРСИТЕТСКОЕ ОБРАЗОВАНИЕ В НОВОМ ТЫСЯЧЕЛЕТИИ

К авторам и читателям журнала

Новый учебный год для всего коллектива студентов, преподавателей и сотрудников Ордена Дружбы народов Московского университета потребительской кооперации необычен: один из старейших вузов России отмечает свое 90-летие. За эти годы пройден путь от кооперативной школы до университета – современного полипрофессионального учебного заведения, которое готовит специалистов для организаций потребительской кооперации, народного хозяйства страны.

Сегодня обществу нужны квалифицированные, высококлассные профессионалы. Наш университет идет в ногу со временем, постоянно обновляет и совершенствует образовательные программы, расширяет диапазон специальностей, готовит специалистов, способных решать актуальные проблемы развития потребительских обществ, потребсоюзов, корпораций, малых предприятий, фирм, финансово-кредитных структур, органов государственного управления, народного хозяйства страны.

А проблем хватает. Рыночная экономика принесла людям много испытаний и трудностей – бедность и безработицу, не-

уверенность в завтрашнем дне, – тяжким грузом легла не только на людей, государство, но и на потребительскую кооперацию. Рынок безжалостен, для него главное – прибыль, даже если стремление к ней идет в ущерб человеку. Потребительская кооперация противостоит жестокости природы рынка, ставит главной целью не получение максимальной выгоды, а удовлетворение потребностей населения, оказание ощутимой помощи людям, особенно тем, кто живет на селе.

Преимущества потребительской кооперации обусловлены ее природой, кооперативными принципами и ценностями. Но еще памятли времена, когда об этом, к сожалению, забывали. Мы знаем, сколько труда, каких усилий стоило Центросоюзу России приложить для того, чтобы отстоять кооперативную собственность в борьбе с особо ретивыми приватизаторами и акционерами. Да и сейчас работать непросто, но Центральный союз потребительских обществ России, все кооперативное движение настойчиво продолжает свою благородную деятельность – помогать беднейшему населению решать социальные пробле-

мы, формировать хозяйственную и социальную инфраструктуру.

В условиях постиндустриальной экономики образование становится ведущим фактором развития общества, определяющим темпы экономического роста и формирующим будущее страны. Университет осознает свою роль и ответственность в решении этой задачи, необходимость и формы участия в реализации федеральной программы модернизации российского образования.

Образование стало одной из приоритетных отраслей деятельности потребительской кооперации – наравне с торговлей, закупками, общественным питанием, промышленностью, сферой услуг. Учитывая потребности потребительских обществ и союзов в кадрах разного уровня подготовки, вуз функционирует как университетский комплекс, который более чем в двадцати регионах страны и в головном вузе реализует задачи довузовской подготовки, начального, среднего и высшего профессионального образования. Одновременно мы развиваем и повышаем качество послевузовского образования, подготовку научно-педагогических кадров, реализуем

многочисленные программы повышения квалификации и переподготовки кадров.

Многое уже удалось сделать. Заслуги нашего университета в деле подготовки высококвалифицированных кадров признаны не только в России, но и на международном уровне. Свидетельством этого служит признание Международной Конвенции Качества, работу экспертов которой отличает высокая требовательность, жесткие критерии отбора, и недавние награды, полученные университетом в Лондоне в 2002 г. и Париже в 2003 г. – «Золотая корона качества» и «Платиновая звезда качества».

В начале тысячелетия необходимо по-новому осмыслить прошлое, проанализировать настоящее и спрогнозировать развитие университета, определить цели вуза в динамично развивающемся обществе, методы и формы их достижения. Наша обязанность – изучать и обобщать передовой опыт работы потребительских обществ в борьбе с бедностью и нищетой, научно обосновать пути повышения социальной и экономической эффективности деятельности потребительских обществ и объединений, субъектов рыночной экономики, корпораций, фирм.

Концепцией развития

потребительской кооперации России на период до 2010 года в качестве одного из приоритетных направлений деятельности определено духовно-нравственное возрождение и решение гуманитарных проблем общества, система кооперативного образования, наш университет должны приложить максимум усилий в деле просветительства и нравственного воспитания. Назрела необходимость вплотную заняться формированием новой кооперативной философии и идеологии.

Эти поиски должны найти отражение в новом научном издании, к выпуску которого приступил университет.

Надеюсь, что с помощью журнала мы сможем поднять на более высокую ступень профессиональный уровень студентов, аспирантов, преподавателей, повысить качество подготовки специалистов. Журнал призван оперативно освещать результаты научных исследований, проводимых институтами, факультетами, филиалами и кафедрами университета, формировать единое информационное поле головного вуза и филиалов, ученых и специалистов, способствовать взаимообусловленному развитию науки, образования и практики.

Уверена, что журнал станет изданием, концент-

рирующим передовой опыт и прогрессивную научную мысль, интеграция которых является залогом интенсивного развития университета, потребительской кооперации, общества в целом. Выражаю уверенность в том, что публикации авторов всегда будут интересными и объективными, а читатели нашего журнала заинтересованными и отзывчивыми. Мы рассчитываем на вашу активную жизненную позицию и позитивный настрой. Желаю всем здоровья, оптимизма и творческих успехов.

Материалы заседания круглого стола по проблеме: «Роль потребительской кооперации в духовно- нравственном возрождении общества и задачи образовательных учреждений»

БОРОТЬСЯ С НРАВСТВЕННОЙ НИЩЕТОЙ И ДУХОВНОЙ БЕДНОСТЬЮ

Современную экономику, во главе угла которой – конкуренция, качество товаров и услуг, могут развивать только специалисты высокой квалификации, обладающие современным мышлением.

Эти требования в полной мере относятся к работникам системы потребительской кооперации. Необходимость менять мышление связана не только с тем, что в потребкооперации нередко не хватает финансовых и материальных ресурсов, а прежде всего с тем, что до сих пор в системе не изжиты консерватизм, инерция, нравственная слепота, люди на прониклись идеей милосердия и сострадания. Назрела острая необходимость обсудить эти проблемы, наметить новые подходы к организации образовательной и просветительской деятельности вузов системы потребительской кооперации.

В связи с этим Центросоюз РФ провел недавно в Новосибирске и Белгороде расширенные заседания Ученых Советов университетов, а в Москве – заседание «круглого стола». Участники этих мероприятий, в числе которых были не только руководители профильных вузов России и стран СНГ, но и председатели советов потребсоюзов и потребительских обществ, преподаватели кафедр философии, менеджмента и психологии, среди которых – представители Российского государственного гуманитарного университета и Московского государ-

ственного университета, обсуждали одну тему – роль потребительской кооперации в духовно-нравственном возрождении общества и задачи образовательных учреждений.

Тон обсуждению и настрой на конструктивность выступлений задал Председатель Совета Центросоюза России В.Ф. Ермаков.

Пятый год, сказал он, Центросоюз РФ проводит научно-практические конференции, но эффективность заметно повысилась только после того, как к работе в них стали привлекаться ученые вузов системы потребкооперации. Если раньше мы не занимались, к примеру, бытовым обслуживанием населения, не развивали малые формы производства, то сегодня эти вопросы успешно решаются практически, воплощаясь в реальные дела на селе. Осваивая новые для себя сферы деятельности, потребительская кооперация помогает пайщикам преодолеть многочисленные житейские проблемы, социальную неустроенность, создает новые рабочие места.

Но успокаиваться рано. Жизнь постоянно вносит коррективы, ставит перед потребкооперацией новые и новые задачи. Многие из них, как показывает опыт последних лет, решать по старинке уже нельзя. К сожалению, это понимают не все руководители потребсоюзов: в одном районе – и местность благодатная, и климатические условия благоприятные, и дороги есть, а райпо работает ни шатко, ни

валко. А в другом районе – и села разбросаны, и климат суровее, а дела у потребкооперации идут хорошо.

Почему так? Чаще всего ответ руководителя райпо такой – не хватает оборотных средств, отношения с главой местной администрации не сложились, большинство направлений в коммерческой деятельности перехватили предприниматели...

А ответ должен быть иным: не хватает инициативы, способностей, не умею мыслить по-новому, нет желания что-то кардинально менять. И признаться в этом честно у многих руководителей не хватает духу, потому что их психология не перестроилась до сих пор с тех времен, которые назывались советскими. Общественный строй в стране стал другим, а они все ждут «сверху» рекомендации, постановления, советы.

Конечно, изменить мышление человека – дело непростое. Но за него надо приниматься. Во главе этого процесса должны идти учебные заведения системы потребкооперации. На сегодняшний день их главная задача – не только готовить, но и воспитывать специалистов новой формации.

Дополнили мысль В. Ф. Ермакова о необходимости дальнейшего развития идеологии кооперативного движения, выработки кооперативной философии, более продуктивном участии в духовно-нравственном возрождении общества другие участники заседания.

ЧЕЛОВЕК НЕ ДОЛЖЕН ЧУВСТВОВАТЬ СЕБЯ ПОКИНУТЫМ

Сегодняшний разговор мы давно ждали, потому что сформировался явный круг проблем, которые необходимо обсудить, рассказать о наработках и результатах исследований. Мы можем начать действие, начать работу со специалистами кафедр Московского университета потребительской кооперации по обсуждению этих проблем, с теми, кто должен взять на себя конкретные функции организации этого процесса, чтобы затем этот процесс перенести на места, в регионы. Речь идет о принципе жизни нашего общества, вернее, об изменении принципа жизни, его ломке, которая происходит в нашей жизни, психологии. Сейчас новые требования в экономике, новые требования к человеку, подразумевающие самостоятельность в принятии решений, самокритичность, о чем мы сегодня говорили. Это — одна из самых пагубных привычек русского сознания: мы всегда привыкли кого-то обвинять. Проблема в том, что западное мышление — совсем не наше мышление. Поэтому прежде всего нужно разработать стратегию того, что должно быть сделано в первую очередь и какими путями, и это перевести в определенные тактические шаги. С кем работать, как? Я поддерживаю мнение о том, что здесь, безусловно могут быть конкретные контакты с церковью, потому что Российская Православная Церковь взяла проблему духовности на себя. Когда-то мы это недооценивали, считая, что можно все население страны поднять на должный уровень естественно-научного мышления только образованием. Хотя известно, что научное понимание — результат более сложных уровней развития. В этом отношении разработка проблем духовно-нравственного возрождения человека — это четкое определение того, что конкретно сегодня нужно, потому что та ломка психологии, которая сегодня происходит у каждого человека, она вполне конкретна, но она ведет почти всегда к нарушению общности. Россия традиционно была общиной, человек был защищен, и вопрос — как жить? — всегда кто-то решал за нас. И вдруг все это исчезло, и люди должны сами начинать решать свои проблемы. Это непросто. Поэтому роль церкви трудно переоценить. Но и учебные заведения не должны стоять в стороне. В стратегическом плане у нас наработки есть: мы проанализировали многие причины, исходя из нашего российского менталитета, а не мента-

литета западного, так как мыслить по-западному совершенно не подготовлены. Иные слои населения поражены глубоким психологическим кризисом, когда человек не знает, куда себя направить, потому что всегда был включен в какие-то социальные или производственные группы, и это его согревало. Потом это все стало глобально рушиться, и как результат — пьянство, алкоголизм, нарушение душевного равновесия, душевных связей. Человек духовно опустошается и погибает. Хотя Маркс и говорил: «Религия — это опиум для народа», но в смысле духовного возрождения народа этот опиум гораздо продуктивнее, чем тот алкоголь, который человек принимает. Мы должны стратегически поработать с теми, кто подключится к этой работе. Надеюсь, у университетов потребительской кооперации имеется интеллектуальный потенциал. Что можно сделать в этом отношении? Это вопрос экономический, на его решение пойдет огромное количество затрат. Другой вопрос: туда ли пойдет? Это как в восточной борьбе — важно не сильно толкнуть, а ударить в нужном направлении. Для того, чтобы избежать лишних трат, нужно четко определить, как, не давя на человеческую психику, перейти на новый уровень человеческого сознания, на понимание того, что я делаю? Я думаю, что у нас есть возможность за это взяться совместными усилиями. Я очень рад, что движение в сторону развития духовно-нравственного воспитания началось. Мы будем использовать потенциал, который есть у нас, чтобы движение шло в оптимальном направлении в обществе в целом и в потребительской кооперации в частности. Московский государственный университет готов к плодотворному сотрудничеству в этой области как с Центросоюзом России, так и с Московским университетом потребительской кооперации.

В.К. Шабельников, зав кафедрой педагогической психологии Российского государственного гуманитарного университета, зав лабораторией психологических проблем

НАЦИОНАЛЬНЫЕ ТРАДИЦИИ — ОСНОВА НРАВСТВЕННОГО ВОСПИТАНИЯ

Давайте проанализируем ситуацию, в которой оказались мы, представители высшей школы. Мы обладаем самым ценным на сегодняшний день капиталом — интеллектуальной собственностью. Ее можно продать, скажем,

государству. Но мы этого делать не должны, т.к. она должна передаваться нашим студентам. Это — вопрос нравственный. Кстати, о нравственности, ею всегда отличалось российское образование. И сегодняшний разговор, что позитивно, у нас переведен в духовно-нравственную плоскость. И это — симптом выздоровления, возрождения, продвижения вперед. Здесь присутствуют представители вузов; перед нами стоит стратегия, которую нужно разработать, учитывая три аспекта. Мне очень понравилось, как Валентин Филиппович ставит задачу работать с теми людьми, которые трудятся в системе потребительской кооперации. Какие проблемы перед нами? Прежде всего, выработать систему работы в подразделениях университета, со студентами, в организациях потребительской кооперации. Необходимо рассмотреть эти проблемы более широко. Большой дискомфорт вызывают дискуссии, возникающие у нас в профессиональной среде: политика якобы не должна иметь аксиологических измерений. Что это? Я вспоминаю, как распорядитель фонда Момордошвили озвучивал такого рода идею, и думаю, что Мамордошвили ему этого никогда бы не простил. Или говорили о манипуляции сознания. Недавно мне довелось соприкоснуться с хорошими и плохими манипуляциями. Но об этом я сейчас не хочу говорить. Какие проблемы мне представляются важными в теоретико-методологическом отношении? — то, чем мы занимаемся в Московском Университете, а именно — отработкой системы отечественных ценностей, отечественной традиции, берущей начало в корнях отечественного уклада, в ментальности россиян и т.д. Словом, тех ценностей, которые должны отвечать на вызовы современности. Я считаю, что одним из недостатков проходящих реформ было то, что акцент в них был сделан на политические институты. Между прочим, в России, если действительно посмотреть на наши традиции, были сильны искания социальной правды. Вот почему вопросы социальной жизни при Горбачеве отошли на второй план. Прежде всего внимание было приковано к политическому движению. Поэтому сегодня социальная правда, социальное государство — одна из главных задач. Что такое социальная политика? Здесь очень правильно говорилось, что это все то, что связано с борьбой с бедностью и оказанием социальных услуг. Это конечно, очень общо. Но не только. Если говорить о современных измерениях этой проблемы, то совершенно понятно, что социальная политика должна быть адаптирована к социальным условиям. В частности,

необходимо активизировать трудоспособное население. Я говорю о тех лицах, которые могут и должны участвовать в производственном процессе и общественной жизни. Это чрезвычайно важно для успешного развития государственности и гражданского общества в целом. Здесь возможности потребительской кооперации чрезвычайно высоки. Второй, очень важный вопрос, это выработка принципов и механизмов взаимодействия общеисторических императивов и того, что вытекает из наших национальных традиций. Многие ранние попытки достичь этого были связаны с механистическим перемещением зарубежного опыта на нашу страну, всего того, что рождено на иной социо-культурной почве, и от этого многие упущения. У меня лично вызывает дискомфорт отношения в современной научной среде. Надо работать в режиме взаимодействия. Чрезвычайно важно посмотреть, как работает кооперация в мире в целом, рассмотреть концепции, которые закладывали в основание общественного устройства, как они реализовывались в практике. Еще один вопрос — технология. Большое внимание нужно уделить каждой кафедре вашего вуза развитию форм, способствующих пониманию задач, стоящих перед специалистами. Далее — технология педагогико-психологического порядка. В технологиях в течении 8-10 лет предстоят координальные изменения. Мы должны учитывать изменения европейской и мировой системы образования, возможности новых технологий, интернета и т.д. Предстоит координальное изменение всей системы образования, активизация ее форм, значительное усиление методической оснащенности, активных форм образования. Это все предстоит освоить, пережить. Я представляю не только свою кафедру, но и целое отделение политологии Московского государственного университета. С 1-го сентября мы открыли кафедру экономической политики. Ее возглавляет академик Петраков. Если говорить о факультете в целом, то у нас прорабатывается вопрос о создании кафедры онтологии. Уже есть отделение религиоведения, где лекции читает священник. Другими словами, есть необходимость и все возможности для сотрудничества между Московским государственным университетом и Московским университетом потребительской кооперации во благо общества.

В.И. Коваленко, зав.кафедрой философского факультета Московского государственного университета

НУЖЕН КОМПЛЕКСНЫЙ ПОДХОД К РЕАЛИЗАЦИИ ПОСТАВЛЕННЫХ ЦЕЛЕЙ

Необходимость изменения мышления работников потребительской кооперации, преподавателей, учащейся молодежи связана с тем, что основной преградой на пути прогресса потребительской кооперации становится не нехватка финансовых и материальных ресурсов, не сложные условия работы, а консерватизм, инерция и нравственная слепота. Именно поэтому нужны новые подходы к организации образовательной и просветительской деятельности университетов, институтов, колледжей системы потребительской кооперации. Но не следует это понимать как задачу, решение которой возложено исключительно на учебные заведения. Решение основополагающих проблем современного российского общества, проблем кооперативного движения требует настойчивой, целенаправленной работы двух сторон — и науки, и практики. Каждый работник потребительского общества, потребсоюза, магазина должен проникнуться идеей личного участия в деле возрождения духовности, проникнуться духом милосердия и сострадания, без этого у потребительской кооперации нет будущего, не может быть серьезного экономического роста и значимых социальных достижений.

Если на предыдущем этапе развития национального кооперативного движения можно было искать оправдания в отсутствии идеологической базы, то сейчас основные идеи, определяющие деятельность и направления развития потребительской кооперации, не только выдвинуты и обсуждены в ходе российских научно-практических конференций, но и в значительной мере опробованы. Наступила пора практической реализации этих идей. Но многие работники, руководители оказались не готовы к их восприятию. Нужна большая целенаправленная, последовательная работа в деле возрождения духовности и нравственности внутри самой системы.

Проблема настолько серьезная и многогранная, что нельзя ограничиться «точечными» усилиями разового характера, нужна такая форма организации, которая позволит системно решать поставленные задачи. Видимо, пришла пора разработки и реализации комплексной программы, направленной на решение проблем социального характера и формирование духовно-нравственных основ развития потребительской кооперации. Комплексная про-

грамма должна включать в себя ряд взаимосвязанных элементов, мер, инструментов воздействия, информационного обеспечения, в том числе обратной связи, только в этом случае она может быть реализована и принесет конкретные результаты.

В рамках реализации подобной комплексной программы следует по-новому взглянуть на образовательную и просветительскую деятельность учебных заведений потребительской кооперации. Учитывая масштабность и значимость проблемы, программа должна охватывать все категории учащейся молодежи и работников кооперативных организаций, но в разных формах. Начинать, по-видимому, нужно с поиска форм и методов работы с учащейся молодежью — школьниками, студентами средних и высших профессиональных учебных заведений, аспирантами. Это наиболее перспективная и мобильная часть общества, необходимо приложить все усилия, чтобы сделать их высоконравственными людьми, сторонниками принципов и ценностей кооперации, общечеловеческих ценностей.

Результативная работа с молодежью невозможна без соответствующей подготовки и переподготовки преподавательского корпуса. В настоящее время, к большому сожалению, далеко не все преподаватели кооперативных учебных заведений правильно воспринимают и разделяют идеологию кооперативного движения. Нередко это связано с недостаточной информированностью о высокой гуманитарной роли кооперации, ее высоком духовно-нравственном потенциале. В рамках комплексной программы необходимо предусмотреть широкий диапазон форм подготовки и переподготовки научно-педагогических кадров в этом направлении.

Еще более сложная проблема состоит в том, что работники потребительских обществ, кооперативных предприятий, аппарата управления нередко не осознают значимости социальной работы с точки зрения жизнеспособности потребительской кооперации. В настоящее время система переподготовки и повышения квалификации кадров в основном направлена на профессиональные знания и приемы работы. Это необходимо, но этого недостаточно. Нужно таким образом перестроить систему повышения квалификации работника, чтобы профессионализм не был бездушным, чтобы он имел нравственную основу, только в этом случае в потребительской кооперации возмож-

на эффективная социальная политика.

Не только в учебных заведениях, но во всех потребительских обществах и потребсоюзах необходимо оперативно организовать и держать на постоянном контроле работу по реализации социальной миссии потребительской кооперации в направлении перестройки сознания самих работников. Если такая система будет действовать, темпы развития потребительской кооперации и ее значение в обществе будут действительно высокими.

Г.В. Киселева, Председатель Правления Центросоюза России, канд. экон. наук, профессор

ПРОБЛЕМЫ КООПЕРАЦИИ СОЗВУЧНЫ ПРОБЛЕМАМ НАШЕГО ОБЩЕСТВА

Потребительская кооперация России — масштабная общественная система — постоянно трансформируется. Нередко это вызвано внешними, объективными обстоятельствами глобального характера, но в последние годы трансформация все чаще обусловлена инициативой «изнутри». Во многом это — результат активных действий Центросоюза Российской Федерации, его Совета и Правления, направленных на обретение принципиально нового — в то же время хорошо забытого старого — существа потребительской кооперации. Созданная людьми и для людей, кооперация — дитя нужды — должна заниматься не только удовлетворением материальных потребностей сельских жителей, но — что во много крат важнее — исполнять высокое социальное предназначение, непосредственно участвуя в духовном возрождении общества.

В течение последних четырех-пяти лет кооперативное движение обогатилось в первую очередь идейно, причем если на первом этапе проведения научно-практических конференций в основном рассматривались проблемы развития новых видов деятельности, услуг, востребованных сельскими жителями, то в последнее время все чаще идеологическая борьба идет вокруг фундаментальных проблем кооперативного движения и общества в целом. Это заседание «круглого стола» играет важную роль в уяснении роли потребительской кооперации, ее образовательных центров в духовном и нравственном возрождении общества. По тенденции, по направлению движения, по вектору это во многом характеризует новый этап

развития потребительской кооперации — от внешнего, поверхностного — к глубинному, фундаментальному, ибо выяснилось — никакие самые благие намерения не реализуются, если не затрагивают души людей, нравственную основу бытия.

Потребительская кооперация постоянно расширяет круг союзников, единомышленников, вокруг нее сплачиваются позитивные силы общества — представители органов государственного управления, религиозных конфессий, общественных организаций, в том числе международных. Почему это происходит? В первую очередь потому, что идеи и дела кооператоров созвучны нуждам людей, актуальным задачам национального характера и государственного масштаба. Основные беды современной России — безверие, пессимизм, деградация, алкоголизм, воровство, этот ряд можно далеко продолжить — не могут оставить равнодушными кооператоров. Борьба с бедностью, борьба с нравственной нищетой и бездуховностью одновременно является борьбой с их социальными последствиями.

Особое значение в настоящее время приобретает психология: социальная, групповая, психология управления. Связано это с личностным аспектом реформирования потребительской кооперации. Зачастую человек не формулирует позицию отторжения нового, но, пассивно исполняя поручения «сверху», не участвует в социальной работе как личность. С другой стороны, активно навязываемая система ценностей, чуждых российскому человеку, массовая манипуляция сознанием требуют противодействия. В этой связи наиболее сложная работа в потребительской кооперации связана не с экономической деятельностью, материальным стимулированием, а с психологией, формированием личности и подлинной мотивацией социального поведения.

Научный потенциал потребительской кооперации в настоящее время используется далеко не в полной мере, хотя сам потенциал достаточно высок — в образовательных учреждениях работают высококвалифицированные преподаватели, в исследовательских подразделениях, институтах, лабораториях — серьезные ученые, лидеры научных школ и научных направлений. Научно-техническая продукция, разрабатываемая в этих подразделениях, как правило, достаточно высокого качества, результаты исследований используются во многих отраслях народного хозяйства. Однако иссле-

дования в области кооперативного движения, актуальных проблем развития потребительской кооперации, а также в сфере гуманитарных проблем носят бессистемный характер и зачастую не выходят за рамки традиционной, узкой тематики. Одна из причин такого состояния дел заключается в том, что многие научно-педагогические работники не видят в потребительской кооперации реального поля для приложения своих профессиональных интересов. Те проблемы, которые мы обсуждаем в последнее время, открывают реальную возможность, широкий диапазон для исследователей разного профиля. Проблемы эволюции, прогресса непосредственно затрагивают взаимосвязи материального и нематериального, технического и гуманитарного, бытия и сознания. В этом контексте практически каждое прикладное исследование любой проблемы имеет общие корни и, желателно, — общую позитивную направленность, которая так необходима современному российскому обществу. С практической точки зрения это свидетельствует о необходимости определения и разработки одной или нескольких фундаментальных проблем развития потребительской кооперации во взаимосвязи с развитием общества. Положительных результатов можно ожидать в том случае, если университеты в рамках своей исследовательской программы обозначат небольшое число действительно фундаментальных проблем, а затем будут разрабатывать конкретные узкие темы прикладного характера.

Наиболее важным участком работы по духовно-нравственному возрождению общества является подготовка, переподготовка и повышение квалификации кадров. Целесообразно, по-видимому, таким образом построить планы работы образовательных учреждений, чтобы соответствующими программами, формирующими нравственную основу деятельности, были охвачены все категории слушателей, населения, работников потребительской кооперации.

Потребительская кооперация во многом наследует отечественную традицию, кооперативное движение проникнуто духом сотрудничества и общинности. Наша роль — сделать все возможное, чтобы принципы и ценности кооперации обрели реальную силу в современном обществе.

А.Н. Лебедев, проректор по научной работе Московского университета потребительской кооперации, канд. экон. наук, профессор

ЭТИКА УЧЕНОГО НЕ ДОПУСКАЕТ МАНИПУЛЯЦИИ ОБЩЕСТВЕННЫМ СОЗНАНИЕМ

Идея необходимости расширения психологической базы кооперативного образования за счет психологии управления обсуждалась уже давно. Создание год назад кафедры символизировало слияние двух направлений развития психологии управления: в русле психологической науки и в рамках смежных отраслей знания. Последнее в нашем университете было представлено на кафедре психологии и педагогики дисциплиной «Психология общения», а на кафедрах факультета МЭО — в виде учебных дисциплин «Психология и этика менеджмента», «Деловое общение», «Деловой этикет», «Связи с общественностью».

Для многих вообще психология управления отождествлялась с психологией менеджмента, хотя ее предмет существенно шире и обеспечивает выход за пределы прикладных психологических аспектов управления организацией. Современная психологическая наука управления включает проблематику, связанную с: человеческим сознанием, а не только поведением; смыслом жизни человека; развитием его субъектности как основы способности управлять собственной жизнью и наличием духовного стержня, необходимого для этого; сущностными и нравственными аспектами манипуляции сознанием, возможностями противостояния ему и альтернативными техниками управления.

Тем самым психология управления обнаруживает тесную связь с духовной психологией, активное развитие которой отмечалось именно в России с последнего десятилетия XX века, хотя одновременно в различных пособиях-практикумах по психологии управления прозападного образца явно прослеживалась тенденция навязывания манипуляции как наиболее эффективного средства управления.

Выход на душевно-духовную сферу человека психологии управления принципиально важен для нас, поскольку предоставляет тонкий инструмент в борьбе с бедностью духовной, которая является для системы потребительской кооперации непосредственным продолжением реализации ее социальной функции, восхождением к корневым проблемам в стратегической борьбе с бедностью. В этом контексте руководством Центросоюза РФ настойчиво повторяются задачи восстановления нравственности человека, его жизненной энер-

гии, смысла жизни, духовного «стержня». Таким образом, одной из проблем психологии управления является обнажение общих реабилитационных, восстановительных закономерностей в работе с человеком и техники их использования.

Они известны. Еще И.П. Павлов говорил, что человек является уникальной системой по своей способности к саморазвитию, саморегуляции и восстановлению самой себя. А древние китайские даосы утверждали в глубокой древности, что нет такой вещи, которая не восстанавилась бы, будь за ней надлежащий уход. Современным языком мы называем это «среда». Такой «питательной» духовно-нравственной средой в потребительской кооперации может стать кооперативное образование, а в нем – обновленный, возрожденный, актуализированный духовно-нравственный потенциал профессорско-преподавательского состава, научных кадров. Именно от его качества зависит и духовно-нравственная компонента кооперативного образования, соответствующее качество специалистов-выпускников, а следовательно, и всей системы потребительской кооперации.

Так что задуманную трансформацию и возрождение предстоит начинать с себя, и нам следует настраиваться именно на это. А психология управления предоставляет для этого свои широкие возможности и помощь.

А.В. Гордеева, зав. кафедрой психологии управления Московского университета потребительской кооперации, доктор педагогических наук, профессор

СЕГОДНЯ СТУДЕНТ — ЗАВТРА РУКОВОДИТЕЛЬ

В центре философского понимания современной кооперации находятся несколько взаимосвязанных между собой методологических, социальных, духовно-нравственных и актуальных в целом для развития российского общества тем, в числе которых проблемы духовно-нравственного возрождения российского общества во взаимосвязи с реализацией идей потребительской кооперации, роль кооперативной науки и образования в воспитании и формировании новой генерации деловой элиты кооперации, элиты патриотически ориентированной, отождествляющей себя с национальными, народными, кооперативными, государственными интересами, моделирование

нового института лидерства в системе потребительской кооперации.

В современной российской научной жизни особую актуальность приобретает социально-философский, политологический анализ процесса формирования лидерства в системе потребительской кооперации на технологическом уровне, определение особенностей технологий политического лидерства, их видов и возможности наиболее эффективного применения в кооперативной практике России, разработка модели управления этим процессом с включением новых институциональных структур и применением новых организационных форм. Важным с теоретической и практической точки зрения является вопрос, насколько кадры высшей школы в системе потребительской кооперации, будущие специалисты могут стать базой, из которой будет рекрутироваться современная элита кооперативного сообщества.

Рассматривая технологию лидерства как совокупность средств и методов формирования субъекта социального действия, как легитимную процедуру продвижения личности к лидирующему положению в структуре властных отношений и возможность управления этим процессом, можно говорить о дискуссионной проблеме, связанной с разработкой новой модели технологии, наиболее эффективной в новых условиях встраивания системы в хозяйственную и политическую жизнь страны.

Сегодня в научной и практической политической жизни акцент делается на избирательные и имидж технологии. Новая предлагаемая модель должна учитывать общемировой и российский опыт развития кооперативных форм хозяйственной жизни, сложную региональную структуру, национальную специфику, социальную, демографическую, духовную и политическую ситуацию в России. В основе этой модели — три основных блока: блок объективных условий, блок субъективных условий и блок-стратегия, ориентированных на: защиту масс от последствий абсолютизации власти, авторитарных и тоталитарных тенденций; адекватность кооперативной деятельности природе и базовым ценностям кооперации; адаптацию кооперации к меняющейся среде рыночной экономики; принцип нового мышления и нового действия; принцип использования преимуществ кооперации.

Первый блок технологии включает в себя объективные условия формирования лидерства в потребительской кооперации: анализ со-

циальной среды сельских и городских жителей, конкретной социальной ситуации с учетом аккумуляции интересов общества, социальных групп и потребительской кооперации; дифференциацию интересов по социальным группам, потребительским обществам России и их иерархизацию; выявление ведущего интереса. Он раскрывает институционно-организационные инструменты, конституционные и иные механизмы, усиливающие или ограничивающие влияние лидеров в системе потребительской кооперации; их статус (формально-должностное или реальное лидерство); встраивание лидера в структуру политической и кооперативной системы и дифференциацию от системы. Особенно обращает на себя внимание встраивание руководителей системы потребительской кооперации в политическую систему страны, регионов, в политическую систему местных органов власти.

Второй блок технологии включает в себя субъективные условия формирования лидерства в системе потребительской кооперации: анализ личностных истоков власти лидера в системе потребительской кооперации (убеждения, стиль, мотивы и т.д.); субъективная способность, готовность к лидерству; конкретные действия лидеров и создание имиджа высоко нравственной личности.

Третий блок «Стратегия лидерства» является механизмом реализации первых двух блоков. Он включает в себя методы и инструменты, от которых зависит эффективность лидерства в системе потребительской кооперации, влияние лидеров на политическую среду общества, региональную и местную социальную среду.

Он раскрывает основные фазы стратегии и ее элементы: диагноз с изучением и оценкой лидером ситуации; изучение аккумуляции интересов всех социальных слоев общества и интересов всех потребительских обществ и пайщиков; определение направления действий с инновацией; определение целей, побуждающих кооперативное сообщество, пайщиков к совместной работе по улучшению своей судьбы; мобилизацию экономических, социальных, духовных ресурсов и средств потребительской кооперации для конкретной реализации действий; оценку дискурса; определение ментальности лидера, руководителя в системе потребительской кооперации, ментальности людей.

Такая возможная модель технологии лидерства требует выяснения ее практической

применимости, результативности, эффективности, контролируемости ситуации в условиях кризисов. Особенно важным становится ее применение для решения задач духовно нравственного возвышения российского общества. А это ставит задачу скорейшего включения философской, социологической, политической, психологической науки и политической практики в осмысление и решение проблемы развития кооперативного движения.

Г.В. Бражник, зав. кафедрой философии, социологии, политологии и истории, Московского университета потребительской кооперации, канд. фил. наук, профессор

ВОЗВЕЛИЧИТЬ ЗНАЧИМОСТЬ ТРУДА ЧЕЛОВЕКА

Совершенствование системы качества образования, перенос акцентов в плоскость духовно-нравственного воспитания, признание фундаментальной роли нравственного начала в научном, техническом творчестве – чрезвычайно важная проблема. В этом плане нам, безусловно, предстоит на новом уровне вернуться ко многим забытым методикам и навыкам прошлого, многократно экспериментально подтвержденному факту огромного влияния нравственного начала, доброжелательной человеческой мысли на формирование творческой личности современной цивилизации. Естественно, что эта позиция не исключает использования технических средств и приемов, но подчеркивает их инструментальный, ограниченный характер, ибо мораль онтологична в смысле своей укорененности в космическом бытии, а нравственная мысль технологична и физична – на этих постулатах должна формироваться и развиваться новая философия хозяйствования в России. Я приветствую создание в нашем университете кафедры онтологии и теории познания. Реальность последних лет все более подтверждает тот факт, что без овладения всеми, прежде всего, молодежью – нашими воспитанниками, искусством нравственной мысли и нравственной жизни – не обойтись. Противопоставление экономики и нравственного начала – типичный пример знаменитой дилеммы Ф.М. Достоевского, стоит ли счастливое будущее человечества слезинки одного замученного ребенка, или дилеммы молодого мужчины – кого надо больше любить: жену или мать? Здесь ни в

кчем случае нельзя выбирать – любой выбор будет безнравственным и разрушительным.

Совершенствование подготовки кадров и обучения в системе потребительской кооперации в указанном направлении явится мощным источником развития внутреннего институционального потенциала, возрождения и восстановления роли потребительской кооперации в экономике и обществе на пути возвращения к действительно кооперативным началам и принципам, ценностям взаимопомощи.

Утверждение рыночных отношений и либеральных ценностей, всеобщей конкуренции и торжества сильнейшего погребло под собой все общественные движения. До сих пор люди не могут вновь обрести чувство общности и взаимности, желание и способность делать что-либо сообща во благо большинства.

Поддерживаю высказывание проф. Коваленко В.И. о том, что идеи устойчивого развития России чрезвычайно созвучны традициям, духу и менталитету народов России, принципам справедливости и социальной защищенности, что переориентация на развитие социальных институтов государства, борьба с преступностью, пьянством, искоренение бедности, существенные изменения в духовно-культурной сфере будут способствовать увеличению значимости потребительской кооперации как важнейшей структурной составляющей социально ориентированной экономики России. Социокультурный (цивилизационный) фактор, коллективизм, государственничество, острое восприятие социальной несправедливости, патернализм, надежда людей на социальную защиту всегда занимали особенное место в системе ценностей российской цивилизации.

Разделяю мнение коллег о необходимости формирования в университете научно-организационного центра (социологической лаборатории), который собирал бы все сведения о современном развитии потребительской кооперации в стране и на основе обобщения богатой эмпирики выявлял необходимость новых направлений научных исследований.

Рассматриваемые проблемы предопределяют необходимость формирования новой парадигмы экономической теории, незамедлительный ее поворот от преимущественно учебного освоения западных теорий, от практического их приложения к отдельным аспектам российской действительности к развитию позитивной экономической теории, адапти-

рованной к российским реалиям и основанной на всем богатстве мировой экономической мысли. Вакуум, возникший в российских учебных программах в годы перестройки, был очень быстро заполнен постулатами «экономикс», основанным на теории предельной полезности, на сплошной абстрактности, формулах, схемах, графиках, моделях, математизации, т.е. «чистой» «модной» теорией, лишенной во многом практической целесообразности. Сегодня пришло отрезвление и осознание того, что «чистой экономической» теории, лишенной социально-экономических отношений, не бывает.

Социально-экономическая ситуация в современной России убеждает в необходимости того, что экономическая теория должна включать изучение теоретических основ и особенностей развития национальных экономических систем, особенностей формирования макроэкономической политики страны с учетом специфики, национального самоопределения. Конечно, международная интеграция стран постепенно создает некие универсальные ценности, но корни всегда имеют конкретную почву. Можно отметить четыре фундаментальные особенности, которые могут стать основой для формирования школы национальной экономики: разнородность хозяйственных форм (значительное распространение в экономике России элементов традиционной экономической системы); разрыв в существовании государства и общества; значительное влияние социокультурных факторов, нравственного начала на экономические процессы; особый характер труда. О последнем факторе хотелось бы сказать чуть подробнее. Наша духовная и интеллектуальная мысль всегда стояла и стоит за наивысшую ценность – человека, ибо любое богатство произрастает и прирастает от его труда, устремлений, воли, терпения, веры и надежды. Всем этим Господь Бог наделил наш народ сполна.

Из высшей ценности богатства, какой является человек, вытекает этико-экономическая значимость труда, трудовой деятельности. Православная этика рассматривает труд не как Божье проклятие, но как богоугодное творческое и нравственное деяние, находящееся в гармонии с окружающим миром – творением Божиим. Человек своим трудом призван одухотворить, очеловечить мир природы, не разрушая его, но заботясь о нем как непреходящем условии собственного существования и выживания.

Именно в труде видит русская традиция всеобщую целостность бытия человека и общества, из которой вытекает идея праведного богатства, сопряженная с собственностью, имущественным правом. Поэтому и собственность олицетворяет собой право не капитала, а труда.

Взаимодействие с природой в процессе трудовой деятельности будет характеризоваться гармонией настолько, насколько в состоянии человек ограничить свое потребительское отношение к ней, сдерживать стремление переступить порог, за которым начинается ущерб. Если же это происходит, то он по своему существу и единству с этим миром, сотворенным Господом Богом, обязан приступить к его рекреации, восстановлению и оздоровлению. Отсюда вытекает и принцип потребления, который можно свести к необходимой достаточности. Причем это ограничение распространяется на потребности в материальных, но не духовных благах, так как последние имеют непосредственное отношение к духовному богатству, человеческому капиталу, накопление которого зиждется на развитии науки, образования, культуры, здравоохранения и степени их доступности для всех.

Необходимо возведение труда как всеохватывающей категории в ранг основы жизнедеятельности человека и общества, а не сохранения его в качестве всего лишь одного из факторов производства, тем более подчиненного капиталу.

Рассмотрение обозначенных особенностей позволит сложить цельную картину российской действительности с ее связями и закономерностями, позволит вырабатывать действенные рекомендации на уровне экономической политики с ориентацией на раскрытие специфики функционирования российской экономики.

В свете изложенного считаю целесообразным формирование в рамках дисциплины «Экономическая теория» спецкурса «Теоретические основы национальной экономики» («Основы экономической политики»), который бы читался студентам старших курсов, слушателям Института менеджмента и переподготовки кадров, слушателям педфака, студентам факультета повышения квалификации.

Н.Н. Соловьев, зав. кафедрой экономической теории Московского университета потребительской кооперации, канд. эконом. наук, доцент

ПУСТЬ К НАШИМ СТУДЕНТАМ ПРИДЕТ СВЯЩЕННИК

В связи с тем, что развитие деятельности потребительской кооперации проходит в настоящее время в качественно новый период – период ее социальной ориентации, соответственно должны меняться и векторы воспитательной работы как в самой системе, так и в образовательных учреждениях. При этом на первый план выдвигаются нравственные и духовные задачи. Не случайно В.Ф. Ермаков на встрече с представителями Белгородского университета потребительской кооперации отмечал: «Когда мы говорим о борьбе с бедностью, то имеем в виду бедность материальную, низкую зарплату, пенсию, т.е. когда не на что жить. Но трагедия нашего времени состоит не только в материальной бедности, но еще и в бедности духовной. И именно духовная бедность проявляется у некоторых работников потребительской кооперации. Кто плохо работает, тот и читает мало. Вы сами знаете, что сейчас показывают по телевизору. Все ведет к тому, чтобы испортить душу человека. Так протекает жизнь. А где же сострадание?»

Безусловно, снижение уровня духовно-нравственных ценностей в обществе и даже забвение их современным человеком должны вызывать тревогу. В данной ситуации требуется кропотливая и вдумчивая восстановительная воспитательная работа, особенно в образовательных учреждениях. Наш современник оказался не только в новых и сложных условиях проводимых экономических реформ, но и в неблагоприятной духовно-нравственной атмосфере. Как справедливо заметил В.Ф. Ермаков, воспитание в современных условиях становится корневой проблемой и в деятельности потребительской кооперации: духовность и нравственность определяют не только моральный и культурный облик работника, но во многом и качество, и успех его производственной деятельности.

Воспитательная работа в современных условиях зависит от внутренних и внешних условий. Внутренние условия – это сложившаяся и проводимая в наше время социально ориентированная политика в системе потребительской кооперации, которой пронизана и деятельность нашего университета. Зная заботу руководства Центросоюза и лично Валентина Филипповича о проводимой духовно-нравственной работе в системе потребительской кооперации, а также то большое и серьез-

ное внимание, которое уделяется воспитательной работе в нашем университете, можно сказать, что эти условия благоприятствуют возрождению традиционных духовно-нравственных ценностей. Внешние же условия, определяемые в основном средствами массовой информации – телевидением, радиовещанием, многотиражными периодическими изданиями, – а также сложившейся за последние годы культурно-общественной атмосферой, растлевающей и разлагающе действуют на духовно-нравственный облик человека. Вот этим-то явно неблагоприятным условиям необходимо противостоять и проводить хорошо продуманную воспитательную работу. В.Ф. Ермаков как-то назвал пайщиков – жителей села – бедными людьми в унисон заголовку известного романа Ф.М. Достоевского, страницы которого проникнуты милосердными чувствами автора и глубоким состраданием к обездоленным, социально незащищенным людям. В наше время человек оказался действительно незащищенным не только в материальной, но и в духовной сфере. Столь популярные у наших современников электронные средства, оказавшись в руках безнравственных дельцов, целенаправленно разрушают веками сложившиеся духовные идеалы и нравственные устои русского народа. Поэтому мне кажется, что введение в вузах потребительской кооперации дисциплины «Основы православной культуры», которую ведут священнослужители, является своевременным, важным и мудрым шагом. Важно, что это нововведение поддерживается руководством Центросоюза, а в нашем университете – лично президентом-ректором М.В. Сероштан. Думается, следует рассеять сомнения тех, кто считает приход священников в студенческую аудиторию чем-то противоречащим основам светского образования. Ведь нормально же воспринимается проведение занятий опытным врачом, инженером, технологом, бухгалтером или каким-то другим склонным к педагогической деятельности специалистом, передающим свои профессиональные знания и практические умения студентам. Духовное, а не только ученическое общение университетской молодежи со священнослужителями принесет со временем несомненно нужные для нравственного воспитания плоды. Да и каждый образованный человек обязан знать родную культуру, которая есть прежде всего явление духовное, пронизанное религиозными токами. Конечно, вряд ли кто, кроме просвещенного служителя православной церкви, сможет

лучше, убедительнее и духовно глубже рассказать нашим студентам о русской национальной культуре, о ее духовных основах.

Хотелось бы еще сказать несколько слов в защиту нашей молодежи, на которую, к сожалению, часто смотрят слишком пессимистично. Большинство наших студентов ответственно и заинтересованно относятся к обучению, понимают, что они должны выйти из стен университета не только образованными специалистами, но и культурными, духовно развитыми людьми. Отсюда их живой интерес, например, к практическим занятиям по культурологии в Государственной Третьяковской галерее и Государственном музее изобразительных искусств им. А.С. Пушкина. Многие из них поистине талантливы и раскрывают свои творческие способности в художественном творчестве. В этом меня еще более убедил проведенный в этом году творческий конкурс, посвященный 90-летию Московского университета потребительской кооперации. Этот конкурс показал, что не только в головном вузе, но и во всех филиалах у нас учатся замечательные поэты, художники, настоящие творческие личности. Так, для поэтического сборника победителей конкурса отобрано 40 замечательных стихотворений, в которых студенты из Петропавловска-Камчатского, Чебоксар, Саранска, Казани, Волгограда и других городов выражают свои патриотические, гражданские и лирические чувства. Мне кажется, что мы должны раскрывать как можно больше позитивного в студентах, помогать им раскрывать таланты и отмечать все лучшее, что они делают в учебе или в самостоятельном творчестве, представлять общественному вниманию, рекламировать их лучшие достижения, то есть, воспитывая, необходимо раскрывать творческие возможности студентов.

В.П. Зверев, зав. кафедрой общих гуманитарных дисциплин Московского университета потребительской кооперации, доктор филолог. наук, профессор

ОБРАЗОВАНИЕ БЕЗ ВОСПИТАНИЯ — ПТИЦА С ОДНИМ КРЫЛОМ

Вот уже почти двадцать лет, как мы живем в другом обществе. Успело вырасти целое поколение юношей и девушек – сейчас они наши студенты. За это время существенно изменилось содержание подготовки специали-

тов, выпущены новые учебники и учебные пособия, изменилась информационная база. С точки зрения формирования профессиональных знаний мы ушли вперед. Все вузы работают по образовательным стандартам второго поколения. На подходе стандарты третьего поколения. Вместе с тем, к сожалению, образовался нравственный вакуум, который может привести и уже приводит к духовному обнищанию общества. Здесь, видимо, уместно сравнение: «Образование без воспитания – как птица с одним крылом». Для того чтобы общество жило и поступательно развивалось, специалисты, которых мы готовим, должны обладать не только профессиональными навыками, они должны быть патриотами своей профессии, города, села, Родины, морально и нравственно чистыми и честными людьми, быть в обществе проводниками культуры и человеческих ценностей. Вы справедливо отмечаете, Валентин Филиппович, «...следует преодолевать не только материальную, но еще важнее – духовную бедность. Надо сподвигнуть, чтобы человек думал».

Способность к ученичеству – это один из ценнейших даров человека. За время жизни не у всех раскрывается этот талант. Наша задача – помочь себе и студентам раскрыть эту способность.

Здесь справедливо отмечалось, что в обществе много проблем на пути нравственного воспитания молодежи, да и не только молодежи. Я хотела бы остановиться на двух. Первая заключается в том, что не только каждый обучающийся, но и не каждый преподаватель может выдержать экзамен на нравственность. Хорошо еще, если это – заблуждение. Хуже, когда безнравственность стала убеждением.

В нашем университете Институт менеджмента и переподготовки кадров, Учебно-методический кабинет преподавателя служат целям оказания методической и информационной помощи преподавателям, арендой обмена опытом и аккумуляции лучших педагогических традиций.

Другая проблема, с которой мы сталкиваемся – это большая неоднородность студентов по степени восприятия знаний. Если 20, 30 лет назад в вузы поступали 10 – 15% выпускников школ, был жесткий конкурсный отбор, то в настоящее время при большей доступности высшего образования количество мест в вузах почти равно количеству выпускников. Следовательно, чтобы «достучаться» до самых

потенциальных центров сознания студента, необходимо совершенствовать формы и методы активизации познавательной деятельности обучающихся. Нам, видимо, это легче сделать, так как система потребительской кооперации, имеющая в своей основе духовные и чисто человеческие ценности, является хорошим практическим пособием для студентов. Важно только уметь использовать имеющийся потенциал. Во время встреч ректоров вузов стран СНГ, которые будут проходить в нашем университете, мы постараемся передать опыт использования современных форм и методов активизации познавательной деятельности студентов для того, чтобы вызвать дискуссию во время заседания.

Г.П. Капица, проректор по учебной работе Московского университета потребительской кооперации, канд.техн.наук, профессор

МЫ ВСЕ ГОТОВЫ ВКЛЮЧИТЬСЯ В РАБОТУ

Отрадно отметить, что благодаря неустанному вниманию Совета и Правления Центросоюза России, одной из самых важных проблем устойчивого развития организаций потребительской кооперации стала проблема не только усиления социальной направленности ее деятельности, а гуманистическая роль в духовно-нравственном возрождении общества.

Всем нам известно, что человек не рождается духовно богатым. Духовно богатым человек становится постепенно. Именно поэтому мы должны со всей ответственностью понимать главное предназначение кооперативного университетского образования. Роль вуза состоит в раскрытии человеческих способностей и качеств студенческой молодежи, в приобщении ее к духовно-нравственным ценностям.

Все ли делается кооперативными учебными заведениями, в частности Московским университетом потребительской кооперации в этом направлении?

Откровенно надо признать, что нет. Надеюсь, что настоящее обсуждение проблемы позволит активизировать работу в этом направлении.

Потребительская кооперация как хозяйствующий субъект и социально ориентированная система может и должна внести существенный вклад в развитие общества, народного хозяйства и особенно – социального ресурса общества.

Проблема, которую мы сегодня обсуждаем, имеет особое значение с позиций всего мирового кооперативного движения и может послужить основой для объединения сил всех кооперативных вузов Российской Федерации, Содружества Независимых Государств и дальнего зарубежья. Многого делается. Но необходим системный подход к решению этой проблемы, выработка единой комплексной программы.

Университеты — это не только центры образования, но и центры науки, центры культуры. Симбиоз этих составляющих, взаимодействие по цепочке: культура — научный процесс — образовательная деятельность позволяют сформировать не только современного квалифицированного специалиста, профессионала, а личность.

Действительно, нам необходимо особое внимание уделять модели специалиста, ведь в современном обществе она не может формироваться без учета нравственной составляющей. Знание без нравственной основы скорее несет вред, чем пользу обществу. При формировании модели специалиста необходима разработка системы оценки способностей студентов, на «вхо-

де и на выходе», что позволит оценить вклад университета в развитие этих способностей.

Учитывая направленность обсуждения проблемы, полагаю, что в университете необходимо усиление соответствующих направлений, в том числе путем создания новых кафедр: онтологии, этики, религиоведения. Объединение всех позитивных сил образовательных учреждений потребительской кооперации стран СНГ в этом направлении позволит значительно повысить участие кооператоров в решении задач духовно-нравственного возрождения общества.

Наше обсуждение, на мой взгляд, должно иметь конкретные результаты, в том числе в виде публикаций материалов, обобщающих результаты изучения этих проблем, которые будут направлены на пропаганду новых подходов к деятельности потребительской кооперации. Считаю целесообразным издание сборника выступлений участников «круглого стола».

***М.В. Сероитан, президент-ректор
Московского университета потребительской
кооперации, доктор экон. наук, профессор***

ОТ РЕДАКЦИИ

Завершая заседание, В.Ф. Ермаков, Председатель Совета Центросоюза России, отметил:

«Разговор, безусловно, сегодня состоялся полезный и плодотворный. Теперь важно все предложения реализовать, чтобы они не остались на уровне разговора. Только практическая реализация позволит нам обеспечить реальное участие потребительской кооперации России в деле духовно-нравственного возрождения общества».

В ходе дискуссии было высказано немало новаторских, смелых мыслей о том, какими путями идти науке и образовательному процессу в вузах, чтобы борьба за духовное возрождение общества принесла положительные результаты.

Общественность высших учебных заведений потребительской кооперации готова совместно включиться в эту борьбу.

Редакция намерена продолжить разговор на эту важную тему в последующих выпусках журнала.

КООПЕРАЦИЯ — НЕОБХОДИМЫЙ ИНСТИТУТ РЫНОЧНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ

Выступают ли кооперативы и кооперативные объединения структурообразующими элементами (институтами) современных экономических систем (в том числе и экономической системы России), или кооперативы — это явления простейшего порядка, пережитки доиндустриальных эпох и им нет места в современном обществе; или это — видные учреждения современного общества, агенты социального прогресса; или кооперативы существуют только для бедных слоев населения, помогая им выжить; или кооперативы предназначены только для мелких производителей?

Правы и первые, и вторые, и третьи, потому что разные группы людей и в разные времена обращались к кооперативам, кооперативным принципам, чтобы решить свои проблемы. Организацией кооперативов они отвечали и на социально-экономическую модернизацию своего общества, и на растущие рынки, и на новые технологии в сельском хозяйстве, маркетинге, торговле.

Мировой кооперативный опыт, частью которого является русская кооперация, свидетельствует о том, что кооперация — неотъемлемая часть современной экономической системы, а кооперативы — это не только тип производства или форма хозяйствования, кооперативы — это экономически обоснованная идеология выживания, прежде всего сельскохозяйственного производителя, в жестких условиях рыночной экономики, неотвратимой глобализации мирового экономического пространства.

Интеграция России в глобальное экономическое пространство, обеспечение условий ее перехода на траекторию устойчивого развития требуют выявления целевых стратегий, определения целевых параметров, учитывающих требования по реализации конкурентных преимуществ российской экономики. В поисках национального своеобразия социально-экономической системы Россия не должна оказаться вне путей реализации общемировых тенденций к справедливому социальному устройству. Всякие попытки упростить проблему противоречат общемировым тенденциям.

Мировой опыт развития XX века, опыт

развития бывших социалистических стран выявил следующие устойчивые закономерные тенденции: 1) господствующей формой координации экономической деятельности, определяющей характер связей производства и потребления в обществе, является рыночная экономика, рыночное распределение ресурсов и оценка их эффективности; 2) сознательное регулирование всего народного хозяйства, рыночной экономики как господствующей формы хозяйства; возрастание регулирующей роли в рыночной экономике не только государства, но и других структур в связи с тем, что основное звено экономики все больше отходит от специализации на производстве какого-либо продукта, возникают формы обобществления, охватывающие все народное хозяйство страны и даже хозяйства нескольких стран; 3) социально-устойчивое положение членов общества, социальная стабильность общества как внутренний, имманентный момент обеспечения условий жизнедеятельности всех членов общества, развивающееся на основе воспроизводства человеческого фактора производства, обновления образовательного, культурного и научного потенциала; 4) формирование открытой экономики (причины которой вытекают из ее рыночной основы, в соответствии с которой в конкурентные отношения на мировых рынках вступают не только отдельные государства, но и все основные субъекты экономики) и одновременно поиск модели национального воспроизводства (экономика той или иной страны не существует вне национальных границ, и воспроизводство всегда осуществляется как национальное воспроизводство); 5) переход от индустриального к постиндустриальному развитию, который характеризуется развитием биотехнологий, микроэлектроники, компьютерной техники, опережающим развитием наукоемких отраслей, высоких технологий, изменением традиционных представлений об эффективном производстве, опережающим ростом сферы услуг, новыми экологическими требованиями к производству и жизни общества; 6) формирование на новой технологической базе многообразия форм собственности с явной тенденци-

ей к приоритетному развитию ассоциативных, комбинированных и смешанных форм, широкое развитие новых форм распределения, основанных на участии граждан в управлении деятельностью экономических единиц, более справедливом доступе к собственности.

Современная экономика показывает, что названные тенденции приобретают устойчивый и, следовательно, закономерный характер. Вместе с тем эти тенденции по своему содержанию, формам действия, последствиям противоречат друг другу. Так, реализация тенденций социально-устойчивой экономики требует большего перераспределения ресурсов и государственного регулирования, что противоречит частным интересам капитала, базовым принципам рынка и др. Учет этих противоречий в конкретных условиях того или иного государства обуславливает определенные особенности формирования национальной модели экономической системы.

Каково содержание и глубина российской специфики преобразований, какова степень сопряженности формирования национальной модели (национальных особенностей) с общемировыми тенденциями развития, с глобализацией мирового экономического пространства?

Опыт всех российских реформ, история целого ряда стран показывает, что попытки продвижения к той или заранее избранной модели приводили к смене реформ контрреформами, что стратегии спасения-выживания, спасения-следования за странами ядра глобалистики, подтягивания к ним - «смерти подобны». Вымирающая, нищая и больная Россия попросту не может сколько-нибудь длительное время двигаться за Западом в попытках «достать» его, монтировать то, что предлагают вперед идущие, да еще с помощью их советников. Достаточно напомнить ситуацию с главным богатством страны – ее элитой специалистов, научно-техническими разработками. За десять лет развала СССР 250 тыс. научных работников покинули страну, на сотни млрд. долл. увеличив выпуск наукоемкой продукции Запада. Потери от этой эмиграции для России – 50-60 млрд. долл. в год. Утрачена уже половина специалистов нобелевского уровня¹. Причем запускаются все новые программы «скупки мозгов». Собственниками многих вершинных достижений российской мысли, в том числе таких, которые определяют судьбы тех-

ники XXI века, стали корпорации стран Запада – от США до Нидерландов². Поэтому Россия во всех отношениях будет вынуждена до предела возможностей. Любая догоняющая стратегия для России – это утрата своих ресурсов в пользу догоняемых. России. Чтобы остаться страной и народом, нам категорически заказан путь вслед за Американами-Европанами-Япониями. Тотальная универсализация российского развития – неперспективна.

В России действует целый ряд устойчивых факторов (притом во многом уникальных), постоянный и долговременный характер которых дает возможность считать их объективными критериями специфики российской экономики:

природно-климатический фактор, который обуславливает неприемлемость однообразных, стандартных форм хозяйствования, повышение энергоемкости и в целом ресурсоемкости производства, снижение производительности труда и конкурентоспособности продукции, необходимость больших резервов (ресурсных и продовольственных) и экономической поддержки многих регионов;

экономико-географический фактор, следствием которого являются высокие транспортные издержки, снижение конкурентоспособности продукции, опасность экономической и политической дезинтеграции, разрыв единого экономического пространства;

геополитический фактор: самые протяженные границы в мире, наличие явных и потенциальных угроз, геополитическая уязвимость территории, необходимость сохранения сильных политических позиций в мире обуславливают более высокий уровень затрат на охрану границ и оборону и, как следствие этого, на развитие военно-промышленного комплекса; необходимость быстрой мобилизации ресурсов в острых ситуациях; особо внимательное отношение к проблемам экономической и научно-технической безопасности страны;

социокультурный (цивилизационный) фактор. Особое место в системе ценностей российской цивилизации занимают следующие исторически сформировавшиеся ценности: комплексное социодуховно-экономическое восприятие явлений, важная роль духовного начала в соотношении с узкоматериальным, коллективизм, государственничество, острое

¹ См.: Спиренков Е. Хватит нам укреплять могущество Америки // Российская газета. 2002. 16 мая, с. 6.

² См.: Птичкин С. Бесценные контуры непревзойденного русского оружия, как и само оружие, до сих пор не оценены государством по достоинству // Российская газета. 2001. 5 июля, с.3.

восприятие социальной несправедливости, патернализм, надежда людей на социальную защиту. Социально-экономическими следствиями этого являются меньшая (по сравнению с Западом) рациональность поведения, более сложная система мотиваций и стимулов (по сравнению с типичным «экономическим человеком»), неприемлемость резкой социальной дифференциации, развитие коллективных форм собственности и хозяйствования, более весомая роль государства в социальной защите населения и в экономической жизни.

При этом российские социокультурные ценности не оторваны от перечисленных ранее объективных факторов национального развития, а выступают объективным общественным фоном их реализации, что находит отражение в устойчивых исторически обусловленных традициях.

С давних времен российская духовная и общественная мысль ориентировалась в направлении традиции многомерного понимания мира¹.

Российская духовная традиция в значительной мере ориентирована на многомерное восприятие мира, на его многосторонность, на его сочетание с духовным измерением, на несводимость мира к узкоэкономическим координатам. Этой традиции также способствует усиление влияния православных ценностей наряду с другими религиозными верованиями, составляющими духовный базис российской государственности. Данная традиция органично вплетается в новейшие достижения и открытия науки и общественной жизни. В современных условиях формирования сложных, многоукладных смешанных экономик обращение к этой традиции, ее возрождение перспективно и плодотворно.

Российская традиция исторически была тесно связана с особой ролью государства, осо-

бенно в периоды реформации. В России государство никогда не понималось лишь как орган управления — оно всегда мыслилось в широких координатах духовных, социальных и экономических ценностей. Этот образ государства нередко эксплуатировался в России разного рода авторитарными режимами, отчего и сформировался расхожий поверхностный стереотип о российской тоске по «сильной руке». Однако история показывает, что как только государство жестко соединялось с какой-либо частью общества, противостоя другим (т.е. когда за патриотической фразеологией самодержавия открывалась его слитность с крепостничеством, а позднее с «диким капитализмом», и когда за социалистической фразеологией нового режима открывалась его слитность с бюрократической элитой), возникали настроения недоверия к государственным структурам, что, в конечном итоге, приводило к их разрушению. Это важная особенность российского общественного поведения имеет отношение и к сегодняшнему дню: для обеспечения широкой поддержки рыночных реформ необходимо, чтобы государство реально выступало в качестве верховного социального арбитра и гаранта определенного уровня социального положения народа и не отождествлялось с враждебной силой, сросшейся со слоем нуворишей, коррупционеров, дельцов спекулятивного капитала и т. п. По сути дела, речь идет о необходимости учета «государственных особенностей», о специфической форме гражданского общества, об особенностях будущей модели последнего в России гражданского общества. Более опасно для национальной специфики формальное гражданское общество, которое будет отличаться резкой социальной дифференциацией, антагонизмами и всевластием нескольких экономико-политических кланов и групп. Важно, что идея сильного государства в России всегда сочеталась с достаточно широким демократизмом и автономностью на уровне первичных звеньев общества.

Одной из важнейших особенностей российской общественной жизни можно считать сильную социальную традицию. Она нашла свое выражение в обостренном чувстве социальной справедливости у людей, искании абсолютного добра и истины, тяге к коллективным формам собственности и хозяйствования, социальном патернализме, важной роли социально-духовных стимулов к труду, ориентации на общественный идеал жизнеустройства и т.п.

¹ Еще с Сергия Радонежского на базе русской ветви православия получил особое почитание культ Троицы, который в более позднее время в российской философской мысли оформился в «диалектику троичности» (Н. Бердяев, С. Булгаков, А. Лосев). В отличие от одностороннего монизма и жесткого дуализма она символизировала собой идею консолидации и согласия, взаимосвязи прошлого, настоящего и будущего, единства многообразного. Предполагалось, что через третью сторону целого противоположные стороны как бы находят для себя точку опоры и примирения. Эти стороны чаще всего принимали форму надэкономического полюса («духовного» или «державного»). Троичная форма миропонимания способствовала формированию идей «более сложного общества», «общества цветущей сложности», многосекторного общества (К. Леонтьев, Н. Чернышевский, А. Чупров и др.), которые в России стали возникать раньше, чем западные теории смешанной экономики.

Безусловно, все эти характеристики не оставались неизменными, они эволюционировали в ходе развития российского общества. Более того, набирали силу и противоположные тенденции, основанные на частнособственнических и индивидуальных принципах. Но тем не менее социальная доминанта никогда не уходила из глубин российской жизни.

В формировании этой традиции, очевидно, существенную роль играли природно-исторические и экономико-географические обстоятельства. Обширность неосвоенных территорий, суровость природы, ярко выраженная сезонность хозяйственных работ, удаленность от мировых экономических центров и торговых путей и проч. способствовали формированию на Руси коллективных форм организации труда, отношений взаимопомощи и сотрудничества, таких человеческих качеств, как терпение, великодушие, доброта, справедливость, неприятие грубой материальности.

Значительную роль сыграл духовно-религиозный фактор, связанный с утверждением на Руси православия. И его особая русская ветвь, вобравшая в себя исторические и национальные особенности народного духа и не подвергшаяся секуляризации в угоду рационально-экономическому индивиду, развивала и укрепляла социальные и духовные основы жизнеустройства и мировосприятия, поскольку в сильной степени ориентировала на любовь к ближнему, на согласие и общность людей, на высокий общественный идеал.

Важное значение в формировании российской социальной традиции играла община. Сельское земледельческое общество существовало на Руси в той или иной форме с ранних пор, сохраняя удивительную живучесть и в докрепостной период, и во времена крепостного права, и после его отмены. Характеристики российской поземельной общины достаточно известны. Особо следует отметить ее социальность, выраженную в коллективизме отношений, самоуправлении, справедливости и т.п.

Целый комплекс факторов лежал в основе формирования в России сильной социальной традиции, несмотря на ее серьезные искажения. Особенность России — не в существовании традиции как таковой и национальной специфики (они признаются и учитываются и в других странах), а в том, что российская традиция социальна.

Российская социальная традиция самобытна. Она базируется на специфических рос-

сийских факторах, их многообразии и переплетении. Самобытность этой традиции и в том, что ее выразителями и приверженцами, как уже отмечалось, были представители общественных течений, зачастую ставивших перед собой различные конечные цели. Это, кстати, указывает лишний раз на силу и устойчивость данной традиции. Было бы неверным поэтому связывать ее только с развитием и распространением марксистской социалистической мысли в России конца XIX в. Развитие данной традиции в России в новых условиях созвучно процессам, происходящим в развитых странах Запада¹.

Отсюда, формирование рыночной инфраструктуры в условиях России должно сочетаться с широким развитием коллективных форм организации, достаточно высокой степенью социального патернализма, относительно более широким распространением нерыночных форм достижения социальной справедливости. Российская социальная традиция в отличие от европейской всегда отличалась сильной надэкономической доминантой, которая делает Россию особенно предрасположенной к ценностям постиндустриальной экономики будущего.

Важнейшей чертой постиндустриализма становится нарастание надэкономических ценностей. Происходит постепенная, но достаточно последовательная деэкономизация общества, которая со временем, очевидно, будет приобретать все более масштабный и устойчивый характер. Это находит свое выражение в дематериализации богатства (его мерой все более становится свободное время и творческое начало), производства (структурный сдвиг в сторону социокультурной сферы), продукции (основными ее видами становятся научные знания, информация, духовные блага), труда (становление труда как творческой деятельности), потребностей (решающее значение социально-духовных потребностей в образовании, культуре, творчестве, здоровой окружающей среде и т. п.), стимулов (главенство

¹ Попытки совмещения национальной социальной традиции с рыночно-предпринимательскими формами неоднократно делались в российской общественной мысли. Так, крупнейший экономист петровского времени И. Посошков пытается традиционные домостроевские принципы бережливости использовать в качестве методов экономного хозяйствования и накопления капитала, для укрепления предпринимательских форм. Н.Г. Чернышевский выдвигал идею двухсекторной экономики, в которой бы уживались и общинные, и частнособственнические формы производства. И сейчас вновь во весь рост встала задача поиска эффективных форм соединения российской традиции и назревших экономических преобразований.

стимулов творческой самореализации личности), связей (усиление роли «субъект-субъектных» отношений вместо овеществления взаимодействий), человека (переход от «экономического человека» к творческому целостному человеку). Таким образом, надэкономическая доминанта российской социокультурной традиции тесно сопрягается со все более усиливающимися постэкономическими тенденциями современного развития.

Требование времени — ориентация на общество, в котором центральным звеном развития общественных отношений, его процветания становится человек как творческая личность, стремящаяся к самореализации. Но это становится возможным лишь благодаря концентрации внимания и усилий общества на сфере духовного, а не материального производства. Речь идет, как известно, о благах, удовлетворяющих общественные потребности, т. е. о благах, которые носят нерыночный характер и являются объектом государственных, общенациональных интересов¹.

Приоритетность развития духовного производства напрямую выводит нас на категорию богатства. С точки зрения западного менталитета, богатство олицетворяет собой накопление материальных благ, активов различного рода. Для менталитета русского человека здесь не существует проблем, за исключением тех, которые были спровоцированы и сейчас провоцируются либерально-рыночными принципами. Православная, русская национальная этика никогда не сводила «богатство» к накопительству материальных ценностей, хотя и не игнорировала их, на передний план всегда выдвигала человека с его достоинствами: способностями, навыками, опытом, здоровьем и такими добродетелями, как совесть и доброта. Это как раз то что Запад обозначил термином «человеческий капитал», который был

введен в научный оборот лишь во второй половине XX в. Наша духовная и интеллектуальная мысль всегда стояла и стоит за наивысшую ценность — человека, ибо любое богатство произрастает и прирастает от него, от его труда, от его устремлений, воли, терпения, веры и надежды. Всем этим Господь Бог наделил наш народ сполна, только не подвела бы гордыня, как уже случилось в нашей истории не один раз. Вот сейчас он расплачивается за либерально-демократическую ересь, на которую «купился»...

Из высшей ценности богатства, какой является человек, вытекает этико-экономическая значимость труда, трудовой деятельности. Православная этика рассматривает труд не как Божье проклятие, но как богоугодное творческое и нравственное деяние, находящееся в гармонии с окружающим миром — творением Божиим, человек своим трудом призван одухотворить, очеловечить мир природы, не разрушая его, но заботясь о нем как непреходящем условии собственного существования и выживания. Именно в труде видит русская традиция всеобщую целостность бытия человека и общества, из которой вытекает идея праведного богатства, сопряженная с собственностью, имущественным правом. Поэтому и собственность олицетворяет собой право не капитала, а труда.

Взаимодействие с природой в процессе трудовой деятельности будет характеризоваться гармонией настолько, насколько человек в состоянии ограничить свое потребительское отношение к ней, не переступить порог, за которым начинается ущерб. Если же это происходит, то он по своему существу и единству с этим миром, сотворенным Господом Богом, обязан приступить к его рекреации, восстановлению и оздоровлению. Отсюда вытекает и принцип потребления, который можно свести к необходимой достаточности. Причем это ограничение распространяется на потребности в материальных, но не духовных благах, так как последние имеют непосредственное отношение к духовному богатству, человеческому капиталу, накопление которого зиждется на развитии науки, образования, культуры, здравоохранения и степени их доступности для всех.

Необходимо возведение труда как всеохватывающей категории в ранг основы жизнедеятельности человека и общества, а не сохранения его в качестве всего лишь одного из факторов производства, тем более подчиненного капиталу. Только движение в данном направлении открывает возможность процветания

¹ Если же допустить возможность коммерциализации процесса воспроизводства общественных благ, то в этом случае Западу требуется отказаться от навязывания теоретических догм, базирующихся на принципах предельности (маржинализма), которыми заполнена наша экономическая наука. Ведь духовное (нематериальное) благо, если им уже обладает потребитель, тут же обесценивается до абсолютного нуля. Потребителю не требуется последующие блага такого же рода в противоположность материальным благам, по мере насыщения которыми их ценность действительно падает. Поэтому перед экономической наукой вновь встает проблема новой парадигмы собственного развития, которая, по нашему глубокому убеждению, будет опираться, несомненно, на трудовую теорию стоимости, ибо нет другой, более всеобъемлющей категории, кроме труда, которая бы пронизывала с таким постоянством и всеобщностью все стороны жизнедеятельности человека и общества.

национальной социально-ориентированной экономики. Именно такая переориентация по отношению к имеющемуся потенциалу труда вызовет всплеск роста производства и предложения и одновременно будет содействовать процессу трансформации экономики в хозяйство. Наконец, соединение этики труда с этикой успеха, сопряженное с самоотдачей, самореализацией и самоудовлетворенностью личности, ознаменует собой рост истинного богатства и обеспечение социально-экономического прогресса на качественно новой основе.

Изменение отношений собственности должно осуществляться в рамках сочетания всех видов и форм собственности при постепенном создании условий для развития коллективных (ассоциативных) форм собственности как наиболее соответствующих требованиям социального партнерства между трудом и капиталом и развития человеческого капитала, который призван возглавить воспроизводственный процесс в рамках национального хозяйства. В целом же в обществе и народном хозяйстве необходимо формирование институтов, соответствующих системе ценностей главной государствообразующей нации — русского народа и православной этике с ее всечеловеческим началом как наиболее полно отвечающей запросам наступившего века.

Сформулированные признаки (основания) специфики российской модели национальной экономики, порожденные в определенной степени своеобразным диалектическим отрицанием рыночно-капиталистической реставрации общинно-социалистической логики развития России как уникальной евразийской цивилизации с «большим пространством-временем» и собственными экономическими законами развития¹, основанные на становлении новой экономики и философии хозяйства, дают основание определить ее как модель социально-экономической кооперации, кооперационной экономики хозяйства, требующей отказа от ценностей частной собственности и примата рыночного регулирования.

Идеи смешанной экономики, появившиеся в литературе на рубеже двух последних веков и получивших затем широкое распространение, отражают усложнение форм взаимодействия рынка и государственного регулирования экономики. Сам термин «смешанная экономи-

ка» не имеет однозначного толкования. Его первоначальная и наиболее распространенная трактовка делает упор на сочетание различных секторов экономики (частного и государственного) и разнообразия форм собственности. Вторая позиция, получившая импульс от кейнсианства, выдвигает на первый план проблему сочетания рынка (рыночного механизма) и государственного регулирования. Третья позиция, инициированная разнообразными социал-реформистскими течениями, основывается на сочетании капитала (частного предпринимательства) и социальной (общественных социальных гарантий). Наконец, еще одна позиция, вытекающая из цивилизационного подхода, нацеливает на проблему соотношения экономических и неэкономических начал в структуре современного общества.

Указанные трактовки не противоречат друг другу: они лишь отражают наличие нескольких линий формообразования современного типа развитой экономики и их единство. Смешанная экономика представляет собой одновременное сочетание указанных параметров (позиций). Параметры смешанной экономики обладают относительной самостоятельностью. Однако возможно превалирование того или иного параметра или одной из групп параметров в условиях различных стран. Смешанность экономики характеризует не только наличие разнообразных структурных элементов в ее составе, но и образования конкретных форм их сочетания в реальной экономике, то есть общая линия на развитие смешанной системы не означает однообразия и стандартизации. Реально в разных странах складываются различные модели смешанной экономики, которые и определяют «уникальность» национальной модели социально-экономического развития. Это зависит, как показано выше, от многих факторов, в том числе геополитических условий формирования общественного устройства, национальных и социокультурных особенностей развития страны и т.п. С учетом доминирования той или иной стороны рассмотренных параметров, американская модель смешанной экономики — это либеральная рыночно-капиталистическая модель, предполагающая приоритетную роль частной собственности, рыночно-конкурентного механизма, капиталистических мотиваций, высокий уровень социальной дифференциации; германская модель — модель социального рыночного хозяйства, которая расширение конкурентных начал

¹ Субетто А.И. Противоречие экономического развития России и стратегия выхода из исторического тупика. СПб — Кострома — Луга, 2000, с. 44.

увязывает с созданием особой социальной инфраструктуры, смягчающей недостатки рынка и капитала; шведская модель – это социальная модель, для которой характерен высокий уровень социальных гарантий, базирующихся на широком перераспределении доходов; японская модель – модель регулируемого корпоративного капитализма, в которой благоприятные возможности накопления капитала сопрягаются с активной ролью государственного регулирования в сферах программирования экономического развития, структурной, инвестиционной и внешнеэкономической политики и с особым социальным значением корпоративного (внутрифирменного) начала¹.

Возможности формирования российской модели смешанной экономики с учетом специфики России связаны с формированием и функционированием своей характерной национальной модели, которая определена как социалистическая модель смешанной экономики (модель социально-экономической кооперации, кооперационной экономики хозяйства). Параметры, определяющие специфику развития и функционирования национальной экономики, не остаются неизменными, раз и навсегда данными. Они, так же как и их экономические последствия, могут изменяться. Так, роль природно-климатического и экономико-географического факторов меняется под воздействием научно-технического прогресса, роль геополитического фактора – под воздействием политических изменений в мире, роль социокультурного фактора – под воздействием расширения человеческих контактов, взаимообогащения культур, развития информационного общества. Однако и в настоящее время, и в обозримом будущем отмеченные выше факторы будут продолжать играть заметную роль, а следовательно, необходимо будет считаться и с их последствиями как с закономерным фактом российской социально-экономической жизни, делая, естественно, поправки на их эволюцию и сопрягая их с общими тенденциями современного общественного развития.

Необходимость осмысления трансформации экономических систем советского типа к новым экономическим системам и формам хозяйства повышает интерес и к кооперации, дает возможность российским ученым внести свой вклад в теорию и методологию коопера-

ции, сделать вывод о том, что кооперативная собственность и кооперативная форма хозяйствования являются имманентными новым экономическим системам, национальной модели экономической системы России и на этой основе раскрыть особенности и направления кооперативного процесса в России.

В настоящее время (с учетом действующего законодательства) не просматривается методологический подход к созданию механизма экономической защиты основного элемента кооперативного движения – кооператива, обоснованию эффективной государственной политики поддержки кооперативной системы как целостной, действующей по своим законам. Отсюда важность теоретико-методологического обоснования системного подхода к определению (обоснованию) необходимости создания и распространения кооперативных организаций, прежде всего в сельской местности. Не будет преувеличением утверждать, что в теории и методологии кооперации создан определенный вакуум со времен всемирно признанных ученых-кооператоров русской школы: А.А. Анциферова, И.В. Емельянова, М.И. Туган-Барановского, А.В. Чайнова и др.

В последнее время интерес к теоретическим исследованиям кооперативного движения пробуждается снова, намечая пути к уяснению сущности и поведения кооперации в современных условиях. Достаточно сказать о плодотворности научных изысканий таких ученых нашего вуза, как доц. А.В. Соболев, проф. И.В. Захаров, проф. А.П. Макаренко и др.

С точки зрения экономической теории, экономическая система – это совокупность взаимосвязанных и определенным образом упорядоченных элементов экономики. Вне системного характера экономики не могут воспроизводиться или возобновляться экономические отношения и институты. Вне системного характера невозможно теоретическое осмысление экономических явлений и процессов, невозможна эффективная экономическая политика.

Современные экономические системы есть смешанные экономические системы, отличительной особенностью которых является гетерогенность (разнородность) входящих в них элементов. Смешанная экономика представляет собой одновременное сочетание частного и государственного секторов экономики, рынка и государственного регулирования, капиталистических тенденций и социализации жизни, экономических и неэкономических на-

¹ Курс экономики: Общие основы экономической теории. Микроэкономика. Макроэкономика. Основы национальной экономики: Учебное пособие / Под ред. А.В. Сидоровича. – М., 2001, с. 60-61.

чал. Являясь целостной системой, смешанная экономика выступает адекватной формой современного развитого общества. Очевидно, что в каждой стране с учетом ее специфики складывается своя национальная модель смешанной экономики.

Национальная экономическая система — это экономическая система страны, отражающая весь комплекс факторов (внутренних и внешних, экономических и неэкономических) ее развития и функционирования и содержащая обусловленные ими особенности реализации общих экономических закономерностей: факторы природно-климатического, экономико-географического, технологического, социокультурного характера.

Исследование особенностей формирования национальной модели социально-экономического развития предполагает анализ «ядра» системы производственных отношений — собственности на средства производства. Именно в ней и в ее современной эволюции следует искать ключ к выявлению места и роли кооперативных форм хозяйствования, особенности развития которых формируют стратегию экономического развития страны в целом.

Основу современных смешанных экономических систем составляет многообразие форм собственности: а) индивидуальная собственность, которая концентрирует в одном субъекте труд, управление, распоряжение доходом и имуществом (в России к этой форме могут быть отнесены: крестьяне, ведущие свое собственное хозяйство, отдельные торговцы и др.); б) частная собственность, которая близка по содержанию к индивидуальной в том смысле, что основные правомочия сконцентрированы в одном лице. Но частная собственность как особая форма отличается от индивидуальной тем, что некоторые признаки (правомочия) здесь могут разделяться и персонифицироваться в разных субъектах. На капиталистической фирме с использованием наемного труда работают одни лица, а распоряжаются доходом и имуществом другие. Положение последних определяется экономической властью, а положение первых — экономической зависимостью. В промежуточном положении находится управляющий (менеджер); в) государственная собственность. От предыдущих форм отличается тем, что абсолютные права собственности находятся не у отдельных частных лиц и их объединений, а у государственного института политической и экономической власти; г) муници-

пальная собственность. Верховным распорядителем имущества муниципальных предприятий являются органы местной власти (городские, районные и др.); д) общая собственность, которую образует объединение лиц, имеющих права индивидуальных собственников. По размеру имущества участники общей собственности могут отличаться друг от друга. Но они не отличаются по набору существенных правомочий. Общая собственность может быть долевая, когда выделены имущественные доли участников, и совместная, когда доли не выделяются. Наиболее часто встречающейся функционально-производственной разновидностью общей собственности является кооперативная собственность. В ее основе лежит объединение индивидуальных собственников. Но это не арифметическая сумма индивидуальных собственников, а их функционирующее единство. Каждый, участвующий в кооперативе своим трудом и имуществом, имеет равные права в управлении и распределении дохода. Кооперативная собственность может иметь вид долевой, когда определены доли каждого участника в имуществе кооператива, или бездолевой, т.е. без выделения и персонификации долей имущества каждого участника. Последняя есть артельная собственность; е) смешанные формы. Они образуются, когда происходит диффузия разных форм и отношений собственности, в результате чего усложняется внутреннее содержание отдельных форм; ж) комбинированные формы. В поисках эффективного функционирования и реализации предпринимательских проектов современная экономика объединяет различные формы собственности при сохранении каждой из них своего особого содержания. В результате образуются комбинированные формы.

Кооперативная форма собственности является структурообразующим элементом экономической основы современной национальной модели страны - смешанной экономики. А в условиях России кооперация - необходимый институт рыночной инфраструктуры.

В экономической литературе часто отождествляются кооперативная и акционерная формы собственности, кооперативы и акционерные фирмы, что совершенно неправомерно. Объектом собственности в акционерном обществе являются не средства производства, а лишь представляющие их ценные бумаги, дающие безусловное право на часть дохода и условное право на участие в управлении. Но сами по себе эти бумаги не обеспечивают ни-

какого права на распоряжение даже той долей имущества, которая соответствует номинальной или рыночной цене ценной бумаги. Номинальное право на участие в управлении может превратиться в реальную возможность только для тех, кто сконцентрировал в своих руках контрольный пакет акций. С этой точки зрения, акционерная форма является видом «анонимной собственности», что создает большие возможности для концентрации экономической власти у части участников. В отличие от акционерной компании, кооператив не управляется его крупнейшими акционерами. Кроме того, «кооперативная триада: владельцы кооператива - пользователи его услуг - резиденты места действий кооператива» обеспечивает более интенсивную связь между фирмой и ее владельцами в отличие от инвесторов в большинстве акционерных компаний. Взаимодействие в кооперативе осуществляется как взаимопомощь, как равноправный подход к общей деятельности.

Поистине народной, крестьянской организацией, является потребительская кооперация, которая феноменальна тем, что, будучи хозяйствующим субъектом, ставит в своей деятельности социальные цели. Альфред Маршалл, английский экономист, профессор Кембриджского и Оксфордского университетов Великобритании, автор учебника «Принципы политической экономии» (1890) отмечал подобную направленность на двойственную цель как одну из вершин кооперативной философии: «Одни движения имеют высокие социальные цели, другие движения имеют широкую экономическую основу, только кооперация имеет и то и другое». Для потребительской кооперации характерно то, что она является не только хозяйственной, но и общественной организацией. От других субъектов рынка она отличается статусом некоммерческой, социально ориентированной системы, имеющей свои выработанные веками кооперативную идеологию и культуру, принципы и ценности. В докладе Председателя Совета Центросоюза РФ В. Ф. Ермакова на 124-м общем Собрании представителей потребительских обществ Российской Федерации «Стратегия потребительской кооперации – расширение социальной работы, борьба с бедностью, безработицей и бездуховностью на селе» особо подчеркивалось, что «кооперативная модель хозяйствования состоит в неразрывном единстве хозяйственной деятельности и социаль-

ной миссии»¹. Можно назвать следующие характерные черты потребительской кооперации как социально ориентированного хозяйствующего субъекта: свобода экономического выбора потребителя (открытое, доступное членство для всех); справедливое распределение дохода, что означает – полученные кооперативом доходы распределяются пропорционально уровню пользования членами-пайщиками услугами кооператива; особая и своеобразная экономическая роль факторов производства. Позиция труда в потребительской кооперации в корне отлична от его позиции в предприятиях, которые нацелены на максимизацию прибыли и в которых труд социально подчинен интересам капитала. В кооперации труд социально доминирует, так как кооперация, будучи добровольным объединением лиц, призвана служить интересам своих членов. Основной экономической мотивацией в потребительском кооперативе является выгода (интерес), но она здесь имеет особый характер. Если каждый из разрозненных потребителей испытывает известное столкновение интересов и соперничество между собой, борьбу с другими экономическими субъектами, то в кооперации индивидуальный интерес солидаризируется и превращается в коллективный, поднимается на уровень общественного. Общими усилиями (солидарно) члены кооператива стремятся достичь поставленных целей - не борются друг с другом на рынке, а выступают объединенными в единую покупательную силу как один покупатель. Для них такое положение гораздо более выгодно: продавцу противостоят как одно целое покупатели, которые могут выставить свои условия, и с их силой продавец должен считаться. Члены кооператива могут дешевле совершать большие покупки, и их покупки будут искать продавцы. Устраняя взаимную конкуренцию, члены-пайщики способствуют установлению более умеренных рыночных цен. Выгоды совместных покупок очевидны, но участники потребительского кооператива иногда вынуждены себя несколько ограничить, так как их спрос не может простираться безгранично и не считаться с желаниями и потребностями других членов-пайщиков.

Своеобразна экономическая роль капитала в потребительской кооперации. Кооперация,

¹ Ермаков В.Ф. Доклад на 124-м общем Собрании представителей потребительских обществ Российской Федерации «Стратегия потребительской кооперации – расширение социальной работы, борьба с бедностью, безработицей и бездуховностью на селе» // «Российская кооперация». 2003, 8 мая, с. 1.

стремясь укрепить экономические позиции собственных членов и занять место своих конкурентов, должна вооружаться как можно более крупными капиталами. Чтобы потеснить торговца - посредника в розничной торговле, кооператив должен иметь большие оборотные денежные капиталы, которые позволили бы ему покупать товары из первых рук или даже самому производить их. С другой стороны, капитал, находящийся в распоряжении кооперации, является вспомогательным, технико-хозяйственным фактором, не превращается в орудие социально-экономического господства. Даже если потребительский кооператив вырастает настолько, что будет иметь крупные запасы купленных товаров, торговые помещения, склады, денежные оборотные средства, все эти средства не будут служить целям извлечения прибыли из чужого труда. Если потребительский кооператив ведет собственное производство, то оно устраивается для наиболее целесообразного, экономного и качественного удовлетворения потребностей потребителей.

В отличие от предприятий, дающих преимущественные выгоды для инвесторов, учредителей, менеджеров или предпринимателей, ведущих данный бизнес, в кооперативах не существует зависимости между величиной вложения капитала и правами на собственность, управление и контроль. Капитал, который участвует в кооперации, свободен от целей, свойственных ему в частных предприятиях, компаниях, ориентированных на учредителей или инвесторов. Капиталы, которыми обладают кооперативы есть служебное орудие кооперативных предприятий, так как на первом плане здесь находится человек труда, и основное значение придается удовлетворению насущных потребностей людей. Члены-пайщики не стремятся получить максимальный доход от инвестиций или обеспечить себе спекулятивный выигрыш в ущерб другим. Единственное, что остается от капиталистической природы этого капитала - это необходимость уплаты вознаграждения за пользование чужим капиталом.

Уплата процентов является вознаграждением за пользование чужими средствами, и в кооперативе оно всегда будет фиксированной процентной ставкой, а не частью прибыли, как это принято в инвесторской компании. Получая чужие капиталы и расплачиваясь за их использование, кооперация должна эффективно использовать инвестируемые средства, что принесет ей явные выгоды, так как от приложения этих капиталов в своих предприятиях она получает доходы, и разница между этими доходами и уплачиваемыми процентами поступает в пользу кооперации. «Выгоды, которые получа-

ют члены потребительского кооператива, состоят в уменьшении потребительских расходов данных членов... Потребительское общество не дает своим членам нового дохода, но оно сокращает их расходы», - отмечал М.И. Туган-Барановский. Эти рассуждения отрицают происхождение дохода из труда сторонних третьих лиц. Но, как и где образуется торговая прибыль? Поскольку кооператив не претендует на доход в виде прибыли, то он получает чистый доход, который образуется после покрытия всех издержек обращения и производства. Этот доход подлежит распределению между работниками, которых нанял кооператив, выплачивая им заработную плату, и самим кооперативом, как хозяйственным предприятием. То, что получает наемный персонал, является заработной платой. То, что остается после ее выплаты у кооператива, не может быть названо прибылью - это кооперативный доход, который носит общественный характер и идет на укрепление материально-технической базы, увеличение средств оборота (капитала в технико-хозяйственном смысле слова), на покрытие организационных расходов и содержание органов управления, на осуществление общественных целей (культурных, просветительных, образовательных, благотворительных и т.п.). Потребительские кооперативы - организации, которые не получают прибыли от своей деятельности. Прибыль потребительской кооперации «ликвидируется» при распределении, и в результате получается бесприбыльная торговля. Метод распределения прибыли, как «успешно ликвидирующий прибыль» и позволяет кооператорам считать свои кооперативы бесприбыльными организациями.

Названные особенности способны дать потребительской кооперации возможность динамично развиваться и успешно конкурировать с другими хозяйствующими субъектами. При усилении поддержки позиций потребительской кооперации со стороны государства (программы социального развития, социальной защиты населения), развития и совершенствования кооперативных принципов возрождение кооперативной собственности в России, обновление и реформирование потребительской кооперации позволит создать полномасштабный кооперативный сектор экономики наряду с двумя другими агрегатами: государственным и частным, выстроить обозначенную выше национальную модель социально-экономического развития России, имеющую в основе трехсекторную смешанную экономику.

Н.Н. СОЛОВЬИХ, зав. кафедрой экономической теории, к.э.н., доцент

ФИЛОСОФИЯ КООПЕРАЦИИ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ И ПРОБЛЕМЫ

В каком смысле употребляется термин «философия» применительно к кооперации и кооперативному движению?

В принципе термин «философия» может использоваться и используется в двух значениях: во-первых, в точном, категориальном смысле этого слова, как учение, система определенных знаний о мире, форма научного мировоззрения и познания. Во-вторых, понятие «философия» применяется для обозначения субстанциональных, предельно широких и глубоких знаний о рассматриваемых явлениях. Говорят, например, «философская мысль», или «философское произведение», имея в виду отражение в них истины, изначального смысла, экзистенции, глубины понимания жизни. У известного французского художника Поля Гогена есть картина с названием: «Кто мы, откуда мы, и куда мы идем?». О ней с полным основанием можно сказать, что это философское полотно: начиная с древних Вед, философы разных времен, разных школ и направлений ищут ответ на этот сакраментальный вопрос.

Философия кооперации и кооперативного движения предполагает осмысливать эту форму хозяйственной жизни не только в экономических категориях и понятиях, а в широком историческом, социальном, материальном, духовном и нравственном контексте. Философия по своему характеру трансцендентальна, она уводит мысль за узкий горизонт, на те высоты, откуда более зримо видны смысл и предназначение человеческой деятельности. Как говорил поэт, «...лицом к лицу лица не увидать, большое видится на расстоянии». В центре философского понимания современной кооперации находятся несколько взаимосвязанных между собой методологических, социальных, духовно-нравственных и актуальных в целом для развития российского общества тем:

- методологические основы моделирования устойчивого развития
- кооперации в современных рыночных отношениях;
- социальные основы, социальный ресурс и социальная политика
- современной кооперации;
- роль кооперации в реализации национальной идеи общественного развития;

роль кооперации в реализации идей духовно-нравственного совершенствования общества.

Методологические основы моделирования устойчивого развития кооперации.

Философское обоснование методологических принципов (основ) моделирования устойчивого развития кооперации предполагает решение следующих взаимосвязанных вопросов:

- что с философской точки зрения представляют собой сами *методологические основы* моделирования устойчивого развития кооперации, откуда они возникают и какую роль играют в процессе построения модели?

- какие модели могут быть построены для исследования кооперативной формы хозяйства?

- что такое *устойчивое* развитие экономической структуры, и какой тип модели способен выразить эту устойчивость в функционировании кооперации?

- в какой степени изоморфна (сходна) действительности может быть выбранная модель и насколько технологично и эффективно ее использование на практике?

Методология моделирования, как и методология в целом, рассматривает и обосновывает *методы*, на основе которых познаются на моделях интересующие нас процессы. В методологических принципах выражается мировоззренческая и теоретическая позиция исследователя, на них основана разработка исследовательской программы. Сами по себе методы не выдумываются, не привносятся в процесс познания извне: они вытекают из самой природы и сущности изучаемого явления. После того как мы осмыслили принципы и законы и сознательно положили их в основу познания и практики, они становятся и методами нашей деятельности. Это в полной мере касается и интересующей нас проблемы.

Поскольку моделирование устойчивого развития кооперации имеет дело с двумя качественно разнородными явлениями – социально-экономической реальностью и ее виртуальным отражением в искусственно созданном образе (модели), то методологические основы процесса моделирования включают в себя две группы методов:

- фундаментальные (мировоззренческие) методы, вытекающие из системы взгля-

дов на природу кооперации и особенностей ее функционирования в конкретной социальной среде и

- виртуальные (гносеологические) методы, связанные с теорией моделирования как способа познания действительности.

Первая группа методов - фундаментальные мировоззренческие методы.

Фундаментальные мировоззренческие методы моделирования устойчивого развития кооперации вытекают из двух источников: *субстанционального*, связанного с пониманием природы и принципов функционирования данной формы хозяйственной деятельности людей, и *релятивного* — изменяющейся социально-рыночной среды. По своей природе кооперация носит двойственный характер; она — не чисто экономическая субстанция, она — *социально-экономическая* организация. Такова ее идея, сущность и уникальность, так она задумывалась основателями кооперации. Кооперация принадлежит как бы двум мирам — *экономическому и социальному*. У нее два крыла, которые могут придавать ей стабильность и предупреждать от «срыва в штопор» — экономическое и социальное. На дуалистический характер природы кооперации указывали многие ее теоретики, начиная от Оуэна и Фурье. Профессор Туган-Барановский писал: «Если тело кооператива создано капитализмом, то душа кооператива вдохнута социалистическим идеалом»¹. В этой связи можно заметить, что в современном мире нет ни одной формы рыночного хозяйства, так тесно связанной с философией и идеологией, как кооперация. Изначально идея кооперации была идеей *практической* философии, направленной на претворение в жизнь гуманистических идеалов и целей общественного развития.

Двойственная, *социально-экономическая* природа кооперации является ее глубоким, основным внутренним противоречием, накладывающим отпечаток на ее хозяйственную деятельность, социальную сущность, возможность устойчивого и стабильного развития. Именно из социально-экономической природы кооперации вытекают («как жар из огня» — Г. Флобер) методологические основы или принципы моделирования ее стабильного функционирования, рис. 1:

- принцип адекватности кооперативной

деятельности природе и базовым ценностям кооперации;

- принцип адаптации кооперации к меняющейся среде рыночной экономики;

- принцип нового мышления и нового действия;

- принцип использования преимуществ кооперации.

1. Принцип адекватности, принцип соответствия кооперативной деятельности социально-экономической природе и основам кооперации.

Любая система погибает, если она перестает функционировать на собственных принципах, изменяет своей сути, механически заимствует чуждые ее природе элементы. То же самое можно сказать и о кооперации. Сохранение и развитие кооперации возможны только как процесс реализации, заложенных в ней собственных возможностей, и, напротив, ее будущее бесперспективно на пути измены базовым кооперативным принципам, ценностям и идеалам. Опасность последнего варианта действия для некоторых кооперативных хозяйств, как показала Российская научно-практическая конференция потребительской кооперации (2002 г.), вполне реальна. Наряду с положительными оптимистическими результатами в потребкооперации, отмечено стремление некоторых руководителей «сдать в аренду кооперативную собственность, распродать, не забыв при этом о себе»¹

2. *Принцип адаптации кооперации к различным условиям экономической деятельности.* Одна из особенностей кооперации состоит в том, что ни форма собственности, ни идеалы кооперации ни в одной социальной системе не являются господствующими, поэтому ей всегда приходится действовать в режиме выживания, искать свою нишу среди доминирующих форм собственности и ее экономических структур. XXI век — это поиск консенсуса с экономическими структурами. Кооперативы — это экономические острова, а не материки и континенты в бушующей рыночной стихии. Поиск своей адекватности мощной всеобъемлющей конкуренции со стороны господствующей экономики и все сильного государства, поиск хозяйственных новаций — это способ существования кооперации со времен ее возникновения до наших дней.

Понятие «адаптация», возникшее в биологии и медицине, широко применяют обще-

¹ I. E. Obaai-Aadafianee. Nioeaeufuâ inifau emâdaoee. N.67.

¹ A. Adî aêîa. O-eduuy iuneeðu. «Dî nneênêay eîfâdaoey», 14 nâf-
duady 2002 a



Рис.1. Методологические источники и принципы обоснования модели устойчивого развития кооперации.

ственные, технические и экономические дисциплины. В социологии и психологии это понятие используется для характеристики взаимоотношений между личностью и социальной средой («социальная адаптация»). В технике и кибернетике создаются «адаптивные системы», способные самонастраиваться под воздействием внешних и внутренних факторов. В философии применительно к кооперации понятие адаптации отражает основные тенденции в развитии кооперации, обеспечивающие ее устойчивое функционирование при определенном взаимодействии внутренних и внешних условий существования.

В обоснования модели устойчивого развития кооперации важное значение имеет исследование *механизма* ее адаптации к различным условиям экономической деятельности. Он заключен, во-первых, в различных формах кооперации, по-разному реагирующих на рыночную ситуацию. Вопрос о формах коопера-

тивных хозяйств возникал всякий раз, когда менялась экономическая и социально-политическая среда, в которой они существуют. Так было в Англии, когда ее кооперативное движение разделилось в острых полемических дискуссиях на индивидуалистов, сторонников производительных кооперативов, и федералистов, считающих наиболее приемлемой формой кооперации потребительское общество. Было так и в послереволюционной России в период коллективизации и индустриализации. По-новому эта проблема поставлена и в постсоциалистическом экономическом пространстве. Если говорить о смысле современного реформирования кооперации, то он заключается в поисках адекватных современной рыночной ситуации форм, способов и методов развития и функционирования кооперации.

Во-вторых, «защитный механизм» кооперации состоит в том, что она (как показывает ее история и практика) способна, не изменяя

своим принципам, ассимилировать рациональные структуры и элементы других форм рыночного хозяйства. Как пишет М. И. Туган-Барановский, самыми стойкими из потребительских кооперативов являются те, которые в целях повышения благосостояния своих членов создают производственные предприятия, использующие наемных рабочих. Эти рабочие, не являющиеся членами кооператива, создают прибавочную стоимость, присваиваемую членами кооператива.

В-третьих, выживанию и надежности кооперативов может способствовать самостоятельность и творчество кооператоров, постоянный поиск новых решений, вариантов повышения прибыльности и эффективности хозяйства, их национальная и международная солидарность, обмен опытом и взаимная поддержка.

3. Принцип нового мышления и нового действия.

Модель стабильного развития кооперации должна включать в себя и интеллектуально-духовную составляющую — способность кооператоров и, прежде всего, руководителей *мыслить и действовать по-новому, быть лидером XXI века.*

Мыслить и действовать по-новому — это значит правильно определить основное звено в кооперативной деятельности. Сегодня таким звеном в потребительской кооперации является сельский магазин — «форпост потребительской кооперации в деревне» (В. Ермаков). В нем как в первичной ячейке кооперации должны воплощаться все ее экономические, социальные и нравственные функции. «Сельский магазин сегодня — не только торговая точка, но и приемозаготовительный пункт, центр кооперативного участка и, кроме того, — центр досуга, изба-читальня, стол заказов, бюро добрых услуг и т.д.»¹. Сегодня это — и центр социально-духовного взаимодействия.

Мыслить и действовать по-новому — это значит мыслить социально-нравственными категориями и действовать в интересах людей. Социальная защита людей, борьба с бедностью, бездуховностью, безработицей — эта идея лежит в основе кооперации с момента ее зарождения. В настоящее время она воплощается в стремлении потребкооперации предоставить жителям села возможности для общения, духовного развития, досуга. У многих кооперативных обществ работают коллективы худо-

жественной самодеятельности, спортивные секции, детские кафе, молодежные центры досуга. В кооперативных магазинах организовано около 15 тысяч бесплатных чайных столов, открыто 7,5 тысяч народных библиотек.²

Мыслить и действовать по-новому — это значит постоянно учиться мыслить и действовать *инициативно*. В конкретной экономической деятельности новое воплощается в новой идеи и в инициативе, способности к самостоятельным решениям и действиям, выходящим за рамки привычных условий и обстоятельств. Инициатива — это прорыв к новому, выбор нетрадиционных средств и целей. Поэтому она обременена неоднозначным исходом, результатом, может быть разумной и неразумной. Критерий полезности инициативы — ее соответствие достигнутым положительным результатам.

4. Принцип использования преимуществ кооперативной формы хозяйства.

Поскольку кооперация по своей природе является социально-экономическим институтом, ей присущи и свои специфические проблемы, и сильные стороны, сосредоточенные в ее социальном и духовно-нравственном ресурсе. Как показывает современный опыт, будущее за теми структурами рыночной экономики, которые способны эффективно и рационально решать не только хозяйственные, но и социальные, нравственные проблемы. Будущее — за *социально ориентированной* экономикой.

Сегодня в отечественной и зарубежной литературе все чаще встречается термин «теория человеческого капитала». Убедительную роль этой теории на практике доказала послевоенная Германия. Даже в условиях разрушенной до основания экономики, при сильной социальной политике, сохранении кадров и образования страна оказалась способной не только быстро встать на ноги, но и стать одним из лидеров послевоенной европейской цивилизации. Поэтому теория человеческого капитала применительно к кооперации должна присутствовать в ее модели устойчивого развития. Тем более, что кооперация родом из социального мира. Она разговаривает и мыслит социальными категориями — гуманизма, взаимопомощи, солидарности, демократизма.

Таким образом, модель устойчивого развития и функционирования кооперации может быть построена на принципах адекватности кооперативной деятельности природе и базовым

¹ «Российская кооперация» 14 сентября 2002 г.

² Там же.

ценностям кооперации, адаптации кооперации к меняющейся среде рыночной экономики, нового мышления и нового действия и использования преимуществ кооперации, сосредоточенных в ее социальном и духовном ресурсе.

Вторая группа методов – виртуальные (гносеологические) методы.

Виртуальные методы построения модели устойчивого развития кооперации вытекают из теории моделирования и непосредственно связаны с выбором той или иной модели отражения реальности. В принципе, могут быть два основных вида моделей, с помощью которых исследуется объект – предметная (натурная) и теоретическая. В простейшем случае предметного моделирования создается макет объекта, в наглядной форме (обычно уменьшенном размере) передающий пространственные свойства объекта, его внешний вид, соотношения и взаимосвязь частей. Теоретическая модель может быть построена с помощью различных средств коммуникации – языка, графики, различных символов, математических знаков и т.д. Простейшей теоретической моделью является блок-схема какого-либо процесса, наиболее современным способом построения моделей, отражающих сложные объекты, является компьютерное моделирование. Впервые компьютерное моделирование сложных социально-экономических процессов глобального характера использовалось при создании моделей «Мир 2» и «Мир 3» в процессе подготовки первого и второго докладов Римского клуба.

Очевидно, компьютерная модель может быть наиболее эффективной в познании проблемы устойчивого развития современной экономики. Однако здесь возникают ряд непростых и вместе с тем существенных методологических вопросов, которые придется решать при построении модели сложного социально-экономического объекта, в котором действуют люди, существуют цели, ценности, присутствует духовный фактор. Прежде всего, это вопрос о *научном статусе* компьютерного моделирования. Насколько технические средства способны создать адекватный образ устойчивого развития современной кооперации, какая степень изоморфности (подобия) компьютерной модели изучаемому объекту. Не создаются ли с помощью новейших информационных технологий, по словам японского исследователя Д. Икеды, «компьютерные утопии». Компьютерное моделирование, машинные про-

граммы, метод математического анализа должны не только не вводить в заблуждение, но и исключать возможность субъективных ошибок исследователя. Необходимо знать, какие гносеологические и функциональные ограничения существуют для данной модели

Второй вопрос: какие исходные посыпки могут и должны лежать в основе выбранного способа построения модели, каким образом создать матрицы, адекватные реальности и в тоже время приемлемые для компьютерных программ? Ответ на этот вопрос связан с необходимостью осмысления объекта моделирования. В нашем случае он включает два модуля – *устойчивость* и *развитие*, которые мы рассмотрим ниже. Объектом моделирования могут быть как отдельные тенденции в развитии кооперации, так и системная картина ее устойчивого функционирования. Главное условие эффективной модели – достаточное количество используемых в ней исходных данных, переменных и структурных отношений. В гносеологическом аспекте недостаточность данных для создания модели позволяет выдвигать только гипотезы о функционировании некоторых структурных элементов кооперации, но не объективные законы ее устойчивого развития.

Здесь возникает самая сложная ситуация в процессе моделирования социально-экономических объектов, к которым относится и кооперация. В подобных моделях должны присутствовать такие важнейшие структурные элементы, как человеческие ценности и цели, социальные детерминанты, морально-этические императивы. Игнорирование мировоззренческих проблем и ценностных факторов в компьютерном моделировании ведет к созданию *позитивистской* модели, из которой выпадает человек – главный субъект кооперативной деятельности.

С подобной проблемой впервые встретились участники Римского клуба авторы глобальных моделей развития человечества «Мир 2» и «Мир 3». Эти модели показали неспособность не только адекватно отразить качественные социальные, духовные и нравственные параметры, но даже редуцировать их к количественному измерению. Авторы первого доклада Римскому клубу «Пределы роста» попытались объяснить эту ситуацию как «беспристрастность» исследования и важное достоинство компьютерного моделирования, в связи с чем возникла острая полемика между учеными Сассекского университета и Массачусетского технологического ин-

ститута, в которую втянулись видные специалисты в области моделирования из других стран.

Похожая ситуация возникла в западной социологии конца 60 – начала 70-х годов. Долгое время эта социология ориентировалась на методологические установки позитивизма, исходя из которых исследователь должен быть беспристрастным ученым, исключаяющим ценностное отношение к действительности, мировоззренческие и духовные компоненты. Примером такого подхода служила структурно-функциональная теория Т. Парсонса, исследующее общество как социальную систему, образуемую взаимодействующими институтами и структурными компонентами без духовно-ценностной, мировоззренческой сферы. В начале 70-х годов (то есть в то время, когда Римский клуб искал приемлемый инструментарий для исследования глобальных проблем) в западной социологии возникло так называемое критическое направление, представители которого негативно отнеслись к позитивистской социологии и структурно-функциональной теории Т. Парсонса.

Эволюция следующего исследовательского проекта Римского клуба может быть поучительной для создания моделей, учитывающих человеческий фактор, в том числе и для формирования модели устойчивого развития современной кооперации. Во-первых, была заменена теоретическая основа построения новой модели. Если прежние модели «Мир 2» и «Мир 3» основывались на теории *системной динамики*, то для новой модели использовалась теория *многоуровневых систем*. В ней объект моделирования представлен не в виде гомогенной системы, а как сложный объект, состоящий из различных, но взаимосвязанных структур. Компьютеризация такой модели может осуществляться путем математического описания различных процессов, структурированных в иерархическом порядке по выделенным уровням («стратам»). В моделировании устойчивого развития современной кооперации могут быть выделены те страты в экономической, социальной, управленческой, духовно-нравственной сфере, которые придают стабильность и устойчивость ее функционирования.

Во-вторых, (и это самое главное для моделирования устойчивого развития кооперации) в новой парадигме моделирования применяется метод так называемого *сценарного анализа*, с помощью которого могут отражаться и исследоваться социально-нравственные

качества объекта. (Впервые этот метод был использован Г. Каном в прогностических исследованиях будущего, затем уже авторами докладов Римскому клубу). Отличительная особенность метода сценарного анализа состоит в моделировании того, что не поддается строго математическому сценарию. Это достигается с помощью принципа управления, основанного на *диалоге* между исследователем и ЭВМ. Предметом диалога являются задаваемые сценарии. Например, несколько сценариев для выявления приемлемых мер по разрешению той или иной проблемы кооперативного хозяйства. Возникает проблема разработки «задаваемых сценариев», учитывающих социально-духовные переменные данные.

Модель, основанная на методе сценарного анализа, не может быть завершенной, окостенелой законченной. Это – всегда и изменяющаяся реальность, и проект, обращенный в будущее. В этой модели должны постоянно прорабатываться новые сценарии, вводятся новые переменные, в том числе и социально-духовного характера. Модель является постоянно действующей. Очевидно, что с этой моделью должна постоянно работать специально созданная информационно-аналитическая структура. Преимущество данной модели не только в ее новых возможностях и оперативности, но и в том, что традиционная компьютерная модель – это модель предсказания и прогнозирования. Методология сценарного анализа более реалистична, чем предсказание и прогноз.

И последнее: невозможно даже в общих чертах описать модель, не создавая ее реально. Именно в процессе моделирования и возникают новые идеи, подходы в решении исследовательских задач. Здесь уместны слова Наполеона: «сначала надо ввязаться в бой».

Построение модели устойчивого развития кооперации, основанной на сценарном методе, предполагает осмысление понятия «устойчивое развитие», поскольку реальность, отраженная в этом понятии, и представляет собой объект моделирования.

Что можно понимать под *устойчивым развитием* кооперации?

В философии категория «развитие» является одним из самых распространенных и достаточно изученных понятий. Она характеризует качественное изменение процесса в прогрессивном или регрессивном направлении. Нередко в одном и том же процессе развития

наблюдаются совмещение этих двух векторов качественного изменения, например, при научно-технической революции вместе с бурным развитием ноосферы подрываются основы существования биосферы. Для моделирования кооперации важно, прежде всего, определить, что будет объектом моделирования — *развитие*, т.е. приобретение каких-то новых качеств кооперативного хозяйства, которые необходимо будет закладывать в проект модели, или *функционирование*, т.е. деятельность кооперации при сохранении существующих качественных параметров.

В данном случае речь идет об *устойчивом развитии* кооперации. Здесь в процессе моделирования будут сочетаться два ключевых понятия — *устойчивость* и *развитие*. Следует заметить, что в философской литературе отсутствуют понятия «устойчивое развитие» и «концепция устойчивого развития», в частности, их нет в новом четырехтомном издании «Философской энциклопедии», в отличие, например, от «Политической энциклопедии». Вместе с тем, в последнее десятилетие в научной литературе, публицистике и многих официальных документах используется наименование «концепция устойчивого развития» для характеристики созданной в последние десятилетия новой теории развития системы «природа-общество».

Устойчивость может рассматриваться в различных аспектах и значениях как статика в механике, стабильный курс валюты в финансовых операциях, как неизменное движение к цели, как динамическое равновесие в период экономического роста и т.д. В Толковом словаре В. Даля слово «устойчивость» рассматривается как производное от слова устоять («против кого, чего, стоять твердо, выстоять, успешно противиться силе, выдержать, не уступить»).

Таким образом, смысл понятия «устойчивость» зависит от свойств, характеристик того объекта, к которому оно относится. Устойчивость денежного курса — это одно, а устойчивость плотины против воздействия природной стихии — другое. При характеристике *развития* сложных многоструктурных социально-экономических систем, таких, какой является кооперация, под устойчивостью может пониматься следующее:

во-первых, *динамическое равновесие* образующих структур (гармоническое развитие хозяйственного, социального и духовного сектора). В данном случае кооперация рассматри-

вается как определенная социально-экономическая структура, исследуемая методом структурного анализа;

во-вторых, стабильное состояние социально-экономической системы кооперации, которая *самостоятельно, автономно*, в силу заложенных в ней принципов и внутренних механизмов *саморегуляции*, способна преодолевать и внешние неблагоприятные факторы, и внутренние дисфункциональные расстройства. В этом случае кооперация изучается как *система* методом системного анализа. Механизм саморегуляции, естественно, включает в себя и процесс управления этой системой. Таким образом, об устойчивом развитии речь идет как о *самоподдерживающемся* развитии.

На основе сказанного можно сформулировать следующее понятие устойчивого развития современной кооперации: это такой тип развития сложной многоструктурной экономической и социальной кооперативной системы, который предполагает ее поддержание в состоянии динамического равновесия и ее целенаправленное изменение (на основе применения достижений науки, образования, современных экономических знаний, эффективно-го управления, новых технологий лидерства, использовании человеческого фактора) в направлении, обеспечивающим более устойчивое ее состояние и, одновременно, более успешное функционирование в интересах пайщиков и общества в целом.

Для того чтобы определить те объекты, которые необходимо моделировать, и способы, позволяющее результативно это делать, необходимо выяснить теоретические предпосылки концепции устойчивого развития современной кооперации. В частности, для этого следует осмыслить одну из важнейших составляющих современной кооперации — ее социальный ресурс.

Социальные основы и социальный ресурс кооперации.

Название этого раздела представляет собой новую для общества тему, которую еще предстоит всесторонне изучить на основе конкретно социологических исследований и осмыслении современной практики кооперативного хозяйства. Кафедра философии, социологии, политологии и истории Московского университета потребительской кооперации рассматривает ее как одну из важнейших в разработке госбюджетных тем. Предварительно по этой теме можно говорить лишь априорно-теоретически, с точки зрения

выяснения основных дефиниций и структур социальных аспектов кооперации, а также направлений их исследования.

Основные дефиниции, характеризующие социальную сферу кооперации.

Основные идеи любой теории, ее смысловые единицы выражаются в *понятиях*, поэтому их определение имеет не чисто терминологическое, а существенное познавательное значение. Теория – это самый высокий уровень понимания проблемы. *Понятие* и *понимать* – слова, имеющие один смысловой корень. Понимать что-то, говорил Гегель, значит, иметь об этом понятия. К основным понятиям социальной составляющей кооперации относятся «социальное», «социальные основы», «социальный ресурс», «социальное развитие и модернизация», «социальная политика».

Что означает понятие «социальное» по отношению к кооперации? В современном мире все основные сферы человеческой деятельности – экономика, политика, экология, духовная жизнь – переводятся в систему *социальных* координат, где они получают новое измерение, обретают более субстанциональные характеристики с точки зрения их соответствия объективным материальным и духовным потребностям человека, современном представлении о гуманизме и социальной справедливости. Например, широко используются понятия «социально ориентированная экономика», «социальная политика», «социальная экология», социальные аспекты информационных технологий, образования и т.д. В этом можно видеть отражение нового вектора в развитии общественных систем, новый путь

человечества к пониманию гуманизации всех сторон общественной жизни. В то же время и само понятие «социальное» в контексте с актуальными проблемами человеческого существования приобретает более определенный, предметный смысл, используется не только как синоним общественных отношений, но и как конкретная характеристика их субъектов.

Впервые термин «социальное» в сочетании с материальным производством появился в послевоенной Европе. В частности, в теории «социальной рыночной экономики» немецкого профессора, директора института экономической политики А. Мюллера-Армака, цель которой он видел в том, чтобы «соединить принцип свободы рынка с социальной сбалансированностью». Позже идея социально ориентированной экономики становится общим местом в политических программах западной социал-демократии и реальной целью общественного развития в некоторых странах, прежде всего в Швеции.

Широкое использование «социальной» терминологии в различных видах человеческой деятельности, естественно, не означает, что эта деятельность стала социально ориентированной. Существуют две формы бытия «социального» – *вербальная*, «на словах», в научных изысканиях, популярной литературе и особенно в политическом лексиконе, и *реальная* – в жизни, на деле. Реальное существование социально ориентированной хозяйственной деятельности обусловлено *характером труда и его общественным статусом*.

Труд в рыночной экономике содержит в себе глубокое противоречие (рис.2), преодолеть которое пытались и безумно смелые ре-



Рис. 2. Противоречивый характер труда в рыночной экономике

волюционеры, и осторожные реформаторы. С одной стороны, он — *товар* и вместе с другим товаром присутствует на рынке, что и является причиной *отчужденности* труда и его результатов от человека — «проклятия», которое сопутствует самой необходимой социальной потребности человека. Однако это — объективно-историческая закономерность функционирования рыночной экономики, она возникла вместе с ней, будет ее постоянным спутником.

С другой стороны, труд — это проявление социальной *сущности* человека, его творческая, созидательная жизнь, ее экзистенциальный смысл, ценности, идеалы, способ самутверждения в мире, определяющее условие человеческого существования. И в этом качестве он не может быть подчинен полностью механизмам рынка, стать предметом «купли-продажи». Именно эта сущностно-человеческая, а не рыночная, «товарная» сторона труда, и определяет социально-гуманистическую ценность и направленность экономической деятельности людей. *Чем полнее труд раскрывается как способ проявления человеческой сущности, тем значительнее его социально-нравственные параметры.* Конкретное выражение в труде человеческой сущности обнаруживается в его целях, организации, средствах, способах присвоения результатов труда.

Процесс преодоления двойственного характера труда, «товарно-социального» дуализма и есть в своей сущности *социализация* хозяйственной деятельности людей, насыщение ее гуманистическим содержанием. Решение

этой проблемы, разумеется, не означает упразднение рыночной стоимости труда, как это предлагает марксизм. Труд должен иметь материальную ценность, быть на рынке и пользоваться спросом, иначе он вряд ли кому будет нужен. Речь идет о преодолении товарного фетишизма труда, чисто потребительского отношения к нему, о его социальной оценке, сочетании и гармонизации в нем рассмотренных нами противоречивых сторон в социально ориентированной хозяйственной деятельности. В различных моделях рыночной экономики существуют свои принципы и способы решения этой проблемы.

В мировой хозяйственной деятельности существуют три основные модели рыночной экономики и соответствующие им способы решения социальных проблем: либерально-рыночная экономика, регулируемая рыночная экономика и кооперация, рис. 3.

Либерально-рыночная экономика. В ней *свободная конкуренция* является движущей силой экономического развития, она же, по мнению ее сторонников, в наибольшей степени выражает личную свободу человека, его творческие способности и возможности социального благополучия людей. Однако катастрофические последствия мирового экономического кризиса 1929-1932 гг., массовая безработица и обнищание широких слоев населения показали, что свободная, ничем не ограниченная конкуренция содержит в себе и деструктивные силы, вызывающие социальную напряженность в обществе. Кроме того, она обладает тенден-

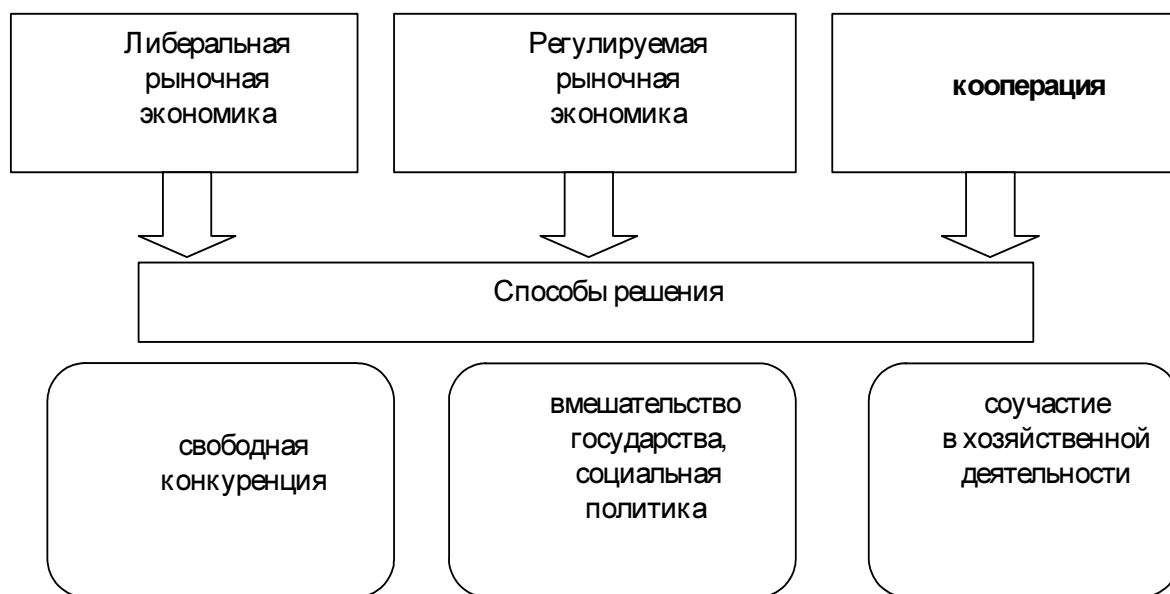


Рис.3. Способ решения социальных проблем в различных моделях рыночной экономики

цией к саморазрушению: конкурентная борьба ведет к монополизации экономических структур, что в свою очередь искажает и девальвирует рыночные отношения. Классическая теория, согласно которой свободная конкуренция, уровень цен заработной платы и налогов будут автоматически решать социальные проблемы и обеспечат полную занятость населения, оказалась под сомнением. В значительной части западных стран это стало причиной трансформации «свободного» капитализма в «организованный», с элементами государственного управления.

Регулируемая рыночная экономика. Идея управляемой рыночной экономики, одним из основателей которой был английский экономист, государственный деятель Джон Кейнс («кейнсианство»), заключается в том, чтобы минимизировать негативные стороны свободного рынка с помощью социальной политики государства. В классической форме эта идея воплотилась в шведской модели демократической рыночной экономики. Здесь основными инструментами социальной ориентации экономики выступают внеэкономические факторы – уравнивательная политика в области заработной платы (воздействие на рыночные механизмы при распределении общественного продукта) и фискальная политика государства (дифференцированные и умеренные налоги). По мнению главных теоретиков шведской модели Рудольфа Мейднера и Анны Хедборг, сильная социальная политика государства, его активное участие в экономической жизни общества – определяющий фактор в приближении к идеалу социального равенства.

Таким образом, *и* в либерально-рыночной экономике, *и* в организованной рыночной экономике нет *собственных* эффективных средств для их социальной ориентации. Эти средства приходится привлекать со стороны, использовать вмешательство государства в экономическую сферу общества. Однако и вмешательство государства в экономику имеет существенные негативы: протекционизм, коррупцию, сращивание капитала с государством и т. д.

Вместе с тем, многовековой производственный опыт людей позволил им найти форму хозяйствования, содержащую *внутренний* механизм социальной ориентации, дающий возможность сочетать собственные интересы с интересами других, преодолевать отчужденность труда, и противостоять жестким реалиям современного общества. Это – кооперация.

Понятие и структура социального ресурса кооперации.

Понятие «социальный ресурс» более емкое, содержательное и инструментальное, чем понятие «социальные основы» кооперации. Социальные основы (о них много сказано, они есть в каждом определении кооперации) – это принципы, на которых базируется кооперативная деятельность. Принципы, которые на протяжении столетий формировались в кооперативном движении, персонифицируют, олицетворяют накопленные человечеством высшие нравственные, духовные, религиозные ценности, рис. 4. Это – *гуманизм* как глубинный, экзистенциальный смысл кооперативной деятельности, направленный на благо человека. Это – *солидарность* как социальное согласие, нравственная, духовная и хозяйственная сплоченность людей, объединенных общей целью, реально проявляющейся во взаимопомощи и взаимовыручке. Это – *равенство* как принцип, утверждающий равные права и возможности членов кооперации. Это – *демократия* как механизм саморегулирования кооперативной жизни, поддерживающий ее стабильность, обеспечивающий активное участие в ней всех пайщиков.

Социальный ресурс кооперативного движения – это актуализация его социальных принципов (основ). Он включает в себя и социальные основы, и реальные возможности для их осуществления в социальной политике кооперативного движения. За социальным ресурсом больше нет теоретического понятия, его следующее звено – практическая деятельность кооператоров (социальная политика).

Когда мы говорим о социальном ресурсе кооперации, то имеем в виду ее определенный, конкретный вид. В принципе, любая развитая экономика основана на кооперации, сотрудничестве. Еще К. Маркс отмечал, что кооперация, сотрудничество – важнейшее условие современного индустриального хозяйства. Кооперация может принимать различные формы, превращать взаимную зависимость в конфронтацию, когда одна сторона диктует другой «правила игры», условия партнерства. Кооперация, принимающая форму конфронтации, характерна и для либеральной, и для регулируемой рыночной экономики.

Другая форма кооперации основана на *соучастии*, где партнеры, экономические субъекты *вместе* определяют условия взаимодействия. Такая форма представляет собой развитую форму кооперации и адекватное вы-

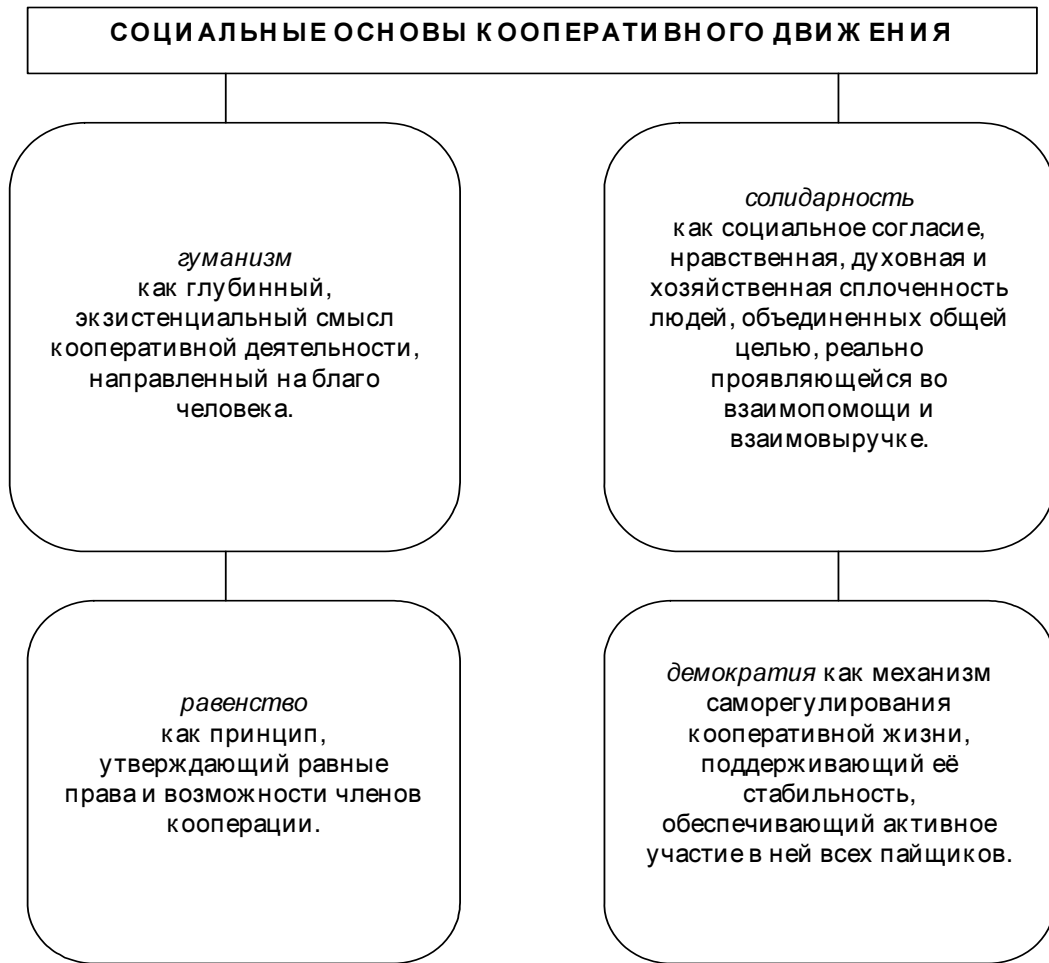


Рис.4. Социальные основы кооперативного движения

ражение ее сущности в хозяйственной деятельности. *Соучастие* как основная идея кооперации и является тем *внутренним* механизмом социальной ориентации хозяйства, который отсутствует в либеральной и регулируемой моделях рыночной экономики.

Если объединить все мысли, содержащиеся в определении сути современного кооператива в документах Всемирного кооперативного конгресса (Манчестер, 1995 г.), одним словом, то это будет *соучастие*: соучастие во владении собственностью, соучастие в удовлетворении общих потребностей, соучастие в управлении хозяйством. *Соучастие* субъектов кооперативного хозяйства в экономической деятельности определяет ее форму собственности, цели, организацию, средства и содержащиеся в них значительные возможности для удовлетворения потребностей кооператоров и защиты их интересов. Все это в совокупности и составляет *социальный ресурс* кооперативного хозяйства.

Социальный ресурс – это потенциальные возможности кооперативного движения в по-

вышении благосостояния его участников, создании достойных условий их жизни, труда, духовного развития и отдыха, совершенствовании принципов справедливости и ответственности в хозяйственных отношениях, формировании морально психологической атмосферы, способствующей успешной работе и достижению гуманных целей. Социальный ресурс кооперативного движения – это не абстрактное, а духовно-практическое понятие, проявляющееся реально в повседневной материальной и духовной деятельности кооператоров как в ее планировании, так и на практике.

В структуре социального ресурса кооперативного движения можно выделить следующие составляющие, рис.5:

- материальный (фундаментальный, определяющий) ресурс – форма собственности;
- телеологический (целевой) ресурс – гуманистические цели кооперации;
- организационный ресурс (в том числе и управленческий) – средства и способы достижения целей;

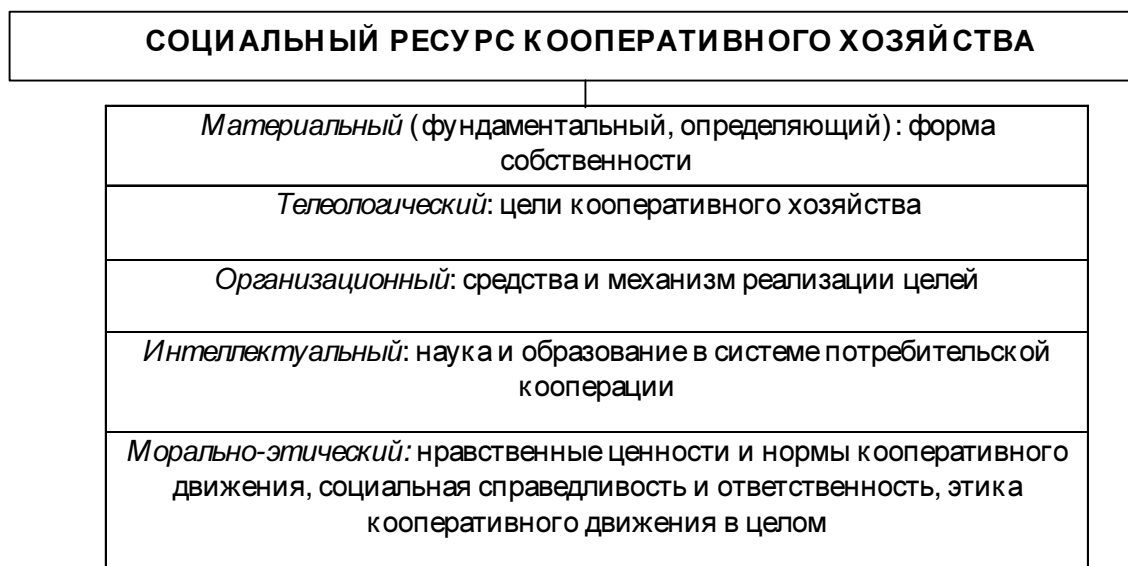


Рис.5. Социальный ресурс кооперативного хозяйства.

- интеллектуальный ресурс – наука и образование в системе кооперации;
- морально-этический ресурс – нравственные ценности и нормы кооперативного движения, социальная справедливость и ответственность, этика кооперативного движения в целом.

1. Форма кооперативной собственности.

Форма собственности является материальной основой социального ресурса, поскольку она и формирует этот ресурс, и придает социальный смысл и социальную направленность кооперативному хозяйству. Все социальные основы и аспекты кооперации, в конечном счете, вытекают из ее формы собственности. Есть два способа существования любой формы собственности – реальный и юридический. Это важно иметь в виду, поскольку подлинная форма собственности может быть юридически не закреплена (но это не значит, что она не существует) или может быть неадекватно выражена в юридических документах. Кооперация, основанная на соучастии, рождает *новую реальную форму собственности*, которая не является ни частной, ни государственной, а представляет собой неотчуждаемое имущество предприятия, владение которым осуществляется на началах равноправного участия. Тем самым раскрываются возможности для *творческого, свободного труда*, обеспечивается *стимулирующая функция собственности* по отношению к отдельным экономическим субъектам – функция, составляющая наиболее суще-

ственный элемент рыночной экономики. Кооперативный характер собственности содержит реальные возможности в преодолении отчуждения труда от его носителя, субъекта, пайщика. Изучение влияния формы собственности на формирование и функционирование социального ресурса кооперации является важнейшим направлением в исследовании госбюджетной кафедральной темы.

2. Цели кооперативного хозяйства.

Соучастие пайщиков в хозяйственной деятельности, кооперативная форма собственности в свою очередь определяют *гуманистический характер целей* кооперативного движения. Цель формирует направление хозяйственной деятельности, ее социальную, индифферентно социальную, или антигуманную ориентацию. Поэтому цель имеет культовое значение для решения не только хозяйственных, но и социальных проблем экономики. Именно в телеологическом, целевом аспекте рыночной экономики и зреют гроздь конфликта между трудом и капиталом, формируется среда отчуждения экономики от социально-нравственных проблем человека или, напротив, концентрируется и осмысливается социальный ресурс хозяйственной деятельности.

Об этом писал еще Адам Смит. Главная цель рыночной экономики, с точки зрения основателя ее классической теории, являются прибыль, эффективность, рациональность, а не социально-нравственные мотивы. По его мнению, рыночное хозяйство не только не имеет отношения к морали, социально-гуманистичес-

ким проблемам; но и должно быть основано на «эгоистических мотивах, на стремлении только к собственной выгоде». Так считают и «физиократы», его последователи в школе «экономизма»: экономика представляет собой «непроницаемую», замкнутую на себя систему, «вещь в себе», развивающуюся по своим собственным законам, не связанным с гуманистическим, социальными, этическими вопросами.

Тем не менее, кооперация, также функционирующая по законам рынка, содержит в себе возможность для преодоления противоречия между «рациональным» и «социальным» в материальной деятельности людей. Цель хозяйственной деятельности кооперации нельзя установить в отрыве от человека. Кооперация — общественный хозяйственный институт, созданный человеком для человека, в условиях жесткой, нередко воинствующе антигуманной конкуренции. В этом истина и социальный смысл кооперации. Она социальна изначально, по своей природе, определению и назначению. Кооперативное движение возникло как защитная реакция на отмеченное еще школой экономизма острое противоречие между рыночной экономикой и социальными проблемами, порождаемыми ею. Доминирующий вектор кооперативной деятельности — повышение жизненных возможностей человека, его благосостояния и уверенности в непростом мире современного человеческого бытия. В целом так можно было бы сказать обо всей экономике, если бы реальная жизнь не свидетельствовала о другом, о культе эгоизма, насилия, острых материальных и духовных проблемах. Кооператив в человеческом измерении представляется оправданно рациональной, эффективной и в тоже время социально-гуманной формой сочетания общего и личного интересов в хозяйственной деятельности.

Исследование социальных целей современной кооперации является другим важным направлением в изучении ее социальных возможностей.

3. Значительный социальный ресурс кооперативного хозяйства содержится в его *средствах*, в организации и способах хозяйственной деятельности. Цель определяет средства — этот общесоциологический закон действует и в материальной сфере. Гуманным, социальным целям хозяйственной деятельности должны соответствовать средства ее достижения. Средства, с помощью которых реализуются

идеи кооперативного движения, могут быть разделены на материальные, организационные и моральные.

К *материальным средствам* следует отнести, прежде всего, *прибыльность и эффективность* кооперативного хозяйства. Хозяйство должно быть прибыльным, эффективным, иначе оно теряет свой смысл и не может выполнить ни одной гуманной миссии. Кооператив — это *хозяйственное* предприятие, а не социальная община синдикального, анархического, социалистического типа, не коммуна Оуэна или фаланга Фурье. В социальной общине (которые существуют и в современном мире и иногда называют себя кооперативами) прибыль не имеет значения. Там главное — идея, с помощью которой можно «осчастливить» человечество. Участник социальной общины должен отказаться от личной выгоды, хозяйственных интересов. Его цель лежит в идеологической и политической сфере: реформировать несовершенное общество с помощью новых идей и новой общественной организации. Кооперация, напротив, ставит перед собой хозяйственные, материальные и сопряженные с ними социальные цели, а не политические и идеологические. Поэтому она может существовать (и существовала в различных социально-экономических системах и при политических режимах) — в царской монархии, при капитализме и социализме.

Прибыльность и эффективность кооперации — это не только достижение материального и социального благополучия ее членов, но и гамлетовский вопрос «быть или не быть» этой форме хозяйства, смысл которого можно артикулировать как вопрос об адаптации современной российской кооперации к новой экономической, правовой, социальной и морально-психологической ситуации в стране. Появились эсхатологические прогнозы, предвещающие конец этой форме хозяйствования. Например, угроза ее поглощения внешне похожими на кооперацию акционерными предприятиями. Эта угроза реальна: международный и отечественный опыт показывает, что не все кооперативы выдерживают жесткую конкуренцию в рыночной экономике, многие становятся неприбыльными, нерентабельными, погибают или трансформируются в другой вид хозяйства. Характерным примером является преобразование в 80-х годах потребительских

коопераций ФРГ в акционерные общества (одна из главных причин связана с правительственной политикой, дискриминировавшей кооперативы в законодательных актах). В ряде западных стран (Дании, Италии, Швейцарии и др.) кооперативы функционируют на основе законов об акционерных обществах. Статус кооперативов подвергается опасности и в связи с обложением налогом их собственности без каких-либо исключений и льгот.

Исходя из идеи кооперации, прибыль и эффективность в ней не самоцель (не прибыль ради прибыли, не эффективность ради эффективности), а *средство* достижения гуманной цели, общего блага ее участников. В таком контексте «прибыль» и «эффективность» приобретают существенный социальный смысл и рассматриваются не просто как экономические понятия. Это можно подтвердить следующим примером. Закупка у населения продукции, особенно молока, мяса, естественно, должна давать прибыль кооперативу, но в тоже время эта хозяйственная операция выполняет и важную социальную функцию — она защищает население от несправедливости и «беспредела» перекупщиков, которые не только «грабят» сдатчиков, но и взвинчивают цены на продукцию после ее приобретения. Часть кооперативной прибыли возвращается населению в виде социальных услуг

Таким образом, в кооперации создается возможность для преодоления противоречия между прибыльностью и социально-гуманитарной составляющей хозяйственной деятельности, которое порождает или нигилистический, или морализаторский подход к пониманию социальных возможностей рыночной экономики. Нигилистическое отношение к социальным проблемам рыночной экономики абсолютизирует прибыль и эффективность, а морализаторский подход — напротив, игнорирует их в оценке экономических проблем. В кооперации эти крайности «снимаются»: *повышение прибыльности, эффективности хозяйства — это и есть магистральное развитие ее социальных возможностей.*

К организационным средствам достижения кооперативных целей относится механизм управления экономической деятельностью. В его основе лежат демократические принципы, которые преодолевают отчуждение человека от управления хозяйственным процессом, харак-

терное для командно-административной и либеральной организации рыночной экономики. Только в труде, основанном на соучастии и в производстве материальных благ, и в *управлении* этим процессом, человек приобретает в полном объеме статус личности, участвующей в *общем* процессе труда, ставшей его *со-участником*, влияющим на этот процесс и несущим долю *общей ответственности*. В этом случае человек уже не рабочая сила, не просто товар, покупаемый и продаваемый на рынке труда, не средство достижения экономической выгоды, а *самоцель*, реализуемая во всех аспектах кооперативной деятельности, в том числе и с помощью механизма демократического управления. В этом виде хозяйственной деятельности, по идее, больше всего возможностей для осуществления сформулированного Кантом основного нравственного принципа: относиться к другому не как к средству, а как к цели. Кооперацию можно рассматривать как модель «гуманной демократической экономики», если использовать термин О.Шика, чешского экономиста, одного из деятелей «пражской весны».

В кооперативном хозяйстве демократия проявляется в двух формах. Во-первых, в форме *самоуправления* как самостоятельность и независимость кооператива от государственных, политических и экономических организаций в принятии решений, своей хозяйственной деятельностью. Естественно, имеется в виду самостоятельность и независимость в определенном смысле слова, демократическом аспекте, поскольку в обществе все взаимосвязано. Во-вторых, кооперативная демократия проявляется в форме *непосредственного участия* всех кооператоров в управлении хозяйством. Эта демократическая норма содержится во всех документах, регламентирующих кооперативную деятельность, и является ее отличительной чертой. Однако само по себе демократическое управление хозяйственной организацией представляет собой достаточно сложную и теоретическую и особенно практическую проблему. В кооперативном движении она обсуждалась и обсуждается сегодня со времен его возникновения. В частности, эта проблема специально рассматривалась на XXIУ конгрессе МКА в докладах на тему «Современная кооперативная демократия» А.Климова (СССР), Р.Керинка (Франция), Н.Тедина (Швеция) и секретариата МКА.

Отход от демократических принципов управления представляет серьезную угрозу кооперативному движению. Один из примеров тому — банкротство в начале 80-х годов самой мощной кооперативной организации Голландии «Кооп-Нидерланд», руководство которой оказалась в руках людей, не заинтересованных в существовании кооперации, подменивших кооперативную демократию администрированием и технократией. Кризис демократии вызывает разочарование у пайщиков, особенно у молодых людей, в ценностях и идеалах кооперативного движения, в его способности справедливо, в интересах каждого человека, решать хозяйственные задачи.

Нравственные средства в достижении кооперативных целей.

Основным духовно-нравственными средством в реализации гуманистических целей хозяйственной кооперации является *социальная справедливость*.

Исходный принцип кооперации — *соучастие* в общем деле, ее индивидуально-общественная форма собственности — определяет содержание и характер существующей в ней социальной справедливости. Примечательно, что один из первых рабочих потребительских кооперативов Англии, возникший среди ткачей города Рочдейла получил название «Общество *справедливых* рочдейльских пионеров». Принципы рочдейльских пионеров, получившие широкое распространение в международном кооперативном движении, достаточно полно раскрывают смысл, объем и содержание социальной справедливости в этой форме хозяйственной деятельности:

- необходимый для деятельности кооператива собственный капитал образуется путем внесения каждым членом паевого взноса, на который начисляется необходимый процент;
- покупка и продажа товаров осуществляется только за наличный расчет;
- все члены имеют одинаковые права, независимо от количества паев;
- товары продаются по среднерыночным ценам;
- в кооперативе продаются только доброкачественные товары, чистым весом и точной мерой, основная часть прибыли кооператива распределяется между членами пропорционально закупленным ими товарам;
- некоторая часть прибыли отчисляется на

повышение культурного уровня членов общества, на устройство школ, читален, библиотек и т.п.

Из данного примера видно, что в кооперативном хозяйстве справедливость представляет центральную нравственную добродетель, отражающую качество и характер существующих в нем экономических, социальных и нравственных отношений. В зависимости от содержания отраженных в социальной справедливости общественных проблем она приобретает различные формы:

- правовую (равенство прав всех пайщиков);
- организационно-управленческую (равное участие в управлении, демократический стиль управления);
- распределительную (справедливое распределение материальных благ);
- нравственную (справедливость в межличностных отношениях).

4. Значительным социальным ресурсом кооперативного хозяйства обладает его интеллектуальный потенциал — *наука и образование*. Основная задача науки в кооперативном движении, в принципе, такая же, как и в материальной сфере всего общества, — превращение ее в непосредственную, эффективно действующую производительную силу, разработка такой теории, о которой можно сказать словами крупнейшего физика XIX в. Л.Больцмана: «Нет ничего практичнее хорошей теории». В США проведено специальное исследование по вкладу в валовой национальный продукт высокообразованных, среднеобразованных и слабообразованных работников. Исследование показало, что высокообразованная часть работников производит более 50 % ВВП, их численность от общего количества занятых в экономике 25%, остальные 75% производят примерно столько же, сколько высокообразованные («Л.Г.» 2-8 октября 2002 г).

Социальный ресурс образования в кооперативном движении непосредственно связан с выбором модели образования, с вопросом о том, *какой тип знаний* нужен современному специалисту: будет ли этот тип знания ориентирован на сугубо прагматические цели — формирование «гомо-фабер» (фабричного человека) узконаправленного специалиста. Или этот тип знаний будет гуманитарным, передающим будущему специалисту не только профессиональное умение, но и культуру гуманистического типа, в основе которой лежат социально-этические

ценности, делающие человека человеком во всех обстоятельствах, как бы ни сложилась его профессиональная или личная судьба.

Гуманитарная модель образования, берущая свое начало от родоначальника итальянского и европейского гуманизма Ф. Петрарки, имеющая целью формирование *homo sapiens* — человека мыслящего, нравственного — в наибольшей степени отвечает сущности и характеру кооперативного движения, его базовым социально-нравственным ценностям — гуманизму, взаимопомощи, солидарности, демократизму, социальной справедливости и ответственности. Реализация этих ценностей, составляющих основу социального ресурса и этики кооперативного движения, в практике хозяйственной деятельности требует высокого уровня нравственной зрелости специалиста. Поэтому они должны стать ясно осознанными ориентирами в педагогической деятельности вуза.

Морально-этический потенциал современной кооперации.

Нравственный фактор функционирования и развития кооперации специально рассматривается в написанной на кафедре и готовящейся к печати книге «Современная этика» (раздел «Этика кооперативного движения»). В ней определен предмет этики кооперативного движения, ее основные функции и структура, исследованы институциональная этика кооперативного движения, этика кооперативного действия и индивидуальная этика кооператора. Кафедра предполагает продолжать изучение данной темы. Результатом этой работы может стать выпуск «Этики кооперативного движения» не «академического» варианта, а издания ярко выраженной практической, функциональной направленности, своего рода нравственно-профессионального кодекса, полезного для каждого кооперативного хозяйства и пайщика.

Таким образом, для создания теоретической базы социального ресурса кооперации необходимо всестороннее исследование всех ее основных составляющих — формы собственности, социальных целей, материальных, организационных, в том числе управленческих и моральных, средств их достижения, научный, образовательный и этический потенциал.

Формирует и приводит в движение социальный ресурс кооперации социальная политика.

Социальная политика кооперации.

«Политика» на языках большинства народов является одним из самых распространенных и многозначно понимаемых слов. Ее рассматривают и как теоретическую доктрину, и как искусство практических действий, направленных на решение *общественных* проблем. Именно общественный, публичный характер действий отличает политику от других человеческих акций. В этой связи и говорят об экономической политике, национальной политике, демографической политике и т.д. Политика там, где сосредоточены и решаются общественные интересы. Неслучайно в свое время Аристотель говорил о человеке как о существе политическом, подчеркивая общественный характер его бытия.

Политика кооперации выражает общественную значимость и социальную направленность ее хозяйственной деятельности. Поскольку эта общественная по своему характеру деятельность связана с решением двух основных задач: внутренней — формирование и реализация социального ресурса кооперации, и внешней — участие кооперации в решении общенациональных проблем, то можно говорить о двух функциях социальной политики кооперации *внутренней* и *внешней*. Исследование и той, и другой входит в задачу кафедральной госбюджетной темы.

Социальное развитие и модернизация кооперации.

Понятие «социальное развитие кооперации».

Социальное развитие кооперации — это качественное изменение ее социального ресурса и повышение эффективности его использования (в социальной политике). Предстоит разработать критерии социального развития кооперации, характеризующие совершенствование ее формы собственности, организационно-управленческого, интеллектуального и нравственного потенциала. Эта задача связана с исследованием возможных модификаций кооперативного хозяйства в рамках далеко не закончившегося процесса реформирования российского общества.

В связи с тем, что в переходный период обнаруживаются то или иное соотношение традиционных и новых направлений в коопе-

ративной деятельности, можно говорить о двух типах социального развития кооперации. Первый тип изменений не затрагивает основ и базовых структур кооперативного хозяйства, второй тип изменения связан с модификацией базовых принципов, норм, способов управления, распределения доходов и т.д.

В целом, очевидно, социальное развитие кооперации осуществляется в той степени, в какой ее социальный ресурс и социальная политика способны к гибкому реагированию на новые экономические, социальные и политические события, происходящие в стране. Способность социального ресурса кооперативного хозяйства решать все новые и новые проблемы будут выражать позитивную динамику его развития.

Существенной проблемой является исследование *основных условий социального развития кооперации*. Речь здесь может идти о следующих процессах:

- повышении адаптируемости кооперации к новым социально-экономическим требованиям на основе рационализации ее организационной, коммерческой и социальной деятельности;

- формировании и совершенствовании нормативной базы, способной обеспечить развитие демократических форм правления, совершенствование в справедливом распределении материальных благ, повышение творческой активности кооператоров;

- усилении влияния социальных и духовных ценностей на результаты хозяйственной деятельности, отношения на основе профессиональной этики;

- формировании соответствующих каналов информации, обобщающих и артикулирующих изменения в социальных и материальных интересах различных слоев населения и учета их в социальной политике кооперации и др.

С понятием «развитие» непосредственно связан термин «модернизация». Собственно говоря, модернизация — это форма «догоняющего» развития. Концепция социальной модернизации особенно актуальна в сложные переходные периоды социально-экономического развития для анализа динамики преодоления отсталости тех кооперативных хозяйств, которые по различным причинам неадекватны современности. Модернизация — это процесс перехода к современной форме социаль-

но-экономического функционирования кооперации. Важно определить те экономические и социальные критерии, которые создают образ современной кооперации.

Модель технологии лидерства в системе потребительской кооперации (российское пространство)

В современной российской научной жизни особую актуальность приобретает социально-философский, политологический анализ процесса формирования лидерства в системе потребительской кооперации на технологическом уровне, определение особенностей технологий политического лидерства, их видов и возможности наиболее эффективного применения в кооперативной практике России, разработка модели управления этим процессом с включением новых институциональных структур и применением новых организационных форм. Важным с теоретической и практической точки зрения является вопрос, насколько кадры высшей школы в системе потребительской кооперации, будущие специалисты, могут стать базой, из которой будет рекрутироваться современная элита кооперативного сообщества.

Рассматривая технологию лидерства как совокупность средств и методов формирования субъекта политического действия, как легитимную процедуру продвижения личности к лидирующему положению в структуре властных отношений и возможность управления этим процессом, можно говорить о дискуссионной проблеме, связанной с разработкой новой модели технологии, наиболее эффективной в новых условиях встраивания системы в хозяйственную и политическую жизнь страны.

Сегодня в научной и практической политической жизни акцент делается на избирательные и имиджтехнологии. Новая предлагаемая модель должна учитывать общемировой и российский опыт, сложную региональную структуру, национальную специфику, социальную, демографическую, духовную и политическую ситуацию в России. В основе этой модели — три основных блока (блок объективных условий, блок субъективных условий и блок-стратегия), ориентированных на защиту масс от последствий абсолютизации власти, авторитарных и тоталитарных тенденций.

Первый блок технологии включает в себя анализ социальной среды сельских и городс-

ких жителей, конкретной социальной ситуации с учетом аккумуляции интересов общества и групп, дифференциации интересов по социальным группам и их иерархизации, выявления ведущего интереса. Он раскрывает институционно-организационные инструменты, конституционные и иные механизмы, усиливающие или ограничивающие влияние политических лидеров; статус (формально-должностное или реальное лидерство); встраивание лидера в структуру политической системы и дифференциацию от системы, особенно обращает на себя внимание встраивание руководителей системы потребительской кооперации в политическую систему.

Второй блок технологии включает в себя анализ личностных истоков власти лидера в системе потребительской кооперации (убеждения, стиль, мотивы и т.д.), субъективной способности, готовности к лидерству, конкретные действия лидеров и создание имиджа высоко нравственной личности.

Третий блок является механизмом реализации первых двух блоков. Он включает в себя методы и инструменты, от которых зависит эффективность лидерства в системе потребительской кооперации, влияние лидеров на политическую среду общества, региональную и местную социальную среду. Он раскрывает основные фазы стратегии и ее элементы: диагноз с изучением и оценкой лидером ситуации, аккумуляцией интересов всех социальных слоев общества; определение направления действий с инновацией; определение целей, побуждающих общество к совместной работе по улучшению своей судьбы; мобилизацию ресурсов, средств для конкретной реализации действий; оценка дискурса, ментальности людей.

Такая возможная модель технологии лидерства требует выяснения ее практической применимости, результативности, эффективности, контролируемости ситуации в условиях кризисов. А это ставит задачу скорейшего включения философской, социологической, политической, психологической науки и политической практики в осмысление и решение проблемы развития кооперативного движения.

Роль кооперации в развитии национальной идеи целостного и гармоничного общества

Сама идея целостного и гармоничного общества как смысл и цель развития российского

общества, его, хотя и не очень близкая, перспектива, требует глубокого осмысления. В идее всегда содержится образ будущего. Разумеется, никто не может во всем объеме предвосхитить и предсказать будущее, но если нам о нем не думать, оно может вообще не наступить.

В принципе национальная идея, по поводу которой много говорят и мало что делают, должна быть отражена в Конституции. И она присутствует в ней, записанная так: «Социальное общество должно быть целостным и гармоничным». Это – его важнейшие характеристики. Целостность, естественно, не означает однообразия политических идей, идеологических и религиозных взглядов. Россия традиционно была многоконфессиональной страной, она, как древнеримское божество всех начал, имело два лица: одно, обращенное к Западу, его культуре, другое – к своей национальной, почвеннической культуре. Целостность в духовном плане означает дискурс различных мировоззрений и объединение на основе патриотизма. Гармоничность, очевидно, предполагает развитие всех сфер общественной жизни – материальной, социальной, духовной – обеспечивающих достойное существование людей.

Для появления какого-либо явления необходимы соответствующие предпосылки. Как правило, они возникают в процессе решения тех или иных противоречий. Для того чтобы создать социальное, целостное, гармоничное общество, необходимо, прежде всего, преодолеть отрицательные экономические, социальные и духовные последствия современной реформы:

образование уродливого капитализма номенклатурно-олигархического типа в результате крайне неравномерного распределения приватизируемой собственности, сосредоточение ее в руках высшей бюрократии, теневых дельцов и бандитов;

возникновение фантастических социальных контрастов, разделение общества на две непонимающих друг друга общности: на богатое и сверхбогатое агрессивное меньшинство и бедное пассивное большинство;

демонтаж отечественного промышленного и сельскохозяйственного производства, науки, вхождение в мировую экономику в качестве ее топливно-сырьевого сектора:

падение традиционной для российского менталитета общественной нравственности, духовной культуры, распад духовных связей,

объединяющих нацию в единое целое.

Снова, в который исторический раз, в России приходится говорить о возрождении страны, нации, народа. Решающую роль в этом должны сыграть следующие процессы, в которые существенный вклад может внести и кооперация.

1. Коренное изменение *социальной политики* государства. Новое столетие — за теми странами, которые заботятся о своем народе, его достатке, здоровье, культуре, нравственности. Социальная миссия кооперации постоянно обсуждается на различных уровнях. Кооперация, в принципе, по своему определению, является самым надежным союзником и оплотом государства в социальной политике, государства, которое в своей Конституции записало положение о том, что оно является *социальным* государством. Социальной по своей природе является и кооперация. Ее корни в социальной идее, она «разговаривает» и «мыслит» социальными понятиями. Однако, чтобы понять социальный смысл кооперации, сами чиновники в государстве должны быть социально зрелыми. Шекспир говорил: чтобы оценить какое-либо качество в другом, надо сначала иметь это качество у себя.

Социальная миссия кооперации многофункциональна. Сегодня — это социальная защита села, борьба с бедностью, создание новых рабочих мест, развитие новых форм малого бизнеса и др.

2. Формирование новой генерации деловой элиты. Элиты патриотически ориентированной, отождествляющей себя с национальными, народными, государственными интересами. К сожалению, существующая в стране элита неадекватна великой стране и великому народу, если не сказать, что она чужда им. Как пишет в своей новой книге Ю.М. Лужков, «российская элита занята исключительно собой, осуществлением клановых и корпоративных интересов. Ее особенность — нежелание смотреть в будущее... Она отказалась от заботы о собственном народе, что резко отличает ее от правящих слоев ведущих стран мира. У нашего правящего слоя еще и большие проблемы с международной легитимностью... Кто мешает России сделать модернизационный прорыв? Элита. Ее корыстно-эгоистические интересы, агрессивно защищаемые, недопустимо разошлись с интересами народа. Это становится опасным для страны». Уж кто как не мэ

города Москвы знает характер и повадки современной российской элиты.

Значительное место в подготовке новой деловой элиты принадлежит образовательным учреждениям потребительской кооперации, где учится и воспитывается молодежь, связавшая свою судьбу с экономикой, бизнесом. Настоящее и будущее страны во многом будет зависеть от их ориентации на национальные интересы, а не просто на чистую прибыль. В истории России есть богатый опыт такого отношения к экономике, и в частности в кооперативном движении, который должен быть востребован в современных условиях. Формирование национальной, патриотически настроенной экономической элиты, принимающей страну, со всеми ее недостатками и бедами, не за ту, а за свою Родину, — стало насущной задачей для образования и воспитания российской молодежи. Будущая деловая элита общества находится сегодня в студенческих аудиториях, здесь вместе с профессиональными знаниями она должна приобретать представление о том, как их использовать в добрых делах, на благо людей, страны в целом.

3. Возрождение духовности нации, веры народа в себя, нравственное очищение власти, соединение политики, власти и морали. Сегодня кооперация, пожалуй, единственная социально-экономическая структура в стране, которая ставит своей целью возрождение духовности народа, сельских жителей в частности, и предпринимает конкретные шаги для ее осуществления.

Г.В. БРАЖНИК, зав.каф. философии, социологии, политологии и истории, к.ф.н., профессор,
В.А. РУБОЧКИН, к.ф.н. доцент

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ РОССИИ В РЫНОЧНЫХ УСЛОВИЯХ

Потребительская кооперация, несмотря на нанесенный ей серьезный урон в 90-х годах XX века реформаторскими силами в период массовой вакханалии и вседозволенности правящих в стране структур, не изменила своим пайщикам, не предала их, сохранила их веру в доброе и святое, оправдав свое историческое предназначение: все для человека и для его блага. Ведь пайщик системы потребительской кооперации – это житель села: врач, учитель, полевод и животновод, это человек, который всегда боролся за выживание как с природными катаклизмами, так и с бездушными чиновниками. Он всегда работал: в войну - на победу, в мирное время - на созидание, на укрепление экономики государства.

С сельского жителя России власть всегда старалась взять как можно больше, а дать как можно меньше. Несмотря на нелегкий труд, крестьян нередко подвергали репрессиям, отбирая кровно заработанное либо с помощью налогов, либо силой оружия. Равнодушие, оскорбление и унижение со стороны государства к сельским жителям стало чуть ли не нормой в нашей стране.

Не лучшие времена переживает российский крестьянин и в настоящее время. «Внимание» к аграрной сфере со стороны правительственных чиновников в новейшей истории России не позволяет надеяться на скорое оздоровление российской деревни. Если не изменить к ней отношение Правительства Российской Федерации, то пройдет немного времени, и она будет обречена на гибель.

Сегодняшняя политика государства по отношению к сельскому устройству носит разрушительный, удушающий характер. Сельские жители доведены до отчаяния, идет процесс деградации и обнищания деревни. Низкая заработная плата сельскохозяйственных работников, большинство из которых являются пайщиками потребительской кооперации, систематическая задержка ее выплаты нередко являются причиной слез родителей, которые не могут подготовить ребенка к школе, приобрести ему необходимые учебные пособия, форму.

В этих нелегких условиях потребительская кооперация, взвалив на свои плечи решение государственных задач по спасению российского села, мобилизуя весь свой производственный и интеллектуальный потенциал, встала на защиту сельского человека, протянув ему руку помощи и товарищеской поддержки.

Потребительская кооперация в отличие от государства в трудные времена всегда приходила на помощь к своим пайщикам, внимательно относилась к их быту. Вот и в настоящее время нередко сельские кооперативные магазины отпускают малоимущим сельчанам-пайщикам товары в долг, и на немалые суммы, доставляют товар по бездорожью практически ко всем населенным пунктам в ущерб своей экономике. Это очень важные функции потребительской кооперации, которые никакая коммерческая структура не выполняет.

Потребительская кооперация - это единственная организация в России, которая работает под флагом борьбы с бедностью и несет в массы социальную миссию.

Кооперативно-торговая сеть потребительской кооперации на селе стала центром общения жителей. В магазинах проводится кооперативная работа, через них установлена обратная связь с пайщиками, населением, с их нуждами и запросами.

На участковых собраниях в магазинах подводятся итоги работы, принимаются решения по оказанию помощи селу, семьям, а также осуществляется учет сельскохозяйственных ресурсов для их закупки. Во многих магазинах торговые залы эстетично оформлены. Сюда приходят сельские жители и с радостями, и с горем. Магазины выполняют функции носителей элементарной культуры деревни.

Потребительская кооперация во главе с Центросоюзом Российской Федерации ведет большую работу по укреплению своих позиций, дисциплины, обновлению основных фондов, повышению квалификации и закреплению кадров, расширению объемов деятельности, внедрению компьютерных технологий.

Потребительская кооперация пережила

не одно поколение людей, но дело, которому она служит, является народным, оно основано на сознании масс. Кооперация и впредь будет служить населению, удовлетворять запросы своих пайщиков, помогать им в трудные годы экономического лихолетья, ей верят и сегодня. Целостная система потребительской кооперации способна многое сделать в устройстве сельской жизни. Кто пытается погубить потребительскую кооперацию, тот является сторонником разрушения и гибели не только крестьянства, но и российской деревни.

Сельское хозяйство России сейчас оказалось на грани катастрофы, разрушены многие отрасли и целые сельскохозяйственные предприятия, резко сократилось поголовье скота и птицы, страна потеряла продовольственную независимость. И в это же время потребительская кооперация, ее пайщики готовы самоотверженно трудиться на благо своего отечества, вести достойную политику по укреплению российского села.

Потребительская кооперация предстает как модель самоорганизации людей, является уникальной организацией, предложенной самой жизнью как путь борьбы с бедностью. Она выполняет часть функций государства – социальную защиту народа, а поэтому вправе рассчитывать на государственную поддержку в своей хозяйственно-экономической деятельности.

Потребительские кооперативы не стремятся к глобализации, так как их укрупнение ведет к ослаблению связей с пайщиками, а в дальнейшем и к превращению в коммерческие структуры.

Социальной базой потребительской кооперации выступают ее пайщики.

В 2003 году потребительской кооперации России исполняется 172 года, Центросоюзу России – 105 лет.

Центральным штабом потребительской кооперации России выступает Центросоюз РФ, который с 1997 года сосредоточил значительную часть своей деятельности на социальной миссии.

Он вырабатывает и претворяет в жизнь наступательную стратегию в кооперативной экономике, социальной сфере, культуре, идеологии, вовлекая в орбиту своей деятельности не только пайщиков, но практически все сельское население страны, обеспечивая научное сопровождение своих действий с помощью

рекомендаций, выработанных Всероссийскими научно-практическими конференциями ученых высших кооперативных учебных заведений системы Центросоюза Российской Федерации.

Центросоюз является членом Международного кооперативного альянса (МКА), который представляет собой крупную негосударственную организацию, включающую в свой состав кооперативные объединения около 100 стран мира. Членами МКА являются около 250 кооперативных организаций, объединяющих около 800 млн. человек.

МКА оказывает помощь кооперативным организациям развивающихся стран и стран с переходной экономикой, содействует развитию кооперативного сотрудничества и образования, защищает права и интересы кооперативов в борьбе за повышение условий жизни народа.

Председатель Совета Центросоюза России В.Ф. Ермаков является членом правления МКА, а также членом комитета МКА по вопросам развития.

Председатель Правления Центросоюза РФ Г.В. Киселева является членом Европейского совета МКА, заместителем Председателя комитета МКА по вопросу равенства полов, Президент-ректор Московского университета потребительской кооперации М.В. Сероштан – членом этого комитета.

В ряде регионов районные потребительские общества и районные потребительские союзы берут на свои балансы убыточные колхозы, организуют совместно с сельхозпредприятиями потребительские общества. В системе ряда потребительских союзов действуют кредитные кооперативы.

Центросоюз РФ нередко в своей деятельности в интересах пайщиков выходит за рамки потребительской кооперации, выступает инициатором интеграции различных видов кооперативов. Он является координирующим органом социальной и экономической деятельности всей системы потребительской кооперации страны; вырабатывает кооперативную философию, культуру, идеологию, менталитет, защищает демократические основы, принципы и ценности кооперативного движения, единства потребительских обществ и союзов как системы.

Социально-экономическое развитие российского села на данном этапе во многом за-

висит от уровня развития потребительской кооперации, которая сейчас работает в новых условиях, сохраняя и оберегая свои традиции. В суровых условиях рынка существенную помощь потребительская кооперация оказывает сельскому населению, особенно жителям мелких деревень и хуторов.

Устойчивость потребительской кооперации в настоящее время в значительной мере базируется прежде всего на стабильности кадров и тесном взаимодействии ее с властью как на федеральном, так и на местном уровнях, ибо работа власти о народе во многом совпадает с социальной миссией потребительской кооперации.

Потребительская кооперация России не только сохранила все традиционное для себя, но в последние годы даже пошла дальше: взяла на себя дополнительную функцию – поднять подсобные сельскохозяйственные предприятия, которые приходили в упадок.

Так, в Бутурлинском районе Нижегородской области в распоряжении районной потребительской кооперации имеется свыше 3 тысяч гектаров земли, 800 голов крупнорогатого скота, в том числе 230 коров. За последний год здесь увеличили маточное поголовье почти в полтора раза, создали свою свиноферму на 1000 голов. Создан замкнутый цикл производства: сами производят зерно, сами размалывают его на своей мельнице, сами организовали выпечку хлеба и хлебобулочных изделий, сами реализуют произведенные продукты питания через свои кооперативные магазины. В этой же районной потребительской кооперации производятся собственные мясные и молочные продукты из свежего сырья. В переработку идет продукция как закупленная у населения, так и собственного производства.

Потребительская кооперация как многоотраслевая система традиционно развивала такие виды деятельности, как торговля, производство, заготовки.

Однако реформы 1990-х годов XX века отрицательно сказались на деятельности потребительской кооперации России: сократились объемы заготовок и производства, значительная часть промышленных предприятий и имущества была отчуждена. Но в настоящее время в результате конструктивных мер, принятых Центросоюзом Российской Федерации, деятельность потребительской кооперации стабилизировалась, и система работает достаточно устойчиво.

На данном этапе кооперативная промышленность вырабатывает широкий ассортимент продовольственных товаров, в том числе хлеб и печенье, мясо, молоко, консервы и другие виды продукции. Появились новые для системы виды производства: макаронные изделия, переработка рыбы и некоторые другие. Сегодня кооперативная промышленность может дать населению достаточно широкий ассортимент высококачественных продуктов питания.

В большинстве своем кооперативная промышленность вырабатывает высококачественную продукцию из сельскохозяйственного сырья, закупленного у сельских жителей. Общеизвестно, что сельские выращивают продукцию на своих подворьях без использования химических добавок, и она по сравнению с продукцией других сельскохозяйственных товаропроизводителей получается экологически более чистой, и соответственно, отличается более высоким качеством.

Однако сбыт отечественной продукции зачастую затруднен, так как серьезным конкурентом выступает дешевая импортная продукция. Хотя она значительно уступает по качеству. Так, в 2002 году от 30 до 80 процентов завезенной в Россию импортной продукции было забраковано. Ее качество оказалось настолько низким, что употребление было опасно для жизни людей.

В целом же увеличение удельного веса импортной продукции влечет угрозу не только продовольственной независимости, но и национальной безопасности страны. Не говоря уже о том, что низкокачественная продукция представляет прямую угрозу здоровью населения.

В связи с этим крайне важно создавать благоприятные условия для отечественных товаропроизводителей, чтобы они имели определенные преимущества перед импортерами, а отечественная продукция была бы конкурентоспособной не только по качеству, но и по ценам.

Потребитель продуктов питания особенно в глубинке уже сделал свой выбор в пользу отечественного сельскохозяйственного товаропроизводителя. В связи с этим сегодня как никогда следует больше поддерживать потребительскую кооперацию как производителя и поставщика высококачественных продовольственных товаров.

Формирование в системе потребительской кооперации благоприятных условий для производственной деятельности самым поло-

жительным образом сказывается на развитии заготовок продукции. Сегодня в системе потребительской кооперации заготовительная деятельность осуществляется не только через традиционные заготовительные пункты, но и через кооперативные магазины.

В соответствии с рекомендациями научно-практических конференций, проводимых в последние годы во всей России под руководством Центросоюза Российской Федерации, каждый сельский магазин превращается в приемно-заготовительный пункт. В них создаются такие условия, чтобы каждый сельский житель, каждое сельское подворье могли сдать излишки продукции именно в потребительскую кооперацию, которая, в свою очередь, должна закупить все, что предлагают ей сельчане.

Несмотря на жесткую конкуренцию в условиях рынка, кооперативные организации расширяют сферу своей деятельности. Они не только увеличивают объемы производства продукции, но и наращивают товарооборот, осваивают новые виды работ и услуг.

Одним из важных направлений в деятельности потребительской кооперации является сельскохозяйственное производство. Центросоюз Российской Федерации рекомендует районным кооперативным организациям брать в аренду землю, приобретать убыточные хозяйства и осуществлять производство плодоовощной продукции, зерна, организовывать откорм скота и птицы.

Потребительская кооперация с целью расширения объемом сельскохозяйственного производства оказывает существенную помощь сельскому населению, в том числе продавая корма, устанавливая зернодробилки практически в каждом селе с тем, чтобы облегчить селянам выращивание скота. Открывается сеть ветеринарных аптек, где сельские жители могут приобрести препараты для лечения животных и получить квалифицированную консультацию специалистов.

Важнейшим направлением в деятельности потребительской кооперации является развитие малых производств, позволяющих переработать закупленную у населения сельскохозяйственную продукцию непосредственно вблизи от мест ее производства, что сокращает транспортные расходы.

В системе потребительской кооперации работают мельницы, крупорушки, маслобойки, прессы для отжима растительного масла,

организована заготовка и переработка молока. Новые направления деятельности кооперативных организаций появились в связи с требованиями самой жизни.

В последнее десятилетие кризис охватил не только производственную сферу страны, но и систему бытового обслуживания сельской местности. На селе практически исчезли парикмахерские. Сельским жителям негде отремонтировать бытовую технику, в ряде случаев отменено автобусное сообщение между населенными пунктами и райцентром.

В этих условиях потребительская кооперация зачастую берет на себя функции, направленные на развитие сферы бытовых услуг на селе. В 2002 году в сельской местности работало более 20 тысяч кооперативных предприятий бытового обслуживания: парикмахерские, ремонтные мастерские, пункты по оказанию фото- и ритуальных услуг, раскрой ткани, пошива одежды и другие. Благодаря потребительской кооперации, эти услуги становятся доступны не только жителям сельских районных центров, но и в самых отдаленных населенных пунктов.

Потребительская кооперация развивает в сельской местности сеть аптек, так как в селах проживает значительная часть пожилого и престарелого населения, которому нередко требуются лекарства, а купить их негде. Кроме того потребительская кооперация оказывает и такие виды услуг, как вспашка огородов, ремонт техники.

Увеличение объемов деятельности потребительской кооперации сопровождается увеличением рабочих мест, что дает возможность сельским жителям заработать деньги на свое существование, иметь средства для содержания семей.

В 2002 году в системе потребительской кооперации страны было создано 20 тысяч новых рабочих мест, 34 тысячи человек получили возможность трудиться неполный рабочий день или на сезонных работах. Выживание российского села напрямую связано с потребительской кооперацией.

Так, в 2002 году численность пайщиков в системе потребительской кооперации Краснодарского края достигала 550 тыс., помимо этого более 20 тыс. человек работало в кооперативных организациях и предприятиях. Кубанская потребительская кооперация имеет в своем составе 56 хлебозаводов, вырабатывающих около 30 процентов всех хлебобулочных изде-

лий края, 3 тысячи магазинов, высшее учебное заведение, два техникума, пионерский лагерь, оздоровительный центр на 18 гектарах земли на Черном море, базы отдыха и др.

В потребительской кооперации Кубани есть свой научный потенциал, свой транспорт, своя мощная материально-техническая база и многое другое. И все это осталось несмотря на реформаторский разгром в начале 90-х годов XX века, когда у некоторых потребительских союзов и обществ отобрали почти половину материального имущества, что привело, соответственно, к спаду объемов производства.

В селах Краснодарского края, исключая крупные города и курортные центры, царит нищета и убогость, жизнь сохранилась только в одиноко стоящих магазинчиках потребительской кооперации, которые выступают как единственный островок надежды для селянина.

Под руководством Центросоюза Российской Федерации на Кубани проведена большая работа по спасению и развитию потребительской кооперации. Восстановлены, пришедшие к полному разрушению в годы ретивых реформ, Анапский и Мостовский районные потребительские союзы.

Потребительская кооперация Краснодарского края обслуживает половину населения региона, закупает сельскохозяйственную продукцию, перерабатывает ее на своих предприятиях, выполняет социальную миссию — создает новые рабочие места.

Большая доля хозяйственных единиц потребительской кооперации Кубани расположена в сельской местности. В них работает от одного до трех человек. Объем деятельности в среднем на одно предприятие составляет 680 тыс. рублей в год.

Потребительская кооперация Российской Федерации — это социально-ориентированная система, которая является надежным партнером государственных органов власти и местного самоуправления в решении жизненно важных проблем всех сельских жителей, в улучшении качества их жизни.

Главная социальная миссия потребительской кооперации России — это борьба с бедностью сельского населения. Потребительская кооперация повышает доходы сельских жителей за счет предоставления им рабочих мест и закупки выращенной ими сельскохозяйственной продукции.

Потребительская кооперация содержит

убыточные магазины в глубинке, обеспечивает доступность товаров и услуг в самых отдаленных и труднодоступных населенных пунктах, помогает инвалидам, пенсионерам, организует досуг населения и при этом нередко является основной бюджетно-образующей организацией того или иного сельского района.

Так, в Краснодарском крае 1766 городов и населенных пунктов, из них 954 имеет численность до 500 человек, в основном это пенсионеры и малообеспеченное население.

В настоящее время сельские магазины потребительской кооперации Кубани наряду с выполнением торговых функций осуществляют торговую, заготовительную, производственную деятельность, а также действуют в сфере услуг населения. Они ведут закупки у сельского населения различных видов сельхозпродукции, кожевенного и вторичного сырья, лекарственных трав; оказывают услуги по сепарированию молока, дроблению зерна, вспашке огородов; берут на себя и много других функций, руководствуясь наказами пайщиков, откликаясь на нужды и просьбы всего сельского населения.

Они являются также центрами кооперативных участков, здесь проводятся собрания пайщиков, работают комиссии кооперативного контроля, находится рабочее место председателя кооперативного участка. Территория вокруг магазина благоустраивается силами пайщиков, сооружаются детские игровые площадки, песочницы, велостоянки.

Во многих магазинах организованы уголки пайщиков, народные библиотеки. На каждый магазин для пайщиков выписывается газета «Российская кооперация».

Такая социальная деятельность потребительской кооперации возможна только в условиях районных потребительских обществ в рамках одного юридического лица, когда убыточная работа одних хозяйственных единиц компенсируется рентабельной работой других, как правило, крупных магазинов, универмагов, расположенных в больших населенных пунктах и райцентрах.

Значимая часть инфраструктуры села в настоящее время — это предприятия или хозяйственные единицы потребительской кооперации, построенные в основном за счет собственных средств, с учетом нормативов обеспеченности населения торговой площадью в рамках государственных программ развития села.

Закрывать или разрушать действующую торговую сеть только потому, что площадь магазинов превышает 70 квадратных метров, совершенно безрассудно. Переход на общий режим налогообложения приведет к тому, что число убыточных магазинов возрастет до 60 процентов, в результате чего большинство из них закроется, а жители отдаленных и труднодоступных населенных пунктов лишатся возможности приобретения товаров первой необходимости, медикаментов, элементарных бытовых услуг, а также возможности сдачи сельхозпродукции в сельские магазины. При этом потеряют работу тысячи людей, в основном жителей села, где проблема безработицы и без того стоит предельно остро, особенно в молодежной среде.

В связи с этим нельзя допустить установления одинаковой базовой доходности в целях налогообложения для магазинов, работающих в сельской местности и в городах.

Сегодня система потребительской кооперации выступает как готовая структура и надежный партнер для реального сотрудничества с аграрно-промышленным комплексом. Поэтому в решении проблемы продовольственного обеспечения страны необходимо учитывать возможности и перспективы развития потребительской кооперации, которая выступает как важный фактор в смягчении отрицательных последствий глобализации. Одним из направлений деятельности потребительской кооперации является содействие развитию как национального, так и местных рынков.

Расширение внутренних местных рынков потребительской кооперации позволяет не только сохранить рабочие места, но повысить занятость населения полезной деятельностью, что, в свою очередь, увеличит возможности роста денежных доходов, наполнения финансами бюджетов территорий, а, следовательно, жизнеобеспечение самого населения в местах его проживания. Развитие внутренних местных рынков создает благоприятные предпосылки для решения проблем продовольственной безопасности.

Развитие местных рынков сопровождается наращиванием продовольственных и потребительских товаров, стимулирует спрос и покупательную активность населения. И этим потребительская кооперация четко обозначила свою роль и место в социальной экономике государства.

Социально-экономическая политика по-

требительской кооперации дифференцирована по субъектам: пайщики, работники, некооперированное население. Развитие системы зависит от того, как выстраивает каждая организация отношения с этими категориями населения, как соблюдается баланс интересов между всем населением, пайщиками и работниками.

В настоящее время потребительская кооперация нередко не отдает приоритет пайщикам. Ее стратегия и социальная миссия обозначена как борьба с бедностью всего сельского населения, и это, на наш взгляд, на данном этапе правильно, но только тактически, учитывая льготы, предоставляемые государством и органами местного управления.

Социальная поддержка некооперированного населения оправдывает себя экономически только в том случае, когда эта часть населения рассматривается как потенциальные пайщики, а расходы, направленные на материальную поддержку, как затраты на формирование имиджа, то есть продвижение самой организации в общественном сознании. Поэтому сумма льгот населению должна соизмеряться с финансовыми возможностями, и выстраиваться эта политика должна в соглашениях с местной властью.

Это должна быть единая программа, предусматривающая компенсацию затрат потребительской кооперации, меры социальной поддержки населения, возмещение затрат на эти меры. Стратегическое направление кооперативной деятельности должно быть ориентированно на пайщика.

Уставная цель потребительской кооперации - удовлетворение материальных и иных потребностей пайщика. Пайщик – основной субъект потребительской кооперации, социальная база, экономическая опора, главное конкурентное преимущество. С пайщиками должны быть установлены взаимовыгодные отношения, и их нужно строить на экономической основе.

Потребительская кооперация, созданная пайщиками и служащая пайщикам для удовлетворения насущных потребностей, должна каждодневно стремиться создавать все условия для роста благосостояния своих членов, чтобы сельские жители стремились стать членами потребительской кооперации, видели в ней реальные позитивные результаты от экономического сотрудничества с потребительским обществом.

Практика работы ряда потребительских обществ показывает, что там, где грань между пайщиками и непайщиками размыта, там, где члены кооператива не ощущают своих преимуществ, там снижается численность пайщиков, то есть снижается и социальная база потребительской кооперации.

Одной из задач потребительской кооперации является создание ответственного пайщика. Для этого следует включить механизм экономического участия пайщиков в кооперативные выплаты.

Нужно обеспечить правовую защиту кооперативной собственности, обезопасить ее от отчуждения законодательно. Для этого следует закрепить в законе обязательность неделимого фонда, то есть той части недвижимого имущества, которая сейчас очень охотно отчуждается в разных формах. Нельзя допустить очередной волны передела кооперативной собственности. Очень важно закрепить неделимый фонд и ликвидировать возможность распоряжаться им по усмотрению отдельных руководителей и даже пайщиков.

Положительный опыт работы потребительской кооперации накоплен в Новгородской области, бюджет которой на 2003 год составляет около 5 млрд. рублей, в том числе сумма налогов от потребительской кооперации составляет 200 млн. рублей, или 4 процента.

Потребительская кооперация работает на селе, в глухих деревнях. Она экономически очень важная организация, социальная роль которой не только в тех деньгах, которые она отпускает на медицину, на народное образование, на пенсионеров и так далее. Потребительская кооперация защищает сельского жителя, привлекая его к участию в различных формах торговых отношений. Так, в Новгородской области потребительская кооперация выплатила сельским жителям в 2002 году 180 млн. рублей за выращенную продукцию, собранные дары леса и лекарственное сырье, давая таким образом сельским жителям возможность заработать деньги.

С 1990 года государство создало потребительской кооперации такие условия, что в розничной торговле (а это все-таки основная часть по объему деятельности отрасли) платили с рубля оборота в 6,5 раз больше налогов, чем индивидуальный частный предприниматель. В промышленности платили в 4,4 раза больше, чем индивидуальный предприниматель.

Однако, несмотря на такой прессинг, потребительская кооперация выжила.

В Новгородской области часть деревень превратились в хутора, на которых проживает по 3-5 стариков, магазинов там нет, для обслуживания таких поселений областной потребительский союз задействовал 82 автолавки.

Управленческие структуры потребительской кооперации России во главе с Центросоюзом Российской Федерации и учеными кооперативных вузов периодически разрабатывают и уточняют программы развития кооперативной системы и осуществляют комплекс мер по повышению эффективности работы как всей системы, так и отдельных кооперативных организаций в нелегких условиях настоящего периода.

Следует заметить, что результаты работы потребительской кооперации были бы значительно выше, если бы внимание и помощь со стороны государства системе потребительской кооперации была ощутимее, особенно в вопросе ослабления налогового пресса.

Раньше многие социальные проблемы на селе решали совхозы и колхозы, сегодня ни одно сельскохозяйственное предприятие этих проблем решить не может по той причине, что разорены и совхозы, и колхозы.

Кооперативные магазины в сельской местности выступают как форпосты потребительской кооперации в деревне. Если магазин красивый, расположен рядом с общественным центром, к нему сделаны добротные подъезды и подходы и вокруг него красуются цветочные клумбы, то покупатель к такому магазину идет с желанием. А там, где магазины не отремонтированы, неухожены, имеют непривлекательную внешность, то потенциальный покупатель старается обходить их стороной.

А.В. ТКАЧ, заведующий кафедрой сельскохозяйственной и кредитной кооперации, доктор экономических наук, профессор

НАРОДНОЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВО

ПЕРВЫЕ КООПЕРАТИВНЫЕ ЛАВКИ

Первым предприятием кооперативной торговли в России можно считать пункт продовольственных заказов «Большой артели». Так назвали ссыльные декабристы свое потребительское общество, организованное в 1831 году в каземате Петровского завода в Забайкалье.

Первая «кооперативная лавка» находилась в конторе артели.

Здесь размещался большой шкаф для хранения товаров, стол и ящик под замком для хранения документов. Продавец (он же закупщик) собирал заявки от членов артели, закупал в Чите оптом (в основном сахар, чай, мясо и др.) товары и продавал затем своим товарищам.

Кооперативные лавки, открытые потребительскими обществами в 60-70 годы XIX века, уже были похожи на кооперативные сельмаги в послевоенные годы.

ХОЗЯЙСТВЕННЫЙ МЕХАНИЗМ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ОБЩЕСТВ

Уже на первом этапе зарождения потребительских и других видов кооперативов в России стала очевидной одна истина: сама по себе кооперативная форма предоставления услуг по закупкам, сбыту, снабжению, кредиту, строительству жилья и т.д. не гарантирует прибыльной деятельности кооперативных хозяйственных предприятий. Успех дела, как и в частном секторе, решает *профессионализм управления в сочетании с активным материальным участием* членов кооператива в образовании его средств и расширении его деятельности.

Именно эти два основных элемента оказались самыми слабыми в становлении потребительской кооперации России. Энтузиастов, идеологов, пропагандистов потребительских кооперативов было достаточно, а квалифицированных и честных коммерсантов-менеджеров — единицы, поэтому многие потребительские общества, образованные в 70-90 гг. XIX века, после некоторых первоначальных успехов разваливались и закрывались.

Поведение рядовых членов потребительских обществ во многих случаях не способствовало укреплению их финансового здоровья. Сравнительно обеспеченные кооператоры об-

щегражданских кооперативов, как только понижался дивиденд и исчезала эйфория «баснословных» прибылей от совместных закупок, выходили из кооперативов, а члены рабочих потребительских обществ брали товары в кооперативных лавках на свои именные заборные книжки другим лицам, не членам кооператива, и в конце года на крупную сумму закупленных товаров получали большой дивиденд, отбирая, таким образом, часть покупательского дивиденда у своих же товарищей, не членов кооператива.

Хозяйственный механизм потребительских обществ складывался двумя путями:

Первый — приобретение товаров у крупных торговых фирм по скидочной (марочной) системе. Эта система относительно дешевых оптовых закупок была выгодна тем, что не требовала специальных коммерческих знаний, больших оборотных средств и напряженной предпринимательской деятельности. Обычно со скидочной системы начинали на предприятиях и в учреждениях небольшие группы потребителей (20-30 человек). Они назывались «кружками» и часть из них впоследствии юридически оформлялась в кооперативы.

Многие потребительские общества, которые создавались сразу, с утверждением устава (например, московское «Взаимная польза», петербургское «Бережливость»), также широко пользовались скидочной системой. Однако эта система работала с перебоями там, где в результате ослабления конкуренции или большей удаленности от снабженческих центров торговец на какое-то время становился монополистом и назначал такую цену, которая и со скидкой была выше, чем у торговцев в других местностях. Скидочная система была относительно выгодна потребительским кооперативам только в крупных городах страны, где частная розничная торговля достигла определенной степени цивилизации.

Второй — создание собственных предприятий розничной и оптовой торговли. Естественно, это требовало значительных капиталовложений, постоянной и напряженной коммерческой деятельности, образцового бухгалтерского учета, а главное — постоянной и надежной клиентуры, т.е. покупок всеми члена-

ми кооператива всех необходимых товаров только в магазинах своего кооператива.

В России именно на этом пути препятствия и трудности, вытекавшие из общего низкого материального и культурного уровня «низших» сословий, особенности их быта, традиций, представлений о справедливости, оказались намного сложнее, чем, например, в Англии и Шотландии — родине потребительской кооперации. За короткий исторический срок в 15-20 лет (конец 90-х годов XIX века — 1917 год) в России лишь немногим крупным потребительским кооперативам удалось создать достаточно эффективные и конкурентоспособные торговые и другие хозяйственные предприятия, которые в свою очередь стимулировали участие рядовых членов в управлении и контроле всех дел своих обществ.

ОБРАТНАЯ СТОРОНА МЕДАЛИ НИЗКИХ РОЗНИЧНЫХ ЦЕН

Первой, главной и общей бедой практически всех русских потребительских обществ, фабрично-заводских, железнодорожных, чиновничьих и военных (институциональных), городских общегражданских и сельских, при скидочной системе и системе собственных лавок, была низкая рентабельность, а, следовательно, и незначительные «копеечные» дивиденды на закупки товаров в кооперативах. По расчетам С.Н. Прокоповича, рентабельность кооперативной торговли в среднем составляла в 1896-1912 гг. около 4% и имела тенденцию к сокращению с 4,8% в 1896 г. до 3,2% в 1912 г.

При такой рентабельности дивиденд на закупки товаров не мог превышать 5%, в то время как в Германии он составлял 8%, а в Англии — 12%. Все дело в том, что в потребительских кооперативах России практиковались низкие накладки на оптовую цену товаров — в среднем 13% за 1896-1912 гг. Другими словами, русские кооператоры торговали по самым низким рыночным ценам, которые едва покрывали издержки обращения и давали мизерную прибыль.

Английские и немецкие кооператоры, напротив, покупали товары в своих магазинах по среднерыночным и даже высоким рыночным ценам (торговые накладки у них достигали 20-30% и более) *сознательно переплачивая при каждой отдельной покупке незначительную сумму, которые в конце года складывались во внушительные сбережения в объеме 8-10%, а иногда 20-25% от годовой суммы закупок.* Высокий ежегодный покупательский дивиденд

побуждал каждого члена кооператива больше покупать в своем магазине, что естественно увеличивало товарооборот, прибыль и, в конечном счете, покупательский дивиденд. *Такая мотивация могла быть действенной при ясно выраженной воле всех членов кооператива к накоплению и сравнительно достаточной их обеспеченности, а также в условиях относительно стабильных цен и низкой инфляции.*

МЕНТАЛИТЕТ РОССИЙСКИХ КООПЕРАТОРОВ

В России в 70-90 годах XIX и в начале XX века эти условия практически повсеместно отсутствовали. Русский рабочий и крестьянский люд страдал от безденежья, заработная плата на большинстве предприятий России выдавалась не регулярно, с постоянными задержками, получение дохода от сбыта сельхозпродукции крестьян носило сезонный характер, заработки на промыслах были непостоянными. Заработная плата рабочих в России была приблизительно в 2 раза ниже, чем в Германии и в 3 раза ниже, чем в Англии. Причем стоимость жизни в городах, т.е. цена потребительской корзины среднего городского жителя Англии была одинаковой с Россией, а в Германии немного дешевле. Российские рабочие, крестьяне, ремесленники предпочитали покупать продукты и промышленные товары подешевле и в кредит. *Нетерпение, ориентация на мгновенный результат, сиюминутную выгоду отличало не только членов фабрично-заводских и сельских потребительских обществ, но и относительно обеспеченные слои общегражданских и чиновничьих кооперативов.*

По мнению одного из руководителей Московского потребительского общества городских служащих, в магазинах которого цены были ниже рыночных (надбавка на оптовую цену составляла 8% — т.е. была почти равна издержкам), каждый член при каждой дешевой покупке ясно ощущал пользу от своего общества и, обращая немедленно на свои нужды получаемую при этом маленькую прибыль, он не рискует ее потерять в случае, если завтра плохое управление или еще какие-либо причины приведут кооператив к убыткам и потерям.

А уверенности, что сбережения (дивиденды за покупки) не будут съедены в конце финансового года просчетами в подборе ассортимента, повесами, потерями при хранении товаров, уценками, утечками, не было у большинства членов

российских потребительских обществ.

Правда, низкие кооперативные цены привлекали в лавки посторонних покупателей. Их число колебалось от 30 до 50%. Причитавшийся им покупательских дивиденд (хотя он был мизерным) получали члены кооператива, которые в данном случае выступали по отношению к не членам в качестве коллективного торгового капиталиста.

В 1908 г. первый всероссийский кооперативный съезд осудил подобную практику и рекомендовал заводить на посторонних покупателей заборные книжки, накапливать в них покупательский дивиденд до суммы паевого взноса, а затем принимать владельцев заборных книжек в кооператив, используя их накопления только для пополнения оборотного капитала. Однако такая практика не получила сколько-нибудь заметного распространения.

ТЯЖЕЛЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ ТОРГОВЛИ В КРЕДИТ

Большой и общей слабостью хозяйственной деятельности потребительской кооперации была продажа товаров в кредит своим членам, что естественно сокращало собственные оборотные средства. По свидетельству С.Н. Прокоповича, в 1910 году в потребительских кооперативах России как минимум ? членов брали товары в кредит. В среднем в сельских потребительских кооперативах долги членов за товары составляли 36% паевого капитала, в городских общегражданских — около 60%, в рабочих — более 100%. Лидировали в отпуске товаров в кредит фабрично-заводские рабочие общества, в которых, в частности в Московской губернии, задолженность членов превышала их паевой капитал от 2 до 8 раз.

Причины были разные. Кроме уже упомянутых — *низкие доходы, нерегулярная выдача заработной платы и другие*, одна общая — *сотни лет частные торговцы повсеместно торговали в кредит.* Естественно, потребительские кооперативы не могли сломать эту традицию за 15-20 лет своей деятельности и внедрить продажу в розницу только за наличные.

Задолженность членов потребительских обществ подрывала кредитоспособность. Ответственность членов по обязательствам кооператива была ограничена одним паем, который во многих обществах был выбран товаром в кредит, а основные фонды были невелики, поэтому доверие коммерческих банков к потребительским

кооперативам было низким. Это положение наглядно демонстрировала незначительная доля вкладов и займов в структуре оборотного капитала, которая составляла в 1910 году в сельских потребительских обществах 27%, городских общегражданских — 21%, рабочих — 14,6%.

Поэтому потребительские кооперативы были вынуждены сами кредитоваться у оптовых торговцев. В 1910 году товарный кредит занимал в оборотном капитале сельских потребительских обществ 48%, городских общегражданских — более 60%, рабочих — более 90% (данные по кооперативам Московского союза потребительских обществ). В таких условиях оптовые торговцы набрасывали за коммерческий риск дополнительные накидки, и часто покупка в кредит обходилась члену кооператива на 5%, а иногда на 10% дороже, чем за наличные.

Преобладание в кредитных операциях потребительских обществ товарного кредита имело два следствия. С одной стороны, прикрепление к определенным частным фирмам вносило элемент стабильности в хозяйственную деятельность потребительских обществ, с другой — под грузом огромного товарного кредита от частных поставщиков потребительские кооперативы теряли коммерческую мобильность, свободу выгодного маневра на рынке, а, следовательно, и возможную дополнительную прибыль.

СПОСОБЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫХ ТРУДНОСТЕЙ

Существовало *два основных способа преодолеть финансовые трудности*, с которыми сталкивалось большинство российских потребительских обществ:

Улучшить коммерческую работу.

Мобилизовать дополнительные финансовые ресурсы своих членов.

В первом направлении делалось многое. Кооперативы совершенствовались «счетоводство» (бухгалтерский учет), готовили для себя кадры служащих в коммерческих училищах, строили современные по тем временам склады, ледники, магазины, пекарни. Но *самым важным звеном коммерческой работы была деятельность наемных служащих, старших и младших приказчиков.* В большинстве потребительских обществ именно приказчики, а не члены правления, которые плохо разбирались в коммерции, определяли ассортимент товаров, условия их закупок, устанавливали цены, порядок работы в лавке. подбирали служащих,

вели переписку с частными фирмами. Как приказчики пользовались подобным положением, вспоминает один из них — Г. Заремба, прослуживший 15 лет в потребительских обществах: «Думаю, что не погрешу против профессиональной этики если как приказчик, коснусь вопроса о бонусах, премиях и чаевых, получаемых приказчиками всех рангов во многих и многих обществах потребителей. Взятничество, как попросту следует называть все эти бонусы и премии, свило себе в нашей среде прочное гнездо. Этого не будут отрицать как приказчики, получающие, так и фирмы, выплачивающие эти взятки... Получая взятки от известной фирмы, мы стараемся привезти и продавать товар именно этих фирм, не считаясь с тем, выгоден ли товар для общества, не залеживается ли он, не создадим ли обществу репутацию организации, продающей товар низкого качества».

РАБОТА С ПАЙЩИКАМИ

Второй способ преодоления финансовых трудностей потребительских обществ — мобилизация дополнительных финансовых ресурсов своих членов.

Наиболее простой и распространенный — увеличение размера пая до 25-50 и более рублей (по утвержденному царским правительством в 1897 году нормальному Уставу, паевой взнос не должен превышать 10 рублей, вступительный — 3 рублей) и повышение процентной ставки дивиденда на паевой капитал.

В результате в потребительских обществах (как действовавших ранее, так и во вновь создаваемых), в которых были приняты подобные меры, увеличивалась неоднородность членской базы. Поскольку многие члены не могли сразу выплатить даже одного большого пая, они были освобождены от одноразового платежа и вносили пай в рассрочку сами, или кооператив записывал их покупательские дивиденды в счет пая. Такие члены стали *именоваться членами-вкладчиками, годовыми подписчиками или постоянными заборщиками (товаров)*. Члены, выплатившие один пай, назывались *полнопайщиками*, два или несколько — *многопайщиками*. Во многих кооперативах количество постоянных заборщиков в несколько раз превышало число полнопайщиков и многопайщиков.

Правления кооперативов, конечно, были заинтересованы в увеличении числа многопай-

щиков: некоторые из них были меценатами, или, как сегодня говорят, спонсорами кооперативного движения. Большинство же многопайщиков рассчитывало на высокий дивиденд, чтобы выгодно вложить свободные средства.

ВЫСОКИЕ ПРОЦЕНТЫ НА ПАЕВЫЕ ВЗНОСЫ

Действительно, процент на паевой капитал во многих потребительских обществах России был даже выше процентной ставки в некоторых коммерческих банках. В 1910 году в 59-ти потребительских кооперативах он был равен 10 и более процентам в год. Рабочее потребительское общество при Брянском заводе выдавало на пай 15% годовых, при Коломенском — 26,4%, при Путиловском на первый пай — 30%, на второй — 18%. Таким путем кооперативы, которые испытывали финансовые трудности, пытались привлечь капиталы богатых пайщиков. Но чем выше процент на пай, тем ниже дивиденд на забор товаров, ведь источник формирования один — часть прибыли, выделяемая кооперативом для распределения между членами по паям и участию в операциях кооператива, т.е. закупках или заборе товаров.

Следовательно, многопайщики, хотя их было немного, получали дополнительные доходы за счет остальных членов кооператива.

РАЗЛИЧИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКИХ ИНТЕРЕСАХ

Различия в экономических интересах *многопайщиков*, для которых предпочтительней был высокий процент на пай, и *постоянных заборщиков*, для которых важнее был дивиденд на забор товаров, порождали некоторое *социальное напряжение* в потребительских обществах, хотя рядовые члены соглашались, что кооперативы нуждаются в увеличении собственных средств и что высоким дивидендом на пай состояния не наживешь. Данное противоречие постепенно разрешалось в пользу большинства членов путем *увеличения доли прибыли, распределяемой на забор товаров, и сокращения доли, распределяемой на пай*. Так, по подсчетам С.Н. Прокоповича на примере 9 различных потребительских кооперативов, это соотношение было в 1896 г. 70% и 30%, а в 1912 г. уже 75% и 25%. И все-таки российские потребитель-

ские кооперативы отставали в этом важном социальном аспекте внутрикооперативных отношений от английских и германских потребительских обществ, где доля прибыли, распределяемой на закупки товаров, была в среднем более 90%.

ПРОДАЖА ТОВАРОВ ПОД ДЕНЕЖНЫЕ АВАНСЫ

Практиковался еще один метод мобилизации собственных финансовых ресурсов, который применило в 1908 г. *Московское городское потребительское общество рабочих «Солидарность»* — продажа товаров под денежные авансы своих членов. Это был своеобразный внутрикооперативный денежный кредит, или внутренний займ, позволявший точнее учесть потребности членов (через индивидуальные заявки во время внесения аванса) и выгодно закупить товары, свободно маневрируя на оптовом рынке наличной денежной массой. *Горячими сторонницами авансовой системы стали жены рабочих, поскольку уменьшилась вероятность того, что вся получка будет прогита.* Аванс вносился в день выдачи зарплаты, и поэтому хозяйки могли спокойно месяц или неделю покупать продукты питания и промышленные товары. «Солидарность», как многие потребительские кооперативы, водкой не торговал. По этой и ряду других причин, и прежде всего охлаждению к ней самих пайщиков, авансовая система не получила широкого распространения.

ТРУД И КООПЕРАТИВНЫЙ КАПИТАЛ

Интересы наемных служащих и рабочих часто входили в противоречие с интересами коллективного нанимателя — потребительского общества. Справедливости ради следует сказать, что и правления потребительских обществ, особенно фабрично-заводских, во многих случаях очень плохо относились к приказчикам и рабочим своих торговых и производственных предприятий.

Рабочий день торговых служащих длился 12-14 часов, а рабочих пекарен и того больше. *Лавку приказчик должен был открывать в 5-6 часов утра* и отпускать товары весь день. На общих собраниях фабрично-заводские рабочие — члены потребительских обществ, как правило, отвергали всякие предложения облегчить труд, сократить рабочий день приказчиков, считая, что пребывание в лавке куда комфортнее, чем в цехах фабрик и заво-

дов, ссылаясь на установившийся в частной торговле обычай.

В 1908 г. забастовали торговые рабочие и булочники рабочего потребительского общества завода Гужона. Все забастовщики были уволены правлением кооператива...

В том же году возник конфликт между правлением Петербургского «Трудового союза» — одного из первых городских независимых рабочих потребительских кооперативов — и пекарями, приглашенными в кооператив через профсоюз булочников. Поскольку их классовые братья, члены кооператива, не выполнили условий найма, оговоренных профсоюзом, «пекаря, как пишет журнал «Труженник», сочли возможным запекать в хлебе щепки и прочую дрянь, вплоть до мертвых крыс». *Лозунг «Пролетарии всех стран, соединяйтесь» в данном случае не действовал.*

В 1912 году бастовали рабочие-булочники потребительского общества Путиловского завода.

На основании данных анкетирования, организованного кооперативной комиссией технического общества, в 1908 г. один из известных деятелей кооперативного движения Б. Фроммет констатировал, что «везде отсутствуют смешанные комиссии (представителей кооператива и наемных служащих) и кассы взаимопомощи, что забвение интересов служащих характерно для всех категорий кооперативов. В независимых рабочих обществах дело обстоит едва ли не хуже всего».

Было очевидно, что механизм отношений между коллективным работодателем и наемными рабочими и служащими нуждался в кардинальном улучшении, прежде всего в интересах самих потребительских обществ.

КОЛЛЕКТИВНЫЕ ДОГОВОРА

Надо отдать должное российским кооператорам. В течение 5-7 лет после первого Всероссийского съезда в большинстве потребительских обществ был практически решен этот большой вопрос. Отношения с рабочими и служащими стали регулироваться коллективными договорами, а в некоторых крупных общегражданских потребительских обществах, как например, в самарской «Самопомощи», в 1916 г. был установлен даже 8-часовой рабочий день с 2-часовым обеденным перерывом для рабочих и 6-часовой непрерывный рабочий день для служащих.

Это была главная социальная линия, по

которой отлаживался механизм отношений между коллективным хозяином-кооперативом и его наемными рабочими и служащими.

С другой стороны, кооперативы разными путями пытались ограничить торговую диктатуру и их собственных старших приказчиков. Так, в Пермской губернии некоторые кооперативы отдавали всю коммерческую деятельность на откуп старшему приказчику, выплачивая ему 3,5-4% от товарооборота лавки. Старший приказчик, т.е. современный директор магазина, на эти средства должен был организовать весь торговый процесс, включая найм оптимального числа рабочих и служащих, быстрое и галантное обслуживание покупателей, достаточный ассортимент и, самое главное, низкие цены на все товары в лавке. Разумеется, при таком механизме правление и лавочные комиссии в значительной мере утрачивали свои распорядительно-исполнительные функции. Последние ослабевали еще и потому, что на них не давил пресс каждодневных коммерческих забот. Поэтому и при таком механизме отношений кооператива и наемных служащих главными гарантами прибыльной финансовой деятельности потребительского кооператива оставались *честность и профессионализм приказчиков* и других работников кооператива. О том, что эти важнейшие категории были в дефиците, свидетельствует такой факт: *свыше трети потребительских кооперативов закончили 1909 финансовый год в Московской и других губерниях с убытками*. Поэтому передача всей хозяйственной деятельности в частные руки коммерсантов не привилась на российской почве, большинство кооператоров в России отвергло эти эксперименты.

Вновь и вновь вставал вопрос о подготовке своих идейных, честных и профессиональных кадров. Нужны были средства и преданные кооперации, авторитетные и высококвалифицированные учителя. Необходимо было планомерно изучать и распространять лучший опыт кооперативного управления и хозяйствования в России и Западной Европе. И то, и другое, и третье постепенно концентрировалось в Центросоюзе (МСПО), который расширял культурно-образовательную и общественно-массовую работу за счет развития оптовой торговли, производственной и посреднической деятельности.

НА ДЕКАБРЬ 1917 Г.

Число кооперативов всех видов достигло 51,2 тыс., число членов 23,6 млн. человек.

По охвату кооперированием сельская местность опережала города. 27,7 тыс. сельскохозяйственных кооперативов различных видов и их 500 союзов объединяли более 12 млн. крестьянских хозяйств, т.е. около половины сельского населения.

В экономическом и социальном плане наиболее влиятельной была потребительская кооперация. Ее доля в общем товарообороте страны достигла 7%, а по основным нормированным продуктам питания — от 35 до 46%. Число кооперативных магазинов увеличилось до 46 тысяч, товарооборот достиг почти 5 млрд. рублей.

КООПЕРАЦИЯ ПЕРИОДА «ВОЕННОГО КОММУНИЗМА»

Одной из самых тяжелых проблем потребительской кооперации в годы «военного коммунизма» была нехватка средств для расширения сети магазинов и распределительных пунктов. В результате многочасовые очереди за продуктами, получившие в народе название «хвосты», вызвали к жизни квартирные и домовые кооперативы.

Их было несколько видов:

Распределительные пункты в чьей-либо квартире без паев и приказчиков.

Пункты, создаваемые жителями дома по договоренности с лавочником, который приобретал нормированные продукты по карточкам, сданным ему жильцами. Паев при этом не вносилось.

Домовые кооперативы, члены которых собирали паи, арендовали помещение или лавку и нанимали приказчика.

Во всех этих случаях необходимые накладные расходы исчислялись путем обложения продуктовых карточек, т.е. оплата торгового обслуживания перекладывалась государством на плечи граждан-потребителей. Кроме того, многие домовые кооперативы оказались в руках торговцев.

Естественно, старые кооператоры были недовольны таким положением дел. Но самым обидным для них было то, что органы Наркомпрода на местах — Продовольственные комитеты наряду со своими собственными распределительными пунктами — отдавали предпочтение домовым кооперативам и недоброжелательно относились к традиционным потребительским обществам. Руководство Продкомитетом Пет-

рограда, например, считало, что традиционные потребительские общества уже отжили свой век и нужно переходить к высшей, по их мнению, форме торговли — муниципальной.

Это и стало идеологическим обоснованием курса на уничтожение старых демократических кооперативных структур. Несмотря на то, что кооперативные магазины, склады, хлебопекарни находились в полном распоряжении органов Наркомпрода, они открывали новые распределительные пункты в тех же местах, где действовали кооперативные лавки, сокращая им поставки продовольствия. Нередки были случаи конфискации кооперативных магазинов под наркомпродовские лавочки. В 1919 году в Петрограде, к примеру, был закрыт крупный кооператив Союза журналистов, а его имущество конфисковано.

Однако первичные кооперативы не были ликвидированы. Наоборот, с 1917 по 1919 годы число потребительских обществ и их членов выросло более чем в 2 раза: потребительских обществ — с 23,5 тыс. до 53 тыс., их членов — с 6,8 млн. до 18,5 млн. С учетом членов семей кооператоров услугами потребительских обществ пользовалось 92 млн. человек или около 65% населения страны.

Правда, эти грандиозные проценты кооперирования населения явно контрастировали с качественной стороной хозяйственной работы кооперации. Ее обороты в пересчете на твердую валюту и по товарной массе падали. Кооперативные магазины зияли унылой пустотой. Быстро сокращались заготовки. Запрещение частной торговли практически свело на нет коммерческую деятельность кооперативов и их союзов.

КООПЕРАТИВНАЯ ТОРГОВЛЯ В УСЛОВИЯХ НЭПА

В годы нэпа часть предприятий розничной торговли, отобранных у частника, постепенно передавались потребительским и другим видам кооперативов. Но одновременно государство расширяло и свой сектор в сфере торговли и услуг — крупные оптовые предприятия, оптово-розничные универмаги, такие как ГУМ и ЦУМ, фабрики-кухни.

Расширение поля деятельности кооперации намечалось вести по двум линиям: в первую очередь — за счет дальнейшего вытеснения частной торговли, и во вторую — путем замещения госторговли в тех районах и в той мере, какой кооперация будет в состоянии по своим

финансам и организационным возможностям заменить госторговлю без того, чтобы удорожить движение товаров к потребителю и без того, чтобы освобожденное госторговлей место на рынке было занято частной торговлей.

Итак, в начале 1927 года руководство партии еще следовало нэповской линии — постепенной передаче организации индивидуального потребления в руки самих потребителей: рабочих, крестьян, других слоев населения, объединенных в кооперативы. Но уже к концу 1927 года начался отход от этой линии.

В конце 1928 — начале 1929 года в стране вновь была введена карточная система. Города и промышленные предприятия стали снабжаться по дифференцированным спискам, делаям население по категориям, когда рабочие и служащие получали разные нормы хлеба, сахара, других продуктов. А среди рабочих ударники труда получали повышенные нормы.

Естественно, что основная часть нормированных товаров стала распределяться через сеть торговых предприятий потребительской кооперации. В каждом городе подавляющую часть нормированных товаров распределял Центральный рабочий кооператив (ЦРК), поэтому все взрослое гражданское население было практически кооперировано.

Именно в 1930 - 31 хозяйственном году доля потребительской кооперации в товарообороте страны достигла высшего уровня — почти 70%, а удельный вес в оптовой торговле — 62%. Но далее коммерческая работа потребительской кооперации пошла на убыль.

КУЛЬТУРНО-ПРОСВЕТИТЕЛЬСКАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

В этот период потребительская кооперация как массовая общественно-хозяйственная организация принимала активное участие в осуществлении культурной революции в стране. Члены потребительских обществ, тесно связанные с многомиллионными массами крестьян, проводили большую работу по ликвидации неграмотности среди жителей деревни. К 1929-1930 гг. в пунктах ликбеза было обучено грамоте более 500 тыс. пайщиков. Во многих районах страны на кооперативные средства создавались общеобразовательные школы. Просветительная и агитационная работа в деревнях велась в библиотеках и кооперативных уголках, создаваемых в избах-читальнях и кооперативных клубах, была организована сеть

библиотек. Из года в год увеличивалась продажа книг на селе.

В конце 20-х гг. сложилась система подготовки и переподготовки кооперативных работников, включавшая краткосрочные курсы (1,5 — 3 месяца); вечерние курсы без отрыва от производства (3 мес. — 1 год); долгосрочные курсы (6 месяцев — 1 год); курсы-съезды сроком от 5 дней до 2-х недель для руководящих работников; *кооперативные школы; кооперативные техникумы и кооперативные отделения промышленных техникумов; кооперативные вузы.*

Кооперативные школы готовили работников счетно-финансовой и торговой специальностей преимущественно для сельской местности. Инструкторов готовили областные курсы. Работников со средним образованием выпускали кооперативные техникумы и кооперативные отделения промышленно-экономических техникумов. Кооперативные вузы готовили экономистов, бухгалтеров, товароведов высшей квалификации.

В 20-е годы Центросоюз и республиканские кооперативные союзы выпускали большое количество книг, брошюр, журналов, газет, листовок, где освещались проблемы кооперативного строительства. В 1928 году кооперация издавала 17 периодических изданий. Среди них — ежедневная кооперативно-экономическая газета «Кооперативная жизнь», еженедельная газета «Общество потребителей», ежемесячные журналы сельскохозяйственной, промысловой и жилищной кооперации.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В ГОДЫ РАСЦВЕТА АДМИНИСТРАТИВНО-КОМАНДНОЙ СИСТЕМЫ (1929—1941)

Насильственная коллективизация (1928—1930) привела к резкому снижению продуктивности сельского хозяйства. Крестьяне, не желая идти в колхозы, резали скот, а животные, переданные колхозам, гибли из-за отсутствия подготовленных помещений и кормов. В 1929-1934гг. в общей сложности погибло 149,4 млн. голов скота. Ценность погибшего скота и пропавшей продукции (молоко, мясо, масло, шерсть и т.д.) превышает стоимость выстроенных заводов-гигантов.

Пассивное сопротивление крестьян, истребление скота, неспособность колхозов эффективно хозяйствовать, разорение деревни

не прекращавшимся раскулачиванием и выселением зажиточных хозяев, привели в 1932-1933гг. к голоду, который по своим размерам и количеству жертв оставил далеко позади даже голод 1921-1922 года.

Чтобы не нести ответ за содеянное, Сталин развязал террор против «врагов народа» и «вредителей» — представителей всех слоев советского общества, в том числе и кооператоров.

РЕПРЕССИИ ПРОТИВ РАБОТНИКОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Это был период, когда потребительская кооперация вновь, как в 1919 году, попали под жесткий контроль партийно-государственных органов. В 1929-1930 году по стране прокатилась волна генеральной чистки партийных рядов. По решению XVI партконференции чистка распространилась на беспартийных работников советских учреждений, в том числе и на кооперативных. Проверка аппарата Центросоюза в 1930 году выявила, что в его составе работали 47 бывших крупных купцов, 11 бывших министров разных региональных белогвардейских правительств. Все эти «враги народа» и сотни других были уничтожены. В 1937 году расстрелян председатель Правления Центросоюза А.И. Кухтин, в 1938 году — И.А. Зеленский.

Интересна характеристика, данная потребкооперации Сталиным:

«... кооперация систематически побивает частный сектор и становится монополистом в области торговли. Это, конечно, хорошо. Но плохо то, что эта монополия в ряде случаев идет во вред потребителям... кооперация предпочитает снабжать рабочих более доходными товарами... в связи с этим, рабочие вынуждены около 25% своей потребности сельскохозяйственных продуктов удовлетворять на частном рынке, переплачивая на ценах. Аппарат кооперации более всего заботится о балансе, ввиду чего слишком туго идет на снижение розничных цен. Выходит, что кооперация действует в данном случае не как социалистический сектор, а как своеобразный сектор, зараженный неким нэпманским духом. Спрашивается, кому нужна такая кооперация и какая польза для рабочих от ее монополии, если она не выполняет задачи серьезного улучшения реальной зарплаты рабочих». (Политотчет ЦК на XVI партийном съезде ВКП(б)).

В этом неграмотном заявлении Сталина

что ни фраза, то ложь. Во-первых, «кооперация систематически побивает частный сектор...» только потому, что частника правительство буквально душило налогами, которые приводили к полному разорению, — и эту победу над частником ни в коем случае нельзя ставить «в заслугу» кооперации как конкуренту. Во-вторых, потребкооперация неповинна в том, что она не могла выполнять «задачи серьезного улучшения реальной зарплаты рабочих» — она была закована в кандалы самим Сталиным: ни товарные фонды, ни цены, ни что либо другое от нее не зависели. И Сталин это отлично знал. Но он верен был своей манере собственную вину сваливать на других.

СНОВА КАРТОЧНАЯ СИСТЕМА СНАБЖЕНИЯ

Так или иначе партии нужно было найти выход из критического продовольственного положения, поскольку полуголодный народ не мог выполнять пятилетки да еще в четыре года.

Поскольку «товарный голод» усиливался, в 1930 году для снабжения рабочих и служащих отдельных крупных предприятий и учреждений в рамках ЦРК стали создаваться закрытые распределители (ЗР) и закрытые рабочие кооперативы (ЗРК).

К декабрю 1932 года в системе потребительской кооперации действовало 1738 закрытых рабочих кооперативов и около 1800 закрытых распределителей, а всего в стране насчитывалось 46 тыс. обществ потребителей, объединявших 73 млн. членов. Из них 23,5 млн. в городах и 49,5 млн. в сельской местности. Потребительская кооперация имела около 200 тыс. розничных торговых предприятий и 50 тыс. предприятий общественного питания. Кооператоры заготавливали более половины картофеля и овощей в стране, кормили хлебом большинство городского населения, производили около 5% рыночных фондов мяса на своих подсобных хозяйствах. Жилищно-арендная и жилищно-строительная кооперация в городах стали ведущими в аренде и строительстве городского жилого фонда.

Но огромные потенциальные возможности этой системы не были использованы.

В 1935 году советское государство окончательно прекратило деятельность городской потребительской кооперации, национализировав ее материально-техническую базу без всякой компенсации паевых взносов ее членам—

пайщикам. Потребительская кооперация передала наркомату внутренней торговли (Наркомвнутторгу) в 651 городе 26138 розничных торговых предприятий, 7096 предприятий общественного питания. Государственной промышленности были переданы 255 хлебозаводов, 1139 хлебопекарен, 6 чаеразвесочных фабрик, 43 молочных завода, Московский и Ленинградский пивоваренные заводы, 17 предприятий-холодильников, рыбные хозяйства и рыболовецкий флот.

В результате удельный вес торговли потребительской кооперации в общем товарообороте страны снизился до 20 %, а государственной торговли — возрос до 77%. Лишь 3% падало на торговлю промысловой кооперации и колхозов.

Итак за три года, с декабря 1932 по сентябрь 1935 года, Сталин ликвидировал городскую рабочую кооперацию, которая была создана самим рабочим классом и успешно служила ему более 30 лет. Число потребительских кооперативов в стране сократилось с 46 тысяч до 25,7 тысяч, количество членов — с 73 млн. до 40,8 млн.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В ГОДЫ ВЕЛИКОЙ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ВОЙНЫ 1941-1945 ГГ.

В июле 1941 г. появились карточки на хлеб и сахар, в конце 1941 — начале 1942 года - на мясо, рыбу и жиры. Снова, как в 1928-1935 годах, устанавливались нормы: рабочие оборонных предприятий получали снабжение по первой категории, (от 800 граммов до 1-1,2 кг. хлеба в сутки), других предприятий — по второй категории (500 гр. хлеба), иждивенцы и дети до 12 лет — по 300-400 гр. хлеба в сутки. Привилегированная часть советского общества (руководящие партийные и советские работники, партийный аппарат) имели особую систему снабжения, которая значительно отличалась в количественном и качественном отношении от общегражданской.

ВСЕ ДЛЯ ФРОНТА, ВСЕ ДЛЯ ПОБЕДЫ

Общее число граждан, получавших во время войны продукты питания по карточкам, доходило до 77 млн. человек.

Одновременно потребительской кооперации поручалось проводить встречную прода-

жу промышленных товаров колхозам под сдаваемые сельхозпродукты. Наряду с продажей товаров через свои магазины потребительская кооперация стала широко практиковать развозную торговлю, открывала небольшие магазины на полевых станах, в бригадах, особенно в Сибири, где посевная площадь в годы войны увеличилась на миллионы гектаров.

К 1944 г. почти две трети кооперативных работников составляли женщины, тогда как накануне войны их насчитывалось немногим более 20%. Трудиться приходилось от зари до зари, причем, закончив основную работу, они шли в подсобные хозяйства собирать дикорастущие плоды и ягоды, лекарственные растения. Кроме того, кооператоры участвовали в строительстве оборонных сооружений, дорог, дежурили в отрядах противовоздушной обороны. Миллионы полушубков, валенок, шерстяных носков, ватных штанов и курток, заготовленных и изготовленных потребительской кооперацией, собранное лекарственное сырье спасли жизнь сотням тысяч солдат и офицеров и вернули их в строй.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В ГОДЫ ВОССТАНОВЛЕНИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА (1945 – 1950 ГГ.)

Военные действия на огромной территории страны нанесли колоссальный урон народному хозяйству, в том числе и потребительской кооперации. На временно оккупированной территории находилось более половины предприятий потребительской кооперации. Их довоенный оборот составлял около 48% общего розничного кооперативного товарооборота.

Общая сумма ущерба потребительской кооперации превысила 6 млрд. руб.

Кооператоры приступили к восстановлению разрушенного сразу после освобождения Красной Армией оккупированных районов. Первым делом они налаживали работу пекарен, столовых и магазинов. Особенно большие трудности возникали из-за острой нехватки складского хозяйства и транспорта. Лишь 13% грузовых машин от довоенного уровня осталось у кооператоров.

9 ноября 1946 г. Совет министров СССР издал постановление «О развертывании кооперативной торговли в городах и поселках продовольственными и промышленными товарами и об увеличении производства продоволь-

ствия и товаров широкого потребления кооперативными предприятиями».

Итак после депортации потребительской кооперации из городов в сельскую местность в 1935 году, советское руководство снова открыло двери для потребительской кооперации в город, позволив ей, однако, только торговать. Создавать городские потребительские общества не разрешалось.

ТРЕТЬЯ НАЦИОНАЛИЗАЦИЯ ГОРОДСКОЙ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ

В августе 1949 г. ЦК КПСС и Совет Министров СССР без объяснений изъяли у потребительской кооперации 12,1 тыс. магазинов и 6 тыс. предприятий общественного питания в городах и передали их Министерству торговли.

Кооперативный сектор с его специфической формой собственности, самостоятельностью и демократическими принципами управления никак не вписывался в коммунистическую догму единого централизованного общенародного хозяйства. Даже будучи огосударственным, он тем не менее не становился и не мог стать вполне государственным, ибо кооперация, как ее ни поворачивай, не может стать Советской кооперацией. Вот почему Советское государство проводило крайне непоследовательную и противоречивую политику по отношению к потребительской и другим видам кооперации, одной рукой предоставляя льготы, другой — отбирая тысячи магазинов и столовых. Так потребительская кооперация пережила в 1949 году третью национализацию после 1932 и 1935 годов.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ХОЗЯЙСТВЕННОЙ И ОБЩЕСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ (1950-1990 ГГ.)

В 50-80 годы, как и в 30-50, развитие потребительской кооперации, ее материально-технической базы происходило в соответствии с пятилетними планами советского государства. Почти все ресурсы — товарную массу, стройматериалы, автотранспорт, жилье и др., Центросоюз, республиканские союзы получали от государственных органов и распределяли и использовали в соответствии с жестким партийно-государственным регламентированием.

Потребительская кооперация могла проявлять инициативу и получать дополнительные доходы от организации производства и заготовок на базе местных ресурсов, а также за счет предоставления дополнительных услуг населению. Это был важный резерв, и там, где потребсоюзы и потребительские общества использовали его, они успешно развивались.

ПЕРЕСТРОЙКА. ЗАКОН О КООПЕРАЦИИ 1988 Г.

26 мая 1988 г. в Советском Союзе (через 71 год после утверждения первого общероссийского кооперативного закона от 20 марта 1917 года) 9-ая сессия Верховного Совета СССР приняла Закон «О кооперации в СССР».

Новый «Закон о кооперации в СССР» создал предпосылки для возрождения кооперативного движения в Советском Союзе. Закон восстановил:

- многообразие форм кооперативной деятельности;
- право на создание союзов;
- собственную, кооперативную кредитно-банковскую систему;
- внешнеторговые операции;
- гарантировал государственное социальное обеспечение кооператорам.

Кооперативные организации получили свободу (с некоторым ограничениями) планирования, ценообразования, выбора поставщиков, сбыта, распределения прибыли, оплаты труда, формирования штатного расписания, а также налоговые льготы.

Однако новые возможности было трудно реализовать при отсутствии свободного рынка капитала, земли, производственных и жилых помещений, оборудования, строительных материалов.

Кроме того, Закон 1988 года содержал нормы, тормозящие процесс образования и расширения хозяйственной деятельности кооперативов.

Уже к осени 1988 года налоговые льготы для вновь создаваемых кооперативов были урезаны, а в дальнейшем практически ликвидированы. Тем не менее за два с половиной года, с января 1988 по июль 1990 года, число кооперативов выросло с 14 до 220 тыс., а работающих в них — со 100 тыс. до 5,2 млн. человек, объемы реализации товаров и услуг (с 1987 года) выросли в 200 с лишним раз и составили более 5% валового национального продукта страны.

В 1990 году наступил резкий спад в кооперативном строительстве. Среди многих причин этого — ограничение правительством заработной платы кооператоров и предоставление налоговых льгот малым предприятиям. Постановление Совета министров СССР от 8 августа 1990 года № 790 «О мерах по созданию и развитию малых предприятий» вызвало резкое сокращение производства кооперативами товаров и услуг и массовое преобразование малых кооперативов в малые предприятия. В целом в 90-е годы государственная ориентация в Советском Союзе, а затем в Российской Федерации на приоритетное развитие частного сектора в экономике ухудшило развитие кооперативных организаций в стране.

В связи с распадом Советского Союза в декабре 1991 г. Центросоюз СССР прекратил свою деятельность. По постановлению Правительства РСФСР № 42 от 16 декабря 1991 г. Центросоюз СССР передал Центросоюзу РСФСР все предприятия и организации, расположенные на территории России.

Так закончилась история потребительской кооперации Советского Союза и началась новейшая история потребительской кооперации России.

ПЕРЕХОД К РЫНОЧНЫМ ОТНОШЕНИЯМ 1991-2001 ГГ.

Первые шаги российской кооперации оказались очень трудными.

Реальный переход к рыночным отношениям в Российской Федерации начался в январе 1992 г. с либерализации цен. В первый месяц освобожденные цены на продукты и промышленные товары выросли на 245%, к концу года в среднем в 26 раз, а по многим продуктам питания в 100 и более раз. Галопирующая инфляция продолжалась до лета 1996 года, пока ее темпы не снизились до 1,5-2% в месяц.

Последствия гиперинфляции для потребительской кооперации оказались очень тяжелыми. В тысячи раз обесценились оборотные средства. Не на что стало покупать товары, сырье, горюче-смазочные материалы. Установленный государством предел торговых надбавок даже не покрывал издержек обращения. Торговля отечественными продовольственными товарами оказалась убыточной, а введение предоплаты заказанных товаров заставило многие организации потребительской кооперации распродавать свои предприятия, чтобы добыть обо-

ротные средства. Начали закрываться кооперативные магазины, столовые, кафе, заготовительные предприятия, оптовые базы.

Вследствие обесценивания денежных вкладов в банках резко понизилась покупательная способность сельского населения. Платежеспособный спрос жителей деревень, поселков, районных городов стремительно приближался к нулевой отметке. Одновременно в городах, даже в райцентрах стала бурно развиваться частная торговля, которая, имея минимальный штат, определенные льготы и пользуясь бесконтрольностью и разными способами уклонения от налогов, составила, особенно на первых порах, серьезнейшую конкуренцию кооперативам. В отличие от потребительской кооперации частная торговля не несет никаких социальных обязательств, не отвечает за снабжение населения самыми необходимыми товарами, тем более не дающими торгового «навара», а реализует лишь то, что прибыльно.

В результате доля товарооборота потребительской кооперации в общем товарообороте страны снизилась с 18,9% (1992 г.) до 4,1% в 1997 году.

Положение еще более осложнил углубившийся диспаритет цен на промышленные товары, сельхозтехнику, бензин, запчасти и продукцию сельского хозяйства - зерно, мясо, молоко, овощи, фрукты, технические культуры и т.д. Цены на промышленные товары выросли несопоставимо выше, чем на сельхозпродукцию. В результате резко упали доходы колхозов, АО, фермеров и всех сельских жителей — в большинстве своем пайщиков и клиентов потребительской кооперации. Средняя зарплата работников сельского хозяйства в 1995 году оказалась в три раза ниже, чем в промышленности и строительстве и не обеспечивала даже прожиточного минимума.

Однако самый тяжелый удар по потребительской кооперации нанесла разорительная (до 300% годовых) учетная ставка банковского процента.

Уже в 1994 году за пользование банковскими кредитами организации потребительской кооперации уплатили 1,5 триллиона неденоминированных рублей, понеся при этом 700 миллиардов рублей убытков.

В 1993 году более 100 тыс. небольших магазинов, столовых, пекарен и 1,5 тыс. хозрасчетных предприятий оказались нерентабельными, две трети потребсоюзов стали убыточными.

ПРИВАТИЗАЦИЯ И ЕЕ ПОСЛЕДСТВИЯ

Развернувшаяся в 1991-1995 годах широкая кампания коммерциализации и акционирования государственных предприятий также повлияла на деятельность многих организаций потребительской кооперации.

Суть коммерциализации сводилась к разукрупнению действующих предприятий и предоставлению выделившимся из них хозяйственным единицам права юридического лица. Некоторые коллективы кооперативных магазинов, столовых, кафе, автобаз, получив статус юридических лиц, начали выходить из сельских и районных потребительских обществ. Возникла реальная угроза утраты кооперативной собственности многими организациями потребительской кооперации.

Еще большую угрозу кооперативной собственности представляли попытки акционирования в ряде мест потребительских обществ. Ее инициаторы объясняли свои действия стремлением преодолеть кризисное финансовое положение своих организаций. Однако реальная причина была другой: передел собственности в пользу управленческого аппарата. Чтобы уменьшить число будущих акционеров, отдельные руководители потребительских обществ многократно увеличивали размер паевого взноса и таким образом автоматически исключили большинство пайщиков, оказавшихся не в состоянии внести дополнительно крупные суммы. Затем оставшееся меньшинство создавало акционерное общество, присвоив, имущество потребительского общества, или, оставаясь кооперативом, устанавливало высокие дивиденды на пай.

Следует подчеркнуть, что кооперативная собственность в принципе не может быть приватизирована законным путем (за исключением добровольной передачи ее с согласия членов), поскольку она уже представляет собой частно-групповую совместную собственность, аналогичную акционерной.

КРИЗИС 17 АВГУСТА 1998 Г.

Обвальная кризис после 17 августа, поставивший страну на грань финансовой катастрофы, отбросил назад и потребкооперацию. Но, верная своим кооперативным принципам, она продолжала обеспечивать селян товарами первой необходимости по устойчивым ценам, в то время как все коммерческие структуры

свернули торговлю. Губернатор Новгородской области М. Прусак, так отозвался о роли потребкооперации в этот период: «17 августа еще раз показало, что без потребкооперации мы не могли бы обеспечить продуктами и горожан».

1998 год закончили с прибылью лишь 13 потребсоюзов, что обусловило невыполнение Программы стабилизации и развития потребкооперации и Соглашения с Правительством на 1998 г.

170-ЛЕТИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В 2001 году свой 170-летний юбилей отметили 12 млн. членов 446 тыс. работников потребительской кооперации Российской Федерации.

Кооперативная торговля занимает более 65% в общем объеме товарооборота в сельской местности.

Продукция, выработанная на кооперативных предприятиях, занимает более 30% в объеме реализуемых в потребкооперации продовольственных товаров. За счет этого полностью обеспечивается сельское население хлебом, хлебобулочными и колбасными изделиями, на 25-30 процентов консервами и кондитерскими изделиями, на 60-70 процентов безалкогольными напитками.

Улучшилось финансовое состояние практически всех кооперативных организаций, около 55% из них работают без убытков. Впервые за последние годы достигнута безубыточная деятельность всей системы потребкооперации.

ВЗГЛЯД В БУДУЩЕЕ

В условиях глобализации экономики и культуры будущее потребительской и сельскохозяйственной кооперации во многом будет зависеть от отношения к ним государства.

Первым делом государство должно работать:

- государственную кооперативную политику;
- зафиксировать в Конституции наличие в стране кооперативного сектора экономики наряду с государственным и частным;

- добавить в статьи 8 и 9 Конституции Российской Федерации к государственной и частной собственности кооперативную собственность;

- объявить в официальных документах

Думы, Президента, Правительства о том, что рассматривает потребительские и другие виды кооперативов «народным предпринимательством» и как одну из структур социально-ориентированной экономики страны;

- провозгласить политику поощрения кооперативного движения с дополнительными льготами по налогам и кредитам.

В XXI веке потребительские общества и союзы должны активизировать свою деятельность по всем направлениям:

- создавать кооперативные банки в регионах;
- открывать кредитные секции или вступать в кредитные союзы;

- открывать жилищные отделы;
- активнее заниматься туризмом, организацией отдыха и спорта.

Потребительская кооперация должна начать движение в крупные города, на промышленные предприятия, на транспорт, в армию, в военные гарнизоны, студенческие городки — туда, где есть концентрация потребителей, особенно в отдаленных районах. Необходимо вновь расширять свой численный состав, членскую базу — рыночную основу кооперативов всех видов.

Потребительская и другие виды кооперативов должны постоянно демонстрировать свои преимущества по сравнению с частными фирмами и корпорациями: прежде всего обеспечивать участие членов в управлении и контроле за финансовой деятельностью, справедливо распределять прибыль, давать полную и правдивую информацию о состоянии дел в кооперативе, предлагать населению качественные товары и услуги.

Кооперативный сектор экономики России, особенно в сельском хозяйстве, не исчерпал своих возможностей. Есть надежда, что он будет успешно развиваться и в XXI веке.

*А.П. Макаренко, зав. кафедрой
международного кооперативного движения,
докт. эконом. наук*

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБНОВЛЕНИЯ ОСНОВНЫХ ФОНДОВ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Обновление основных фондов торговли потребительской кооперации — большая социально-экономическая проблема, охватывающая все региональные организации потребительской кооперации страны.

Основные фонды — главная составная часть материально-технической базы. Более 90 процентов стоимости материально-технической базы торговли приходится на основные фонды. От их состояния и использования зависит развитие отрасли, ее результативность. Поэтому обновление основных фондов и повышение эффективности их использования остаются важнейшими проблемами региональных организаций потребительской кооперации.

Особое значение приобретает проблема обеспеченности предприятий основными фондами, их обновления и повышения эффективности использования в новых экономических условиях — условиях активного формирования общегосударственной модели рыночных отношений.

Разделим анализ на два периода: один — до рыночных реформ, второй — в период рыночных реформ в экономике страны.

Анализируя теоретические вопросы, мы заметим, что сущность основных фондов торговли трактуется в литературе, по-разному. При этом не принимается во внимание человеческий труд, при помощи которого создаются основные фонды, наблюдается отождествление терминов «основные фонды», «основные средства», «основной капитал», «основные имущества» и «средства труда».

Однако «средства труда» и «основные фонды» понятия не тождественные. Понятие «средства труда» шире, чем понятие «основные фонды». Основные фонды включают в себя те предметы, которые созданы трудом человека и имеют стоимость. К средствам же труда относятся и такие объекты, которые не созданы трудом человека. Прав был К. Маркс, подчеркивая, что «так обстоит дело со всеми средствами производства, которые даны природой, без содействия человека: с землей, вет-

ром и водой, железом в рудной жиле, деревом в девственном лесу и т.д.» /К.Маркс. Капитал, т.1, -М, 1967,с. 215/.

Основные фонды в торговле охватывают меньшую совокупность объектов, чем средства труда. К средствам труда в торговле относят предметы, которые не принято относить к основным фондам. Так, инструменты, инвентарь, оборудование в преобладающей части учитываются в составе оборотных средств. В 2002 году был установлен лимит стоимости средств труда, которые относятся к основным фондам — не менее 10 тыс. руб. за единицу. Деньги, вложенные в основные фонды, правомерно считать основными средствами. На наш взгляд, можно дать следующее определение: основные фонды торговли — это совокупность предметов, созданных трудом человека и функционирующие в сфере труда человека как средства труда, которые сохраняют свою натуральную форму продолжительное время, и, постепенно изнашиваясь, переносят свою стоимость частями на создаваемый и реализуемый общественный продукт (товар) в размере амортизационных отчислений.

Из приведенного определения следует, что основные фонды торговли — категория экономическая. Ни внешняя форма предмета, ни материал, из которого он изготовлен, сами по себе не превращают предметы в составной элемент основных фондов. Главными отличительными особенностями основных фондов являются: во-первых, функционирование в качестве средств труда, многократное их использование в ряде циклов обращения; во-вторых, особый характер перенесения их стоимости на изготовленный продукт; в-третьих, основные фонды торговли, в их натуральной форме, непосредственно участвуют в осуществлении процесса обращения товаров. Без основных фондов процесс обращения товаров, говоря словами К. Маркса «... или совсем невозможен, или может происходить лишь в несовершенном виде».

Накопление основных фондов торговли, их обновление и прогрессивные тенденции в структуре достигаются на базе капитальных вложений, главным источником финансирования которых являются собственные средства организаций потребительской кооперации и частично привлеченные средства.

Чтобы правильно оценить темпы формирования основных фондов торговли потребительской кооперации, необходимо проанализировать процесс их накопления за длительный период.

Особенностью формирования основных фондов торговли является сочетание двух процессов: кругооборота стоимости основных фондов и их натуральной формы. Соответственно этому исследование основных фондов кооперативной торговли проведено в двух разрезах: во-первых, с точки зрения накопления основных фондов по стоимости; во-вторых, с точки зрения воспроизводства в натуре объектов, из которых состоят основные фонды.

Для обеспечения расширенного воспроизводства основных фондов потребительской кооперации требовались крупные капитальные вложения. За 30 лет (1961-1990) на формирование основных фондов кооперативной торговли РФ было направлено 8,3 млрд. руб. (в фак-

тически действовавших ценах), что составляет 52 % суммы всех капитальных вложений потребительской кооперации России (табл. 1)

Капитальными вложениями определяется развитие, укрепление и обновление материально-технической базы торговли потребительской кооперации. Они необходимы для формирования торговых и складских мощностей, для подъема их технического уровня. Преимущества системы потребительской кооперации, заключающиеся в объединении потребительских обществ в региональные союзы, позволили ей концентрировать финансовые ресурсы, обеспечить высокие масштабы воспроизводства основных фондов несмотря на то, что в отдельные годы было снижение удельного веса капитальных вложений в основные фонды торговли в общей сумме капитальных вложений потребительской кооперации. Это вызвано увеличением объема капитальных вложений в предприятия по заготовке и переработке сельскохозяйственных продуктов. Тем не менее, достигнутые объемы капитальных вложений потребительской кооперации сыграли важную роль в формировании основных фондов торговли, их обновлении. Основные фонды торговли в потребительской коопера-

Таблица 1.

Капитальные вложения организаций потребительской кооперации РФ и ввод в действие основных фондов торговли¹*

Годы	Все капитальные вложения потребительской кооперации, млрд.руб.	Капитальные вложения в основные фонды торговли		Ввод в действие основных фондов торговли, млрд. руб.	Ввод в действие объектов торговли	
		млрд. руб.	%		магазины, торговой площадью, млн.кв. м.	общето-варные склады площадью, млн.кв. м
1961-1965	1,1	0,7	63,6	0,7	1,0	1,0
1966-1970	2,0	1,2	60,0	1,1	1,5	1,2
1971-1975	2,1	1,2	57,1	1,1	1,5	1,25
1976-1980	2,8	1,5	53,6	1,4	1,6	1,4
1981-1985	3,3	1,7	51,5	1,6	1,4	1,4
1986-1990	4,6	2,0	43,5	1,8	1,5	1,4
Итого	15,9	8,3	52,2	7,8	8,5	7,65

* Данные: «Экономический ежегодник СССР» 1991 г., «Экономический ежегодник России» 1992 г., «Экономический ежегодник России» 1993 г., «Экономический ежегодник России» 1994 г., «Экономический ежегодник России» 1995 г., «Экономический ежегодник России» 1996 г., «Экономический ежегодник России» 1997 г., «Экономический ежегодник России» 1998 г., «Экономический ежегодник России» 1999 г., «Экономический ежегодник России» 2000 г., «Экономический ежегодник России» 2001 г., «Экономический ежегодник России» 2002 г., «Экономический ежегодник России» 2003 г., «Экономический ежегодник России» 2004 г., «Экономический ежегодник России» 2005 г., «Экономический ежегодник России» 2006 г., «Экономический ежегодник России» 2007 г., «Экономический ежегодник России» 2008 г., «Экономический ежегодник России» 2009 г., «Экономический ежегодник России» 2010 г., «Экономический ежегодник России» 2011 г., «Экономический ежегодник России» 2012 г., «Экономический ежегодник России» 2013 г., «Экономический ежегодник России» 2014 г., «Экономический ежегодник России» 2015 г., «Экономический ежегодник России» 2016 г., «Экономический ежегодник России» 2017 г., «Экономический ежегодник России» 2018 г., «Экономический ежегодник России» 2019 г., «Экономический ежегодник России» 2020 г., «Экономический ежегодник России» 2021 г., «Экономический ежегодник России» 2022 г.

ции обновлялись каждую пятилетку в среднем на 25-30 процентов.

Важнейшими тенденциями воспроизводства основных фондов кооперативной торговли, выявленными в процессе анализа формирования основных фондов на 30-летний период (1961-1990), являются: непрерывное накопление основных фондов, прогрессивные изменения в структуре, концентрация основных фондов на более крупных предприятиях оптовой и розничной торговли. Рост концентрации приводил к улучшению всех показателей экономической эффективности торговли и в том числе эффективности ее основных фондов.

Накопление основных фондов торговли потребительской кооперации, их расширение и совершенствование наблюдается за весь анализируемый 30-летний период. Балансовая стоимость основных фондов торговли увеличивалась каждую пятилетку в 1,6-2,1 раза.

Наблюдалось влияние научно-технического прогресса на формирование структуры основных фондов. Оно определяется, прежде всего, процессами, протекавшими в материальном производстве и науке. Развитие техники происходит по принципу «цепной реакции». Новая техника, возникнув в машиностроительной промышленности, незамедлительно вызывает усовершенствования в других отраслях, в том числе и в торговле, и ведет к общему повышению технической базы, усовершенствованию структуры основных фондов. Крупное машиностроительное производство позволяет также создавать и развивать мощную строительную индустрию, участвующую в формировании вещественных элементов основных фондов. Под влиянием технического прогресса происходит качественное улучшение материального состава основных фондов.

Проведенный анализ выявил прогрессивную тенденцию в изменении структуры основных фондов, которая выражается в росте доли их активной части. В составе основных фондов торговли потребительской кооперации Российской Федерации доля активной части основных фондов в 1990 году составляла 16,8%, что на два пункта выше, чем на начало 1972 года (по данным переоценки основных фондов 1972 года, доля активной части составляла 14,8%). Более наглядно эта тенденция проявляется при анализе доли машин и оборудования, которая возросла в общей стоимости основных фондов торгов-

ли за этот период с 6,2% до 10,1%. При этом следует иметь в виду, что до 1982 г. к основным фондам относились все виды оборудования стоимостью до 50 руб. и выше за единицу. После 1982 г. в состав основных фондов стали включать только те виды оборудования, которые имеют стоимость свыше 100 руб. за единицу. Все виды оборудования до 100 руб. за единицу были переведены из основных фондов в состав оборотных средств - малоценного инвентаря. Сумма малоценного инвентаря по отношению к стоимости основных фондов увеличилась с 4,9 % до 6%.

Если показатели структуры основных фондов привести в сопоставимый вид, рост доли активной части всех основных фондов за 1971-1990 годы составит более трех пунктов (рост с 14,8 до 17,9%), в том числе доля группы машин и оборудования — на 5 пунктов (рост с 6,2 до 11,2%). Однако следует отметить, что в торговле доля активной части основных фондов была недостаточной.

Наиболее отчетливо тенденция качественного улучшения материального состава основных фондов проявилась в их обновлении. Взамен мелких предприятий торговли, выходящих из строя вследствие износа, новые оптовые базы и магазины строились значительно крупнее. В результате нового строительства и реконструкции на базе капитальных вложений в формировании основных фондов наблюдалась позитивная тенденция укрупнения предприятий розничной и оптовой торговли потребительской кооперации. Торговая площадь в среднем на один магазин увеличилась с 47 м² в 1970 году до 85 м² в 1990 году и до 90 м² в 1991 году, т.е. почти в 2 раза.

Складская площадь в среднем на одну оптовую базу увеличилась с 10,2 тыс. м² в 1970 году до 15,4 тыс. м² в 1990 году.

Дальнейшее положение и развитие региональных организаций потребительской кооперации, их инвестиционная активность характеризуется противоречивыми явлениями, порожденными как объективными, так и субъективными факторами.

К объективным факторам, влияющим на региональные организации потребительской кооперации, можно отнести общее кризисное состояние экономики страны, вызванное проводимыми реформами: как известно, в 1990 году в СССР была обозначена новая цель экономической реформы — не ускорение, а пере-

ход к рыночной экономике. Была первоначально выбрана модель «регулируемого рынка», которая предполагала сочетание элементов планирования и рыночных отношений, что было закреплено в постановлении Верховного Совета СССР «О концепции перехода к регулируемой экономике в СССР» (июнь 1990 г.). Начать переход было намечено с 1991 года по окончании 12-й пятилетки. Однако в июне 1991 г. Ельцин Б.Н., придя к власти в качестве Президента РСФСР, постарался отменить в стране планирование, упразднить государственные плановые органы. 8 декабря 1991 года в тайне от народов страны Б. Ельцин совместно с Л.Кравчуком и С. Шушкевичем подписали соглашение о роспуске СССР как государства и создании СНГ. Президент России взял курс на ускорение и углубление рыночных реформ: было объявлено о либерализации цен, освобождении цен от государственного регулирования с января 1992 г., отмене системы материально-технического снабжения, дотаций убыточным отраслям, либерализации внешней торговли.

Вторым направлением ельцинской реформы стало проведение широкой приватизации (перевод государственной общенародной собственности в частную), превращение колхозов и совхозов в акционерные общества и фермерские хозяйства, сокращение финансирования расходов государства на здравоохранение, образование, культуру, науку. Многие НИИ прекратили свое существование. Все это вызвало у народа недовольство политикой правительства Б. Ельцина. В 1993 г. Верховный Совет открыто выступил против экономической политики,

проводимой Президентом и Правительством, объявив, что она ведет страну к экономическому кризису. Особенно подверглись критике методы приватизации, снижение жизненного уровня населения, рост числа безработных.

Покупательная способность городского и сельского населения, обслуживаемого региональными организациями потребительской кооперации, резко упала. Эти объективные условия, в которых оказались региональные организации потребительской кооперации, повлияли на их результат деятельности, включая торговлю (основную отрасль).

В годы реформирования экономики резко упала доля оборота розничной торговли потребительской кооперации в обороте страны, что видно из данных, приведенных в табл. 2.

В годы реформ многие организации потребительской кооперации оказались убыточными. В 1988 году из 77 региональных потребительских союзов только 7 предоставили сводные балансы с незначительной прибылью. Динамика отдельных показателей результатов работы региональных союзов за 1990-2000 годы приведена в табл.3.

Объемы реальных инвестиций (капитальные вложения в основные фонды) организаций потребительской кооперации в отдельные годы были настолько малы (в структуре менее 0,1), что органы государственной статистики в статотчетах делали прочерки.

Структура инвестиций по формам собственности, включая региональные кооперативные организации за последние 6 лет, приведена в таблице 4.

Таблица 2

Распределение оборота розничной торговли по формам собственности (в процентах к итогу) *

	1990	1995	1999	2000
Оборот розничной торговли – всего:	100	100	100	100
в т.ч. по формам собственности:				
государственная и муниципальная:	70	12	5	5
негосударственная —	30	88	95	95
из нее:				
частная —	22	70	82	82
потребительской кооперации —	23	5	2	2

* Ыт ааѓѓѓѓ Ёѓ њѓѓѓѓѓѓѓЂЂ. Ёѓ њѓѓѓ ѓ ѓѓѓѓѓѓ. - Ы., 2001, њѓѓ.251; Ёаѓѓѓа ѓ ѓа ѓѓѓѓѓѓѓѓа ЁЃЃЃЃа 1990 а - Ы., 1991, њѓѓ. 155

Таблица 3

**Динамика отдельных показателей региональных
организаций потребительской кооперации РФ за 1990-2000 годы**

Наименование показателей	1990	2000	2000 в процентах к 1990
Численность потребительских обществ (кооперативов) без районных, на конец года, тысяч	3,1	1,8	58,1
Численность районных потребительских обществ (кооперативов)	1,2	1,2	100
Численность пайщиков потребительских обществ на конец года, млн. чел.	22,8	11,4	50,0
Основные фонды в стоимостном выражении на конец года, млрд. руб.	16,3	16,9	103,6
Розничные торговые предприятия, на конец года, тысяч	180	90,7	50,4
В том числе:			
магазины, тысяч	130	85,3	65,6
их торговая площадь, тыс. кв. м.	13100	7314	55,8
предприятия промышленности, тыс.	8,9	5,2	58,4
Розничный товароборот, млрд. руб.*	118	43	36,4
Капитальные вложения, млрд. руб.	1,4	0,5	35,7
Ввод в действие основных фондов, млрд. руб.	1,1	0,4	36,3
Закупки сельхозпродуктов и сырья, млрд. руб.	7,5	5,2	69,3
Прибыль региональных организаций, млрд. руб.	1,7	0,5	30,0

Таблица 4

**Структура инвестиций в основной капитал по формам собственности РФ (в
процентах к итогу)****

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000
Всего по РФ	100	100	100	100	100	100	100
В т.ч. по формам собственности инвесторов (заказчиков)							
государственная	32,4	31,3	27,1	24,5	22,6	22,6	23,1
муниципальная	8,0	6,3	5,3	5,4	5,0	4,6	4,5
частная	18,3	13,4	16,0	22,7	26,1	25,5	31,2
общественных и религиозных организаций (объединений)	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1
потребительской кооперации	0,1	-	-	-		...	0,1
смешанная российская	39,4	46,2	48,5	43,0	40,1	36,7	29,6
иностранная	-	-	-	1,2	2,2	3,1	1,5
совместная российская и иностранная	1,7	2,7	3,0	3,1	3,9	7,4	9,9

* По данным Госкомстата РФ. Народное хозяйство РСФСР 1990 г. - М, 1991, стр.154

** Госкомстат России. Россия в цифрах. - М, 2001, стр. 319

Поскольку многие региональные союзы в годы рыночных реформ были убыточными, они не имели возможности выделять из прибыли средства на капитальные вложения для обеспечения обновления основных фондов. Практически у многих союзов не было прибыли.

Финансовые затруднения региональных потребсоюзов, вызванные общим кризисным состоянием экономики страны, затормозили инвестиционную деятельность. Объемы капитальных вложений в основной капитал в 1991-2000 годах постоянно сокращались. Однако строительство объектов полностью не прекращалось.

На воспроизводство и обновление, в основном за счет собственных средств, фонда развития и заимствования средств у населения региональные союзы в небольших объемах выделяли средства и осваивали капитальные вложения. Продолжалось начатое в предыдущие годы строительство магазинов, цехов по производству пищевых продуктов, цехов по производству колбасных и кондитерских изделий, ремонт консервных заводов. В хлебопекарной промышленности осуществлялся капитальный ремонт хлебопекарен небольшой мощности.

Следует отметить, что некоторые региональные союзы потребительской кооперации добились рентабельности торговли, и, используя прибыль и привлеченные средства, в 1999-2000 годах активизировали инвестиционную деятельность. Так, Вологодский региональный потребсоюз освоил капитальных вложений в сумме 28 млн. руб. и ввел в действие магазины общей торговой площадью в 1770 кв. м., Ленинградский союз освоил 22 млн. руб. и ввел в действие 2800 кв. м. торговых площадей, Псковский союз — 24 млн. руб., 800 кв.м. площадей и предприятия общепита на 126 мест, Владимирский освоил 25 млн. руб. и ввел в действие магазины торговой площадью в 440 кв.м и предприятия общепита на 36 мест, Тверской — освоил 16 млн. руб., ввел в действие магазины площадью 850 кв. м. и предприятия общепита на 170 мест, Калужский освоил 10 млн. руб. и ввел магазинов на 170 кв. м. и предприятий общественного питания на 70 мест, Нижегородский союз освоил 30 млн. руб. и ввел в действие магазинов на 1100 кв. м., Чувашский освоил 21 млн. руб. и ввел магазинов на 440 кв. м., Татарский союз освоил 85 млн. руб. и ввел в действие магазинов на 360 кв. м., предприятия общепита, оптовый склад на 800 кв. м., хлебопекарню и кондитерский цех, Пермский союз освоил 20 млн. руб. и ввел магазинов на 320 кв. м., оптовый склад на 500 кв. м. и др.

Однако в торговле потребительской кооперации прибыль (как конечный экономический показатель) имеет ограниченное применение

по следующим причинам:

1. Потребительские кооперативы являются некоммерческими организациями. По Гражданскому кодексу РФ потребительские кооперативы отнесены к некоммерческим организациям, не имеющим извлечение прибыли в качестве основной цели (ст. 50 ГК РФ). В том же Гражданском кодексе предусмотрено, что некоммерческие организации могут осуществлять предпринимательскую деятельность, поскольку это служит достижению целей, ради которых они созданы.

Согласно статье 116 ГК РФ, потребительским кооперативам признается добровольное объединение граждан и юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов.

2. Цель торговли потребительской кооперации — не создание национального дохода, а доведение до потребителя товаров и достижение дополнительного социально-экономического эффекта, выраженного в росте товарооборота. Следовательно, основным оценочным показателем, в частности, социального эффекта, будет удовлетворение платежеспособного спроса и сокращение времени на покупку товаров в торговых предприятиях.

В законе Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» в редакции федеральных законов от 19 июня 1992 г. № 3085 — 1, от 11 июля 1997 г. №97-ФЗ, от 28 апреля 2000 г. № 54-ФЗ определены следующие основные задачи потребительской кооперации:

создание и развитие организаций торговли; закупка у граждан и юридических лиц сельскохозяйственных продуктов и сырья, продукции личных подсобных хозяйств и промыслов, плодов, ягод, грибов, лекарственно-технического сырья с последующей их переработкой и реализацией через торговую сеть; производство пищевых продуктов и непродовольственных товаров с последующей их реализацией через розничную торговую сеть.

Развитие торговли, а также развитие производства товаров и закупок сельхозпродуктов имеет целью удовлетворение платежеспособного спроса населения.

Спрос на товары - это социально-экономическая категория. Поэтому наибольший социально-экономический эффект торговли потребительской кооперации достигается при соответствии количества, качества и ассортимента товарной массы платежеспособному

спросу населения. Стоимостными показателями, характеризующими социально-экономический эффект, служит розничный товарооборот (продажа товаров на душу населения), а также сокращение для населения времени на покупку товаров и соответственно увеличение свободного времени населения.

Свободное время является важным социальным компонентом, получаемым в сфере торговых услуг. Под свободным К. Маркс справедливо понимал время, которым располагает человек «... для образования, для интеллектуального развития, для выполнения социальных функций, для товарищеского общения». В. И. Ленин, развивая эту мысль, считал, что рабочий должен иметь свободное время «... для отдыха, для своего развития, для пользования своими правами как человека, как семьянина, как гражданина».

Следует иметь в виду, что между экономическим и социальным эффектами существует взаимная связь и обусловленность. Эту обусловленность подмечал еще В.И. Ленин. Критикуя Струве и Туган-Барановского, которые противопоставляли экономическое социальному, Ленин писал: «Я решительно не понимаю, какой смысл может иметь такое различие?? Как может быть экономическое вне социального??»¹ Из этого замечания следует, что все экономическое ведет к социальному, является одновременно и социальным.

Обновление основных фондов как экономическая категория ведет к социальным результатам.

Физический и моральный износ основных фондов в торговле вызывается старением средств труда. Это вызывает необходимость ускоренного их обновления.

Чем выше будут темпы ввода новых средств труда, тем быстрее улучшается возрастной состав основных фондов, то есть ускоряется их обновление.

Быстрых темпов обновления основных фондов в региональных организациях потребительской кооперации можно достичь за счет рационального использования их финансовых внутренних ресурсов.

Основными внутренними источниками финансирования капитальных затрат на обновление основных фондов торговли в региональных организациях потребительской кооперации (при рациональном их использовании) являются:

во-первых, собственные финансовые ресурсы (амортизационные отчисления, прибыль, средства, выплачиваемые органами стра-

хования в виде возмещения потерь по страховым случаям, средства фонда развития потребительской кооперации;

во-вторых, привлеченные средства в виде займов от населения и пайщиков, иных хозяйствующих субъектов, обслуживаемых региональными организациями потребительской кооперации;²

в-третьих, денежные средства, централизованные в союзах потребительских обществ, в фондах финансирования капитальных вложений для создания объектов межхозяйственного значения (оптовых торговых баз, областных баз концентрации сельхозпродуктов и сырья, предприятий по переработке продукции и сырья и т.п.).

В перспективе у региональных организаций появится возможность направлять часть прибыли на обновление основных фондов.

Региональные организации потребительской кооперации не должны исключать и использование лизинга при формировании основных фондов собственных строительных организаций. Согласно законодательству России, лизинг рассматривается как разновидность арендных отношений на основе договоров, арендодатель (лизингодатель) обязуется приобрести в свою собственность указанное лизингополучателем оборудование, другие средства труда и передать их арендатору во временное владение и использование за плату, определенную в договоре. По окончании договора лизинга лизингополучатель (арендатор) имеет право приобрести это оборудование по остаточной стоимости за минусом износа.

Лизинговые операции получили развитие в ряде зарубежных стран. Так, согласно оценкам специалистов, в 1995 г. удельный вес лизинга в промышленных инвестициях в Великобритании составил 18%, Германии — 14%, Швеции и Франции — 15%, Испании — 14%, США — 30%.

Роль организаций потребительской кооперации в воспроизводстве основных фондов в перспективе будет возрастать, увеличатся объемы их капитального строительства. Это вызовет увеличение объемов работ по проектированию объектов и необходимость восстановления деятельности проектных организаций потребительской кооперации.

П.И. ВАХРИН, зав. кафедрой финансов и кредита, д.э.н., профессор

² Порядок привлечения заемных средств изложен в «Методических рекомендациях по привлечению заемных средств у населения организациями потребительской кооперации и методике оценки экономической эффективности их использования». Разработаны кафедрой финансов и кредита Московского университета потребительской кооперации. - М.: МУПК, 2001.

¹ Ленин В.И. Полное собрание сочинений, т.46, стр.30.

НОВЫЕ МОДЕЛИ ИНВЕСТИРОВАНИЯ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

В период радикальных экономических реформ у нас в стране возникла огромная потребность в инвестициях в основные средства промышленности и социальной сферы. Причем в первую очередь заемные средства требуются для повышения эффективности использования действующих предприятий и лишь затем — на создание новых производств.

Недостаток основных средств, ощущается и в системе потребительской кооперации. Для выполнения поставленной перед нею социальной миссии потребительская кооперация возрождает инфраструктуру села, берет на себя множество новых, не свойственных ей, функций: открывает фотоателье и парикмахерские, мастерские по пошиву и ремонту одежды, аптеки, создает малые производства по переработке сельскохозяйственной продукции. Ей необходимо поднять на новый технологический уровень уже имеющиеся производственные фонды, чтобы создавать реальную конкуренцию частному сектору. Все это требует большого количества ресурсов, в том числе и инвестиционных.

При разработке инвестиционной политики как потребительской кооперации в целом, так и отдельным потребительским обществам, необходимо наряду с определением общего объема инвестиций определить структуру источников финансирования. При этом следует соблюдать правильное соотношение общего объема инвестиций с величиной собственных активов, что позволит сохранить право собственности на производство в случае неудачной реализации инвестиционного проекта.

В России, наряду с традиционными источниками инвестирования в настоящее время получают распространение такие формы, как лизинг и проектное финансирование.

Суть последнего заключается в том, что основным обеспечением предоставляемых кредитов является сам проект, то есть доходы, которые получит создаваемое (реконструируемое) предприятие в будущем. Для системы потребительской кооперации «классическая схема» проектного финансирования применяется довольно редко. Прежде всего, это связано с дефицитом проектов, которые обещали бы сверхвысокие прибыли в короткие сроки, по-

этому такой вид инвестирования менее привлекателен для инвесторов, чем лизинг.

Начало официальной истории российского лизинга положил Указ Президента РФ «О развитии финансового лизинга в инвестиционной деятельности РФ» (1994 г.). К тому времени в России работало около полутора десятков лизинговых компаний, то есть рынок лизинга начинался практически с нуля. После принятия Федерального закона «О лизинге» в конце 1998 года ситуация изменилась. Сегодня на рынке лизинга насчитывается более 2000 компаний, правда, реально работают и считают лизинг профильным видом деятельности не более 10-12%. Для сравнения: доля лизинга в общем объеме инвестиций в развитых странах достигает 30%, в нашей стране можно говорить пока только о 1,2-1,5%.

Основными преимуществами лизинга являются:

инвестирование в форме имущества в отличие от денежного кредита снижает риск невозврата средств, так как за лизингодателем сохраняются права собственности на переданное имущество;

лизинговое имущество не числится у лизингополучателя на балансе, что не увеличивает его активы и освобождает от уплаты налога на это имущество;

лизинговые платежи относятся на издержки производства лизингополучателя и, соответственно, снижают налогооблагаемую прибыль;

предприятию проще получить имущество по лизингу, чем ссуду на его приобретение, так как лизинговое имущество выступает в качестве залога;

лизинг предполагает стопроцентное кредитование и не требует немедленного начала платежей, что позволяет без резкого финансового напряжения обновлять производственные фонды, приобретать дорогостоящее имущество;

для лизингополучателя уменьшается риск морального и физического износа и устаревания имущества, так как имущество берется не в собственность, а во временное пользование;

платежи по лизингу не привязаны к нормам амортизации; по соглашению сторон в договоре лизинга может предусматриваться ускоренная амортизация лизингового имущества;

лизинговое соглашение более гибко, чем ссуда, так как предоставляет обеим сторонам возможность выработать удобную схему выплат; производитель получает дополнительные возможности сбыта продукции.

Законом определено три вида лизинга – финансовый, возвратный и оперативный. Наибольшее распространение получили два первых вида. Обычно это долговременные сделки на срок от 1,5 до 3,5 лет. В лизинг сегодня сдаются практически все виды оборудования. Во всех отраслях промышленности. Наибольшим успехом пользуются автотранспортные средства, строительная и дорожная техника, перерабатывающее оборудование для сельского хозяйства, телекоммуникационное оборудование.

В потребительской кооперации ситуация с развитием лизинга довольно непростая. С одной стороны, существует сильный износ оборудования, которым пользуются предприятия потребительской кооперации, с другой стороны, встает вопрос: смогут ли кооперативные предприятия выплачивать лизинговые платежи, правильно рассчитывать потребность в оборудовании, и кто станет гарантом обеспечения лизинговых платежей? Однако лизинг для потребительской кооперации должен стать именно тем финансовым инструментом, который необходимо использовать и развивать. Для кооперативных организаций использование лизинга дает, кроме налогового, следующие преимущества:

Центросоюз, выступая лизингодателем, может проводить лизинговые сделки не только в системе потребкооперации, но и в сельском хозяйстве;

появляется возможность достаточно быстро создавать на современной основе машинно-технологические станции, развивать переработку сельхозпродукции, осуществлять внедрение новейшего оборудования на уже работающих предприятиях.

Для широкого использования лизингового механизма в потребительской кооперации Центросоюз РФ учредил некоммерческое партнерство «Общество взаимного страхования «Единение», денежные фонды которого используются в основном для финансирования лизинговой программы ФЛК «Кооптраст». Можно с достаточным основанием утверждать, что развитие лизинга в системе потребительской кооперации будет осуществляться как в направлении роста общего объема лизинговых операций, так и освоения новых сфер и видов лизинговой деятельности.

Особо важное место здесь будет занимать международный лизинг.

При осуществлении международного лизинга лизингодатель или лизингополучатель являются нерезидентом. В этом виде лизинга можно выделить несколько модификаций: транзитный, прямой экспортный, прямой импортный, непрямой. Наиболее распространенным из перечисленных видов лизинга является транзитный, когда лизингодатель одной страны берет кредит, приобретает необходимое оборудование в другой стране и поставляет его лизингополучателю, находящемуся в третьей стране. Российские лизингополучатели при использовании международного лизинга могут осуществлять более масштабные операции по техническому перевооружению предприятий, их структурной перестройке, поскольку зарубежные компании подчас обладают большим размером капитала, значительно большим, чем российские, находящиеся в начальной стадии развития.

Международный лизинг позволяет комбинировать разного рода преимущества, предоставляемые национальным и иностранным долевым участникам. Так, например, можно обеспечить привлекательность лизинговой сделки через третьи страны, которые предоставляют особо льготный режим налогообложения через оффшорные зоны. Валютное регулирование в России допускает лизинговые сделки российскими лизингополучателями с лизингодателями, которые расположены в оффшорных зонах, что обеспечивает им налоговые преимущества.

В тоже время следует отметить, что использование международного лизинга в настоящее время имеет ряд ограничений в его развитии. Так, существующий налоговый режим и таможенно-валютное регулирование делают международный лизинг менее привлекательным, чем внутренний, так как завышаются лизинговые платежи и, соответственно, повышаются конечные затраты предприятия. В связи с этим необходимы дополнительные подзаконные акты, государственные гарантии и прямая государственная поддержка эффективных инвестиционных проектов, реализуемых с помощью лизинга.

А.А. ПРУДНИКОВА, ст. преподаватель кафедры организации внешнеэкономической деятельности

КООПЕРАЦИЯ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

В начале XXI века кооперативные организации вынуждены осуществлять свою деятельность в условиях глобализации мировой экономики. В настоящее время не существует единого определения «глобализации», но одно определено – в мире, где она осуществима, движущей силой развития экономических отношений является рынок, общий рынок. Это означает, что мир становится меньше, не в буквальном смысле, конечно, а в переносном – деловом.

Перспективные глобальные изменения на мировых рынках оказывают существенное воздействие на развитие кооперативного движения.

Во-первых, современное общество стремится одновременно в двух противоположных направлениях: с развитием транспорта, систем связи, высоких технологий роль города в жизни общества резко возросла, и «деревня» стала на время не «нужна», но сейчас в жесткое урбанистическое время происходит возврат к природе, к своим корням, возрастает необходимость в этническом и религиозном самоопределении. Кооперативы, действующие на местном уровне, могут разрешить это противоречие, только объединившись в региональные, национальные и глобальные союзы.

Во-вторых, происходит изменение системы власти также в двух направлениях: национальное государство передает часть своих полномочий «вверх» - к международным организациям и «вниз» — к местным обществам.

В-третьих, Международный Кооперативный Альянс может играть важную роль среди международных организаций. Кооперативы через МКА имеют потенциальную возможность стать главным компонентом гражданского общества. МКА является самым крупным и одним из старых, и, вероятно, наиболее универсальным из неправительственных организаций.

В-четвертых, коррупция пронизывает все в большей степени политическое и общественное устройство многих стран, охватывая не только национальные, но и наднациональные структуры мирового сообщества.

Сегодня многие члены кооперативов во многих развитых и развивающихся странах относятся с опаской к «третьей мировой войне» – войне рынков. Глобализационные процессы сопровождаются кризисными явлениями в

экономике. В то же время кооперативы страдают от них намного меньше, чем частные предприятия, так как они в основном опираются на членский капитал, на решение конкретных проблем людей, которые не исчезают, а только обостряются в кризисной ситуации, и не вовлечены в спекулятивные действия.

Время, когда кооперативы были «третьим» путем социально-экономического роста, занимая место между капитализмом и социализмом, прошло. Мир вступил в новую эру – неоэкономическую систему, характеризующуюся переделом мира между крупнейшими ТНК и наиболее развитыми странами.

Невозможность социализма (сегодня) и неспособность капитализма решать социальные проблемы привели к некоторому тождественному кооперативному кризису.

Необходимо различать потребительские и производственные кооперативы.

Кооперативы потребителей появились тогда, когда услуги различных производителей не были ни географически, ни материально доступны или необходимой услуги вообще не существовало. Наиболее известные кооперативы такого рода – электрические кооперативы в США, Аргентине, Бразилии и других южноамериканских странах. В Аргентине, например, более чем 500 кооперативов распределяли около 10% электроэнергии, которая использовалась 15% всех потребителей.

Экономические и социальные преимущества кооперативов «общественных» услуг основываются на вкладе в местное создание занятости, экономическое развитие и децентрализацию.

В условиях глобализации потребительские кооперативы наиболее устойчивы и способны противостоять давлению со стороны крупных и крупнейших компаний инвесторного типа, в т.ч. ТНК. Это возможно при ориентации потребительских кооперативов не на рынок, а на исключительное удовлетворение потребностей своих членов в соответствии с решениями, принимаемыми самими членами. Ориентация потребительских кооперативов на внешний рынок, обслуживание нечленов – прямой путь к их гибели в результате конкуренции с более крупными рыночными предпринимательскими структурами. В то же вре-

мя упрочение позиций потребительской кооперации в условиях глобализации, подавляющего воздействия ТНК на потребителей, возможно лишь при укреплении единства внутри кооперативного сектора мировой экономики. Значительно повышается роль региональных, национальных и межнациональных союзов, главной задачей которых становится не столько идеологическая, сколько повседневная практическая работа по организации хозяйственных связей между кооперативами, в т.ч. и разных стран.

Кооперативы потребителей существуют также в области здравоохранения (например, В Японии и США) и страхования (во Франции).

Производственные кооперативы сегодня – часто результат выкупа служащими компаний части капитала, которые обнаружили пробелы в обеспечении «общими» услугами. Они также имеют старые традиции (например, медицинский кооператив UNIMED в Бразилии). Такие кооперативы могут осуществлять свою деятельность в области транспорта, страхования, здоровья и социальных услуг. В странах, имеющих традицию или новые законы по децентрализации общественной власти до управления на местном уровне (Италия, Великобритания) такие кооперативы поддерживают особо. Местные власти заключают контракты с кооперативами на оказание или поставку той или иной услуги. Кооперативы производителей включают от 10 до 60000 членов.

Есть попытки организации кооперативов, члены которых входят как потребители, так и производители. Но большого опыта в деятельности таких организационных форм нет. Все еще впереди, ведь только практика покажет результаты их деятельности и точность выполнения поставленных задач. Современный опыт России показывает, что создание таких кооперативов ведет к уменьшению членской базы.

Успешные кооперативы, обеспечивающие социальные интересы, могут дать возможность населению быть услышанными, повышать конкурентоспособность в этой области, которая на данный момент является либо государственной, либо частной монополией.

Если кооперативы способны получать прибыль и развивать новые направления деятельности, то есть вероятность, что они будут процветать и увеличивать свои рыночные доли.

Глобализация – динамичный процесс, в котором на общество будут воздействовать различные факторы, и невозможно точно рассчи-

тать ее последствия. Есть два наиболее вероятных: рост безработицы и концентрация экономической мощи. Оба этих последствия представляют реальную угрозу для демократии.

Кооперативы – способ значительно сгладить данные последствия. С одной стороны, они увеличивают занятость населения, с другой – являются экономическим противовесом концентрации капиталов. Одним из важнейших направлений является объединение кооперативов перед лицом внешней угрозы, противопоставление мировой глобализации кооперативной интеграции и глобализации. Вместо того чтобы конфликтовать или соперничать, кооперативам разных типов и видов необходимо определить общие перспективы и возможности для развития взаимопомощи внутри кооперативного сектора национальных и мировой экономики.

Все многообразие кооперативов объединяет один признак – сотрудничество между кооперативами. Любой кооператив только тогда признается кооперативом, когда он признает кооперативные ценности и все принципы кооперативного движения и следует им на практике. Этот принцип, впервые сформулированный в 1966 году, в разной степени применялся, начиная с 1850-х годов. Его значение особенно возрастает в XXI веке в связи с формированием неэкономической системы, характеризующейся глобализацией всех сторон жизни общества. Если кооперативы намерены полностью использовать свой потенциал, сохранить привлекательность для населения в условиях принципиально меняющегося мира, то они могут добиться этого с помощью постоянного и практического сотрудничества.

После разрушения мировой социалистической системы кооперативы стали больше подвержены нападению со стороны частного сектора. Они часто оказываются небоеспособными из-за того, что не используют свою главную силу нападения. Поэтому кооперативы должны стать более конкурентоспособными в вопросах оказания услуг и продажи товаров и особенно в обслуживании своих членов. Они в дополнение к восхвалению выгоды от кооперативных услуг и товаров должны показывать, что кооперативы лучше, так как основаны на различных принципах и ценностях – социальной ответственности в вопросах защиты окружающей среды, безопасности пищевых продуктов и борьбы с безработицей. Эти проблемы крайне беспокоят общество, поэтому формирование положи-

тельного образа кооперативного движения для него связано с решением именно этих вопросов.

Необходимо поддерживать правительства, когда они действуют в интересах кооперации. Мудрые правительства понимают, что кооперативы могут успешно действовать в социальной сфере.

В условиях пересмотра роли государства и уменьшения «общественного» бюджета на местном, региональном, национальном и международном уровнях идет поиск новых моделей финансирования и обеспечения «общих» услуг. Таких, например, как предприятия коммунального обслуживания (газ, электричество, вода), инфраструктура и связь, медицинские услуги. В Европе такие организации стремятся действовать, одновременно заботясь об окружающей среде и удовлетворяя интересы потребителей.

Основные принципы таких организаций:

- постоянство деятельности;
- равный доступ;
- универсальность.

Есть различные пути организации удовлетворения общественных потребностей: политические и административные назначения, культурные и социальные традиции. Они могут осуществляться как государством, так и частными предприятиями в любой конкурентоспособной или монополистической ситуации. Условия удовлетворения таких потребностей регулируются государством в различной степени в зависимости от конкретного вида потребностей. В то же время государство не всегда располагает необходимыми средствами для их удовлетворения.

Организационная форма кооперативов дает возможность мобилизовать финансы в обществе через объединенные усилия, управлять расходами и контролировать их совместно и регулярно, создать объединенную ответственность и солидарность в обществе. Кооперативный опыт в области коммунального обслуживания, страхования, оказания медицинских услуг дают возможность утверждать, что кооперативы способны играть существенную роль в оказании «общих» услуг.

Глобализационные процессы сопровождаются развитием коррупции, оказывающей значительное влияние на условия работы кооперативов во многих странах мира.

Коррупция – это поведение, которое отклоняется от формальных правил поведения, управляющих действиями какого-либо должностного лица из-за личных интересов увеличения богатства или укрепления власти, повы-

шения социального статуса.

Коррупция в экономике используется для достижения господства на рынках и, в конечном счете, овладения политической системой для выгоды компании. Необходимы специальные механизмы в гражданском обществе или совершенствование управления для ее устранения.

Коррупция приводит к огромным потерям в кооперативах. Два больших потребительских кооператива в Японии фактически разрушились из-за убыточных инвестиций в заграничную недвижимость. Несколько сельскохозяйственных кооперативов также были вовлечены в скандалы, связанные с огромными суммами денег.

Кооперативы как предприятия в рамках современной экономической системы будут способны функционировать этически там, где имеется открытость и прозрачность на рынке. Чтобы устранять свою собственную коррупцию, необходимо повысить роль общего управления и демократии. Когда члены будут играть активную роль в деловом принятии решений, коррупция может отступить, т.к. члены кооперативов являются избирателями не только собственных органов управления, но и управления регионального и национального масштаба.

Необходимость существования кооперативов в условиях развитого мирового рынка как единого целого и увеличения конкуренции вызывает необходимость поиска новых возможностей для развития кооперативного движения.

Важнейшей из них является проблема менеджмента в кооперативах. Сегодня обсуждается много идей кооперативного управления. Но основная из них – способность к быстрому принятию решений. Это очень важно для кооператоров, учитывая демократический характер принятия решений. Каждый раз для принятия важного решения менеджерам необходимо консультироваться с членами правления, что существенно снижает скорость реакции на конъюнктуру рынка.

В современной кооперативной практике может применяться такой способ быстрого принятия решений, совместимый с демократическими принципами управления: вместо голосования по конкретным оперативным вопросам хозяйственной деятельности выбираются программы. Кроме того, при выборе в органы управления нужно выдвигать людей не только по личным качествам (честность, компетентность, серьезное отношение к работе), но и с учетом тез программ конкретных действий, которые они предлагают. Сегодняшний лидер должен иметь долгосрочную перспективу деятельности и следовать на-

меченному плану, выполнение которого контролируется выборными органами кооперативов.

Сегодня от профессионального управления кооперативом зависит очень многое. Вот почему важно вкладывать капитал в человеческие ресурсы, особенно в области коммерческого управления. Мир без границ требует менеджеров, которые не только знают теорию управления, но и действуют согласно кооперативным принципам, мыслят шире простой концепции торговца. Необходимо знание законодательства, международной торговли, правил Всемирной торговой организации и т.п.

Одним из направлений развития кооперации в целях ее противодействия двоению со стороны компаний инвесторного типа и постепенного, усиливающегося их овладения традиционными рынками кооперативов, является создание многоцелевых кооперативов, осуществляющих диверсифицированную деятельность.

Многоцелевые кооперативы в особенности приемлемы для бедных слоев населения, доля которых в мире возрастает. Они не имеют высокой покупательной способности, позволяющей специализированным кооперативам остаться в современных условиях жизнеспособными.

Эти кооперативы имеют право на существование по двум причинам:

во-первых, сельские общины могли управлять их деятельностью лучше с объединенной и находящейся во взаимосвязи системой обслуживания, например, обеспечивающей кредит потребителям;

во-вторых, большие кооперативы с большим объемом бизнеса могли существовать в более бедных общинах. Стоимость действий стала бы более низкой в контексте установленных размеров жалования для кооперативных служащих.

Процессу создания многоцелевых кооперативов в современных условиях противодействуют ТНК. Транснациональные корпорации начали организовать исключительные клубы членов и предлагать товары со скидками постоянным клиентам. Ряд ТНК предлагают профессиональное обучение идентифицированным клиентам.

Многоцелевые кооперативы способны накапливать и использовать коллективные и индивидуальные ресурсы членов, чтобы противостоять рыночному соревнованию. Главный доход многоцелевых кооперативов может быть получен от сельской банковской системы.

Одной из задач кооперативов является формирование образцов потребления. Поэтому необ-

ходимо регулировать рыночную агрессию и неэтичное рекламирование частной промышленностью своей продукции, так, чтобы это могло уменьшить расточительное ее потребление более низкими по своему уровню экономических групп населения и поощрять потребление экономное.

В XXI веке важнейшей проблемой становится кооперативная идентичность. Новые подходы к кооперативной идентичности могут серьезным образом изменить поведение кооперативов. Все большее значение приобретает защита окружающей среды. Кооперативы должны в большей степени заботиться о своих членах и уделять больше внимания выживанию человеческой расы в изменяющейся окружающей среде. Возрастает значение социальной миссии кооперативов. Они должны участвовать в развитии человеческого капитала через оказание услуг здравоохранения, заботы о пожилых людях, повышении грамотности и т.д. Условие решения основных человеческих потребностей должно занимать основное положение в кооперативах.

По нашему мнению, в XXI веке кооперативы должны иметь простую организационную структуру, меньшее количество автономных и децентрализованных единиц, ориентироваться на создание конкурентных товаров и услуг, создание собственной рыночной ниши, в большей степени ориентироваться на экономические и социальные потребности членов, формировать высоко обученный и гибкий штат работников.

Таким образом, кооперация сегодня начинает играть новую важную социально-экономическую роль – становится опекуном демократии и мира.

Кооперация должна противостоять трудностям и наносить поражающие удары своим недоброжелателям, чтобы будущие поколения жили в лучшем и более равноправном мире.

В XXI веке в условиях глобализации экономики и культуры кооперация будет больше востребована в сфере социальных услуг, образовании, оздоровительном спорте, охране окружающей среды, обеспечении занятости населению и других сферах.

Если в XXI веке объективные условия (позиции государства, политические силы, состояние экономики) будут благоприятными для развития кооперативов, то кооперация сможет играть одну из ведущих ролей в жизни населения мира.

И.В. ЗАХАРОВ, профессор кафедры международного кооперативного движения

РАЗВИТИЕ ПСИХОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ КАК АКТУАЛЬНАЯ ЗАДАЧА В РАМКАХ КООПЕРАТИВНОГО ДВИЖЕНИЯ

Проживаемое человечеством время смены столетий, как и любой рубежный период, сопровождается проявлением значительных изменений в жизни человека, приводя к возникновению радикально отличных признаков сегодняшнего мира. Многие явления имеют глобальные масштабы: общее экологическое неблагополучие, космофизические особенности переходного периода в третье тысячелетие.

Система потребительской кооперации, проживая этот рубежный период, осуществляет параллельно с осмыслением своей 170-летней истории стратегический анализ перспектив развития и поиск его наиболее эффективных средств.

Именно с этим связана концентрация внимания на проблемах управления, возможностях обеспечения его действенности, путях совершенствования, которое рассматривается в качестве одного из ведущих факторов повышения эффективности и качества всей деятельности потребительской кооперации. Уже в материалах Российской научно-практической конференции 2001 года «Самобытность потребительской кооперации: опыт и проблемы управления» каждый из основных докладчиков, выдвигая ключевые идеи для обсуждения, рассматривая основы науки управления, предьявляя конкретный управленческий опыт, тем или иным образом, сознательно или непреднамеренно затронул психологические аспекты управления. А уже в «Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года», опубликованной в том же году, психология управления была отмечена как важное направление развития в системе потребительской кооперации, и предложено наращивание его теоретико-практического потенциала через создание специально сориентированных кафедр как научно-педагогических подразделений в системе кооперативного образования. Этот выбор не случаен и не может носить временного характера.

До самого последнего времени психологическая основа управления, к сожалению, оставалась в системе потребительской кооперации вне специального и серьезного внимания руководителей различного ранга, что имеет свои вполне понятные объективные причины. В советский период в условиях преобладания

административно-командного стиля в управлении психологические знания в области управления, естественно, были слабо или формально востребованными.

В перестроечный и последовавший за ним периоды с развитием рыночных отношений в экономике значимость собственно экономических факторов регулирования процессов, связанных с предпринимательской деятельностью, стала практически абсолютизироваться. Однако эта тенденция не могла существовать достаточно продолжительно, поскольку с течением времени она все больше начинала противоречить общей логике развития цивилизованного предпринимательства.

Современное предпринимательство в развитых странах все более выделяет нематериальную основу любого вида цивилизованного управления как особо существенную для обеспечения его успеха. В этой связи в целях обеспечения качественного управления акцентируются именно те аспекты, которые определяются участием человека во всей полноте понимания сложного гуманитарного явления, каковым он является.

В силу этого необходимо усиливается гуманитарная составляющая любого профессионального образования в современных условиях, в том числе и такого, которое традиционно опиралось на фундамент технических и экономических наук. Сущность человеческого феномена и его проявления в управлении любыми процессами, в том числе и производственными, рассматривается сегодня науками антропологического цикла, то есть изучающих человека с различных позиций. Однако, отгалкиваясь от общенаучного философского рассмотрения сущности человека как явления и наращивая прикладные составляющие в этом рассмотрении, приходится признать, что психология делает это особо целенаправленно.

Психология управления, в частности, рассматривает проявление влияния собственно человеческого фактора на осуществляемые им процессы, трудовую деятельность, разнообразностью которой является и предпринимательская деятельность. Исследование и освоение психологии предпринимательской деятельности становится не менее актуальным направ-

лением, чем изучение ее экономических оснований. Особенно для того, кто становится в позицию организатора, имеет смелость определять стратегию и брать ответственность за результаты общего дела. «Бизнес» — значит «дело», в переводе с английского. «Деловой человек» — именно таким хочется видеть облик работника потребительской кооперации, в первую очередь, руководителя. Но к перечню необходимых деловых качеств руководителя любого ранга в системе потребительской кооперации: стратег, новатор, организатор и т.п., — в нынешнем представлении добавляется еще и «психолог».

В качестве значимого психологического фактора успешной предпринимательской деятельности традиционно рассматривается влияние на нее индивидуальных психологических особенностей личности тех, кто вовлекается в деятельность. Управленцу важно быть способным учитывать не только психологические особенности своих партнеров, подчиненных, чиновников, чьи решения влияют на судьбу предприятия, но и собственных индивидуально-типологических особенностей. Одни из них можно использовать с преимуществом, про другие не худо бы помнить, насколько они осложняют деловое взаимодействие, в первую очередь, для подчиненных, а значит, вредят и общему делу.

Все менее мы связываем сегодня перспективы развития предпринимательства с образом предпринимателя-одиночки. Все более мировая история предпринимательства доказывает неизбежность объединения усилий значительного количества людей, несмотря на возможно различное их положение по отношению к собственности, в единый бизнес-процесс. Поэтому также достаточно традиционно исследуется во взаимосвязи с психологией предпринимательской деятельности и социально-психологическая природа человека, ее проявление и возможности использования в управляемом процессе. Для потребительской кооперации, специфика которой определяется фундаментальными кооперативными принципами, психологический фактор отношений в группе людей, объединенных для совместной деятельности в области предпринимательства, очевидно, имеет особое значение. Но проявляется он и в отношениях потребительской кооперации с населением, органами власти, партнерами.

Постоянно звучащая из уст специалистов других профилей психологическая проблема в управлении — это проблема мотивации. Проблема создания почвы для появления у человека серьезного мотива как фактора, побужда-

ющего его к принятию решения, совершению действия, определенного выбора, является проблемой психологии управления. И решаться она должна с опорой на психологическое знание в дополнение к знаниям в области теории управления, социологии, экономики.

У проблемы мотивации в системе потребительской кооперации с позиций психологии управления существуют несколько аспектов:

мотивация потенциальных пайщиков к кооперированию;

мотивация членов коллектива на реализацию стратегии;

мотивация представителей неуправленческого звена к включению в процесс обоснованного принятия управленческих решений.

Внешнее проявление внутренней доброжелательности, вежливое внимание, проявление искреннего интереса — психологические характеристики общения руководителя в системе потребительской кооперации, выражающие в его отношении настоящее следование кооперативной философии. А ведь мы перечислили на самом деле черты, которыми должен отличаться продавец кооперативного магазина, для того чтобы он действительно выполнял свою задачу как центра жизни на селе.

Многие функции руководителя организацией потребительской кооперации из современного расширенного перечня требуют особой подготовки в области психологии: это — обеспечение связей с общественностью, создание имиджа организации, реклама ее деятельности.

Не секрет, что от того впечатления, которое производит на общественное сознание организация, ее деятельность, стиль руководства и взаимодействия в социуме, зависят многие показатели, значимые для ее будущего. Интуиция играет здесь вспомогательную роль, а знание психологических закономерностей и соответствующих техник их применения, делают соотношение затрат усилий и получаемой отдачи оптимальным.

Также надо заметить, что многие из проблем управления в потребительской кооперации, выделенных как особо актуальные для решения на данном этапе развития, тоже несут в себе психологическую подоплеку, хотя она и не лежит на поверхности. К этим проблемам относятся:

консерватизм мышления руководителя;

ограничение инициативы сотрудников;

недооценка роли оплаты труда.

Поэтому в работе над преодолением этих остаточных явлений старой системы управления также необходимо активно использовать не толь-

ко экономические или административно-управленческие рычаги, но и психологическое знание.

Духовная психология и специфические особенности в развитии современной потребительской кооперации в России.

Современная психология обращается к человеку, все более рассматривая его душевно-духовную сущность, находящуюся на пересечении исследовательских интересов психологии управления и духовной психологии. Вопросы об осуществлении смысла жизни и самореализации предназначения каждого отдельного человека и успешности предприятия, особенно коллективно осуществляемого, становятся все более взаимосвязанными и неразрывными.

Одна из категорий духовной психологии – категория истины. Истинность принимаемых решений, предпринимаемых шагов, действий определяется их направленностью во благо, одновременно как собственное, так и других.

Рассматривая человеческие взаимоотношения, возникающие не просто в совместном труде, но в совместной предпринимательской деятельности, достаточно принято было считать общий успех в деле однозначно определяющим и индивидуальный успех его участников. В реальной жизни далеко не всегда сущностный результат соответствует этой формуле. И далеко не всякая предпринимательская деятельность опирается на эту основу, гораздо чаще – на противопоставление.

В поисках путей разрешения этого противоречия в современных условиях для нас естественно стремление опереться на то лучшее, что несет в себе историческая традиция. В истории России не существовало культа богатства и капитала, характерного для протестантской традиции Западной Европы, напротив, царило неоднозначное отношение к нему, поддерживаемое общественной системой ценностей. Культ богатства не был безусловным даже в среде купцов и предпринимателей, духовное начало вносило поправки и в предпринимательскую деятельность. Не случайно родоначальниками потребительской кооперации в России были высокодуховные люди, представители лучшей части просвещенного общества – декабристы, чей собирательный образ связывается нами со всем передовым в жизни российского общества первой половины – середины XIX века.

Период зарождения и развития капитализма в России сопровождается феноменом благотворительности, в котором прежний преимущественно религиозный смысл духовного

бытия русских купцов и предпринимателей начинает наполняться государственным, общественным и культурным содержанием, пониманием того, что процветание Отечества зависит не только от государственной или общественной, но и от частной инициативы. То есть благотворительность как социокультурное явление относится к области социальной взаимопомощи, взаимоподдержки, что напрямую согласуется с кооперативной философией и психологией. Благотворительность – специфическая форма поддержки без надежды на соответствующее воздаяние со стороны тех, кому она оказывается, а с надеждой на радость от блага народа и Отечества. Это явление опирается на давнюю традицию из области российского менталитета: стремление избежать внутреннего душевного разлада, жить в согласии со своей совестью, осознавая свою личную ответственность перед народом и Отечеством.

В рассматриваемой с таких позиций истории становления и развития кооперативного движения изначально прослеживается внутренне присущая неразрывность индивидуальных и общественных интересов. Уже в начале XX века российские кооператоры вели постоянную социально-ориентированную работу, которая способствовала, например, развитию организационного многообразия народного образования. Они имели свои образовательные программы, издательства, открывали библиотеки, курсы, народные дома, проводили образовательную работу через свои съезды. В сфере образования кооперативы активно объединялись. Потребительские общества вкладывали порой весь запасной капитал и чистую прибыль в открытие школ, кредитные товарищества. Удерживали при ссудных операциях определенную сумму на образование, маслодельные артели отчисляли на школу средства с каждого пуда проданного молока. Таким образом, как отмечают исследователи, возникал своеобразный «треугольник»: образование, кооперация, благотворительность.

Поэтому абсолютно непротиворечиво традиции движения потребительской кооперации звучит сегодняшнее настойчивое напоминание о ее социальной миссии, сознательное признание которой выделяет коллективное предпринимательство из бизнеса как такового, давая толчок раскрытию духовного потенциала потребительской кооперации. Оно отражает духовный аспект кооперативной психологии.

Потребительская кооперация как социально ориентированная система не ставит своей главной целью получение максимальной

прибыли. Однако, держа курс на осуществление своей социальной миссии – помощи населению в улучшении условий жизни, она оказывается в состоянии осуществлять ее экономически продуктивно, что и обозначает истинный подход. Как показывает опыт диверсификации деятельности на уровне районных потребительских обществ, расширение сферы услуг, открытие малых производств, развитие народных промыслов не просто служит решению социальных проблем населения, но одновременно является экономически эффективным, прибыльным, выгодным делом.

Да и личный пример многих руководителей организаций потребительской кооперации позволяет показать ее дополнительные психологические преимущества. Хотя Э. Фромм справедливо отмечает в качестве типичной чертой рыночного человека, сформировавшегося в условиях частной собственности и конкуренции, отсутствие у него страха перед угрозой не только для собственной жизни, но и жизни близких ему людей, что свидетельствует об утрате глубинных эмоциональных связей, подобной «обрыбу» в психике.

В то же время известный предприниматель Хонда утверждал, что каждый руководитель должен обладать фундаментальной и реальной для применения духовно-возвышенной концепцией. Опыт кооперативных руководителей-лидеров, бесменно возглавляющих свои организации в течение длительного периода, сумевших без потерь провести свои организации через нелегкий период 90-х и возглавляющих их прибыльную деятельность в рамках социально ориентированного курса сегодня, создает образ предпринимателя «с человеческим лицом», со способностью к деятельной заботе, «совестливо преуспевающего».

Он красноречиво свидетельствует в пользу возможности непротивопоставительного сочетания рыночных условий хозяйствования и деятельного внимания к человеку, его потребностям как в социально-экономической и социокультурной областях, так и в духовной сфере. Более того, в силу имеющихся этнопсихологических особенностей, проявляющихся у российских ученых в традиции человеколюбия, к потенциальному ценностному приоритету российского управления ими относится обеспечение наилучших показателей качества населения.

Известно, что пирамида ценностей потребительской кооперации опирается на материально-технические и финансовые ресурсы. Однако высшими ценностями для системы все же являются ценности нематериальные, в том

числе духовные. Под качеством населения России, по мнению В.М. Шепеля, подразумевается состояние физического, психического и духовного здоровья людей, уровень их образованности и самореализации лучших личностных качеств, условия для чего и создает, как нам известно, в реальной практике потребительская кооперация как социально ориентированная система.

Таким образом, именно ориентация всей деятельности системы потребительской кооперации на выполнение социальной миссии есть не что иное, как проявление в управлении системой лучших сторон российского менталитета.

Одной из них является также традиционная общинность, что позволяет и более глубоко рассматривать с душевно-духовных позиций психологию общения. Достаточно распространенным в психологии считается мнение, что существует три основных формы общения: императив (директивное указание), диалог и манипуляция. При внимательном же рассмотрении становится видно невооруженным взглядом, что ни первое, ни последнее не способствует объединению людей, то есть по сути – их общению. Лишь диалог является единственной истинной стратегией в управлении. Распространение и закрепление психологии в сознании и технологии диалога – одна из принципиально важных задач психологии управления в системе потребительской кооперации, так как только на его основе возможно достижение сотрудничества. А кооперация, по образному выражению М.В. Сероштан, – это форма сотрудничества хороших людей с хорошими целями.

Исследование с позиций духовной психологии соотношения формального и неформального лидерства в управлении является еще одним интереснейшим аспектом истинного подхода. Опирающееся на этнопсихологическое знание, закрепленное в традиции народа, оно может выявить непривычный взгляд на привычные явления, способствуя преодолению неподатливости нашего мышления, стирая жесткие рамки образцов, давая простор для появления у руководителя видения в истинном свете образа цели, образа будущего состояния. Однако для того, чтобы такое обсуждение смогло быть воспринято без противодействия, пошло не во вред, а на пользу, необходимо достаточное время, а потому его надо вести отдельно.

Распространению и закреплению рассмотренных психологических оснований для становления управленческой культуры призвано способствовать развитие психологической составляющей в системе кооперативного образования.

Психологическое образование как путь повышения качества управления в системе потребительской кооперации.

Для развития качественного управления в системе потребительской кооперации, наряду с обобщением и освоением его передового опыта, безусловно, актуальным является наращивание и распространение психологического знания в области управления как обеспечивающего его нематериальную основу. Именно оно способно обеспечить существенное изменение мышления руководителей, способствуя расширению и трансформации их сознания в соответствии с передовыми идеями современности. Вся кадровая политика поэтому сориентирована на подготовку руководителей современного уровня, повышение квалификации и переподготовку работающих.

Необходимость усиления гуманитарной составляющей кооперативного образования в современных условиях определяется общей тенденцией, когда в целом сегодня в профессиональном образовании, в том числе, таких его разновидностях, в которых преобладают технические и экономические науки, это признается неизбежным.

Сущность человеческого феномена и его проявления в управлении любыми процессами, в том числе и производственными, рассматривается сегодня науками антропологического цикла, то есть изучающими с различных позиций человека. Однако, отталкиваясь от общенаучного философского рассмотрения сущности человека как явления и наращивая прикладные составляющие в этом рассмотрении, приходится признать, что психология делает это особо целенаправленно и эффективно.

Развивая психологическое направление в кооперативном образовании, мы подводим психологический фундамент под функционирование системы потребительской кооперации с целью его оптимизации не только через привнесение психологического знания. Учет особенностей человеческой психики проявляется уже в отлаживании самой системы непрерывного образования как на этапе профессиональной подготовки, так и параллельно с процессом профессионального становления и самореализации как отклика на вечную человеческую потребность, обостряющуюся на определенных этапах жизнедеятельности.

Существует несколько путей развития психологического образования, не являющихся альтернативными. Продвигаться по ним предстоит, по-видимому, одновременно, и это разумно, поскольку каждое из направлений

является поддерживающим другие и дополняющим систему до полноты.

Кратко основные пути осуществления этой задачи можно обозначить так:

Подготовка будущих руководителей на основе глубинного освоения психологии управления.

Повышение квалификации современных руководителей организаций потребительской кооперации самого различного уровня и ранга по проблемам психологии управления.

Переподготовка в области психологии управления руководителей и преподавателей образовательных учреждений потребительской кооперации.

Подготовка на основе освоения психологии управления и соответствующих прикладных техник контингента кураторов организаций потребительской кооперации.

Постепенное распространение психологического образования на категории рядовых работников кооперативной системы.

Фактически, мы выделили четыре основные целевые категории для обеспечения освоения и углубления ими знаний в области психологии управления, которые соответствуют четырем первым из обозначенных направлений. Теперь рассмотрим в отдельности более подробно каждое из направлений применения и развития психологии управления в системе потребительской кооперации и покажем их взаимосвязи.

Профессиональная подготовка будущих руководителей для системы потребительской кооперации.

В профессиональной подготовке студентов образовательных учреждений системы потребительской кооперации на подавляющем большинстве специальностей, за исключением, очевидно, специальности 061100 «Менеджмент организации» и частично специальности 060800 «Экономика и управление на предприятии», вопросы управления остаются «за кадром». То есть подготовка специалиста не предполагает подготовки потенциального управленца в своей профессиональной сфере, не говоря уже о том, что и для рядового профессионала как сознательного участника единого производственного процесса на сегодняшний день базовые управленческие знания являются желательными. Дисциплина «Психология управления», предназначенная для преподавания на всех специальностях, включена в новом учебном году в учебный процесс и впервые преподается студентам.

Однако в традиционно организованном

теоретико-практическом учебном процессе обычно преобладают лекционно-семинарские или лекционно-практические формы занятий, что для эффективного изучения психологии является недостаточным. Современная психология для постижения различных своих разделов не только на уровне обретения качественных знаний и умений, но и формирования принципиально значимых для их применения личностных качеств и свойств, а также навыков их проявления, предполагает использование тренингов как активной формы обучения.

Особо выделяющимся среди них является социально-психологический тренинг, который характеризуется особыми условиями проведения для получения значимого результата (малая наполняемость группы, режим полного или частичного «погружения» и т.п.), к чему еще не всегда готово профессиональное образование. Следуя задаче внедрения новых технологий обучения, обозначенной в Концепции, и разумно экспериментируя, Ученый совет Московского университета потребительской кооперации принял к проведению преподавателями кафедры психологии управления в текущем учебном году пробные факультативные курсы психологического содержания в форме социально-психологического тренинга. Есть все основания полагать, что при успешности этого опыта, его дальнейшее распространение не будет встречать столько сложностей, как первые пробы.

Образование в области психологии управления руководителей организаций потребительской кооперации

Характеризуя современного руководителя, необходимого сегодня потребительской кооперации, В.Ф.Ермаков выделяет в нем не просто высокую образованность, но и способность не останавливаться в развитии, находиться в поиске, в первую очередь — новых знаний. Потребность в них призвана обеспечить система повышения квалификации и переподготовки кадров в кооперативном образовании.

Одним из мощных средств повышения квалификации и систематической учебы стали научно-практические конференции, объединяющие научный потенциал ученых кооперативной системы и обобщаемый опыт практиков от потребительской кооперации. Они предоставляют руководителям самого разного ранга возможность обновления и углубления знаний по широкому спектру проблем и областей знания. Однако в области психологического знания, очевидно, необходимо подкрепление через це-

ленаправленную курсовую подготовку.

Как показывают результаты опроса, проводившегося нами совместно с руководством Института менеджмента и переподготовки кадров Московского университета потребительской кооперации среди руководителей организаций потребительской кооперации на курсах повышения квалификации в 2002-2003 учебном году, даже имеющие некоторый и достаточный стаж работы на руководящей должности не считают свои знания в области психологии управления исчерпывающими. Это неудивительно, поскольку интерес к психологии управления как жизненно важному научному направлению в системе потребительской кооперации возник относительно недавно и не был ранее обеспечен соответствующим достаточным сопровождением в кооперативном образовании.

Также следует учитывать, что имеющиеся у руководителей организаций потребительской кооперации знания имеют преимущественно эмпирический, то есть приобретенный опытным путем, характер. Это не умаляет достоинств знания, однако познание научных закономерностей, проявляющихся в реальной жизни, позволяет не только придать знаниям полноту и систематичность, но и развить стратегическое мышление руководителя, основанное на закрепляющейся способности к предвосхищению событий в соответствии с познанной объективной закономерностью.

Стратегическое мышление руководителя на основе широкого спектра знаний из области психологии дополняется и большей тактической гибкостью, порождаемой учетом индивидуально-типологических особенностей работников и партнеров, особенностей социально-психологических процессов в зависимости от характеристик социальных групп, вовлеченных в управляемый процесс, психологических особенностей организационно-управленческой деятельности и необходимых для ее успешности психологических условий.

Образование работающих руководителей в области психологии управления является разновидностью дополнительного профессионального образования, которое в силу своей специфики не только не противопоставляется живому опыту, но и активно впитывает этот опыт как основу для усвоения нового знания. Использование конкретных жизненных и профессиональных ситуаций с анализом нерешенных проблем, а также с раскрытием объективных причин интуитивно найденных успешных управленческих решений, создают положительную мотивацию на осознанное включение в образо-

вательный процесс обучающихся руководителей с целью повышения их квалификации.

Опора на общие андрагогические принципы образования взрослых, провозглашенные ЮНЕСКО (комитетом по делам образования, науки и культуры при ООН) во второй половине XX века, позволяют связать профессиональную и личностную сферы в ходе образования работающих руководителей в области психологии управления. Знания из области психологии управления затрагивают руководителя не только как управленца в профессиональной сфере, но предлагают ему взглянуть на свое умение управлять собственной жизнью: не просто выживать, а жить полноценной насыщенной достойной жизнью.

Раскрытие все более распространяющегося в современной науке взгляда на человека как на «триединство» физического тела, души и духа (модель, восходящая к христианской традиции) позволяет от вопросов психофизиологии переходить к вопросам, затрагивающим проблемы душевно-духовной сферы, исследуя их с опорой на этнопсихологические корни, характеризующиеся различными этно-географическими предпосылками и культурно-религиозными традициями. Это становится особо актуально, когда слушатели курсов, приезжающие из различных регионов нашей многонациональной страны, нуждаются в едином языке для постижения духовного потенциала коллективной предпринимательской деятельности потребительской кооперации.

Проблематика духовной психологии помещает в фокус внимания рассмотрение истинных причин успехов и неудач, причинно-следственных связей между духовной жизнью человека и его экономической, например, деятельностью, между количеством затраченных усилий и степенью обилия результатов. Поскольку упомянутые причинно-следственные связи носят всеобщий характер и выражают единые фундаментальные закономерности, проявляющиеся вне зависимости от религиозных корней слушателей, а также с убедительной силой подтверждаются собственными примерами из профессиональной и личной жизни каждого слушателя, знание из области этого психологического направления встречается с равным воодушевлением в различных курсовых потоках.

Жизненный и профессиональный опыт руководителей делает эту образовательную аудиторию, безусловно, более выигрышной для продуктивного усвоения данного аспекта знаний из области психологии управления по

сравнению со студенческой аудиторией.

Переподготовка и повышение квалификации в области психологии управления руководителей и преподавателей образовательных учреждений потребительской кооперации.

Психология управления как область знания безусловно и непосредственно связана управленческой функцией руководителей кооперативного образования разного уровня, и эта связь носит двоякий характер.

С одной стороны, для того, чтобы обеспечить будущих руководителей знанием в области психологии управления организациями потребительской кооперации, необходимо самим обладать в полной мере этим знанием и владеть специфической методикой его преподавания.

С другой стороны, чтобы обеспечить это образовательное направление, необходимо использовать психологию в управлении образованием. Психология управления, приложенная к образовательному процессу, позволяет одновременно решать и многие другие, непосредственно не связанные с преподаванием одноименной дисциплины задачи профессионального образования, актуальные для него сегодня. Например, возрождение его воспитательной функции. Психология управления в широком смысле, опирающаяся на современное человекознание, существенно перекликается с современной методологией воспитания, переосмысленной учеными в конце XX века и приведенной в соответствие с основами современной гуманистической философии. По большому счету, каждый истинный педагог является управленцем в области воспитания и образования, а настоящий управленец – воспитателем.

И для одного, и для другого аспектов приложения психологии управления в образовательных учреждениях системы кооперативного образования также необходима определенная работа по перестройке сознания профессорско-преподавательского состава. Есть надежда, что уровень готовности сознания педагогов-управленцев, профессорско-преподавательского состава учреждений кооперативной образовательной системы к такого рода перестройке окажется выше, чем у большинства руководителей организаций потребительской кооперации, в силу имеющейся профессиональной психолого-педагогической базы.

Подготовка на основе освоения психологии управления кураторов организаций потребительской кооперации.

Недавно созданный институт куратор-

ства выделил специфическую категорию в системе кооперативного образования. С одной стороны, сами кураторы, как минимум, являются преподавателями учреждений образовательной системы потребительской кооперации или даже руководителями этих учреждений, их филиалов и, таким образом, относятся к предыдущей категории. С другой стороны, они призваны обеспечить грамотное направление деятельности подопечных организаций потребительской кооперации и консультирование их руководителей. Категория руководителей неоднородна, среди них одни в некоторой растерянности задают вопросы о разрешении сложных профессиональных проблем, другие на высоком профессиональном уровне сами могли бы успешно консультировать. Таким образом, главная компетентность куратора в любом случае оказывается компетентностью психологического рода.

Если в управленческой науке показателем высокой организации управления является быстрая реакция на изменение внешней среды, то с позиции психологии управления куратору необходимо обеспечить особую психологическую чувствительность. Для приложения ее к практическим ситуациям необходимо осваивать технику психологического консультирования, золотым правилом которой является отказ от директивного совета.

Это часто вызывает недоумение, а на учебе кураторы задают вопрос: «Что я должен сказать, что конкретно посоветовать тем, кто будет задавать мне вопросы на местах?» Являясь советчиком для руководителя и организации, куратор демонстрирует высшее мастерство, когда лишь организует плодотворное обсуждение проблемы и подводит в ее обсуждении к формулировке ответа. Решение же находит, формулирует и принимает сам задающий вопрос, а не куратор сообщает ему. Ведь все подсказки уже известны: они есть в материалах научно-практических конференций, в Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации на период до 2010 года, в публикациях «Делового вестника российской кооперации» и «Российской кооперации», ими делятся, демонстрируя свой опыт, руководители других организаций.

Когда же не находится решения, причины тому, как правило, психологического характера: неуверенность в своих силах: «Разве у меня получится, как у них, у меня ведь нет таких условий?». Но, как известно, кто хочет, делает, кто не хочет, ищет оправдания;

нежелание брать на себя ответственность за

решение: «Пусть мне скажут, тогда и спрос с них»; внутреннее сопротивление переменам в жизни: «Пусть хоть и болото, но свое, привычное». Так можно никогда и не узнать, что же «там, за горизонтом»;

всевозможные страхи: «Как бы чего не вышло?», «Инициатива-то наказуема» и т.п.

Однако вне зависимости от того, каков перед тобой руководитель, его внутренние психологические проблемы существуют, как и у любого другого человека, хоть и с разной степенью влияния на профессиональную деятельность. Здесь, в наращивании способности к управлению собственной жизнью, ему также нужна помощь. А для этого куратор сам должен владеть самыми аспектами психологии управления: психологией управления производством/коллективом; психологией управления образованием/воспитания; психологией управления собственной жизнью.

По-видимому, кураторам предстоит осваивать элементы техники «коучинга», активно развиваемой в последнее десятилетие в психологическом сопровождении бизнес-лидеров. По своей сути «коучинг» обозначает индивидуальную работу с руководителем, способствующую выявлению и решению им своих проблем. Целостное освоение техники требует профессиональной специализации, но принципиальные ее элементы могут быть положены в основу учебы кураторов.

Психологическое образование рядовых работников системы потребительской кооперации.

Несмотря на своеобразие практикуемых традиций по регионам, общая тенденция в мировом предпринимательстве отражает объективную необходимость активного вовлечения работников в управление делом. В рамках системы потребительской кооперации, все более осознавая возможности, например, продавца сельского магазина в процессе кооперирования населения, привлечения новых пайщиков, учебой в области психологии управления, необходимо в перспективе охватить и тех, кто формально не является руководителями. Их повышение квалификации в области психологии общения, психологии имиджа, психологии мотивации будет реальным вкладом в укрепление позиций потребительской кооперации в соревновании с конкурентами.

А.В. Гордеева, зав. кафедрой психологии управления, доктор педагогических наук

ЛЕНИВАЯ КООПЕРАЦИЯ ЛЮДЯМ НЕ НУЖНА

В последнее время усилилось внимание властных структур — федеральных и региональных — к работе, которую мы ведем: к возрождению села, проблемам борьбы с бедностью, безработицей. Особенно возрос интерес к потребкооперации после парламентских слушаний в Совете Федерации, которые подтвердили, что потребкооперация реально работает в этом направлении. Накануне слушаний группа сенаторов побывала у тверских кооператоров. Осмотрев кооперативные магазины на селе, убедившись, что даже в небольших деревушках на базе магазина оказывается до 15 видов услуг, поговорив с людьми, сенаторы пришли к заключению, что потребкооперация не только не развалилась, а даже в такой области, как Тверская, где селянам живется особенно трудно, остается единственной работающей для людей структурой. Парламентские слушания показали, что потребительская кооперация находится на верном пути, а проблему борьбы с бедностью кроме потребкооперации вообще никто не поднимал. Наши идеи — борьба с бедностью, безработицей, развитие социальной инфраструктуры села — поддержал Председатель Совета Федерации С.М. Миронов.

Хотя в социальном плане нами сделано еще не так много, как хотелось бы, но на общем фоне это заметно. К нам уже обращаются политики с предложениями о сотрудничестве. И это понятно: по мере приближения выборов подобные предложения еще будут поступать, что также свидетельствует о росте престижа потребительской кооперации. Тем не менее нам не надо хвалиться, переоценивать сделанное, а надо работать, выполнять социальную программу на селе более динамично, наступательно, чтобы тот набор услуг, которые освоили лучшие кооперативные организации, был у всех. Над этим надо работать повсеместно. И мы все время ставим это во главу угла на научно-практических конференциях, правильность такого пути подтвердили и парламентские слушания.

Если нам тяжело, то бедным сельским жителям еще тяжелее жить сегодня — вот что мы постоянно должны помнить и делать все, что в наших силах, чтобы облегчить людям жизнь.

После внесения изменений в налоговое законодательство торговая площадь магазинов, подпадающих под единый налог на вмененный доход, увеличена до 150 квадратных метров. Коэффициент К2 устанавливают законодательные органы республик, краев, областей. И здесь теперь все зависит от руководителей потребсоюзов. Там, где налажены деловые контакты с властью, где потребкооперация откликается на нужды пайщиков, сельского населения, вопросы решаются в нашу пользу. И наоборот: если кооператоры работают по старинке, к ним и отношение соответствующее.

Конечно, борьба за справедливое налогообложение на этом не закончена. Потребкооперация по-прежнему платит одинаковые налоги с коммерческими организациями. А ведь она — **не коммерческая структура**. Это четко прописано в законе, и все мы должны твердо это усвоить. Потребкооперация не ставит основной целью извлечение прибыли. Наша цель — социальное счастье людей, наиболее полное удовлетворение материальных, социальных, духовных, культурных и иных потребностей. Выполняя свою социальную миссию, потребкооперация содержит убыточные магазины в отдаленных и малонаселенных пунктах. Таких магазинов у нас — почти половина. Их убытки покрываются за счет других отраслей деятельности и успешно работающих торговых предприятий. Однако и с тех заведомо убыточных магазинов государство тоже берет налоги без всякого снисхождения. Тем самым нас подталкивают либо к закрытию магазинов, либо к повышению наценок. Налоговое бремя на сельское население перекладывается на потребительскую кооперацию. Это откровенный прессинг. Кооператоров превращают в мытарей — сборщиков налогов, мы оказываемся крайними перед бедными жителями села. По сути чи-

новники извращают политику Президента России. Напомню: В.В. Путин неоднократно подчеркивал, что любые начинания должны проходить сегодня испытания на социальную пригодность. Однако власти порой забывают об этом, упускают из виду, что мы строим не просто правовое, а социально-правовое государство.

Каждый руководитель потребсоюза, потребительского общества должен уметь отстаивать интересы пайщиков, всех жителей села, убедительно разъяснять, что потребкооперация — некоммерческая организация, а высокие налоги на нее в конечном счете бьют по сельскому населению.

Как уже отмечалось, на нас в последнее время все чаще обращают внимание политики. Еще бы, ведь в декабре этого года будут проходить выборы в Госдуму, а в будущем — мы будем выбирать президента. Различные партии хотели бы видеть в нас политических союзников, так как за потребкооперацией стоят миллионы пайщиков, работников и просто сельских жителей.

С другой стороны, в нас видят потенциальных конкурентов, завидуют нашей организации. Известны факты, когда некоторые властные структуры на местах вмешиваются в дела потребкооперации, пытаются сделать ее послушной, посадить в кресло руководителя, вопреки воле пайщиков, своего человека. Кооперативная собственность также многим не дает покоя. Все это заставляет нас быть бдительными, не поддаваться на провокации, избегать мнимых друзей.

Вместе с тем село надо спасать, пока еще не поздно. Надо объединить усилия кооперации всех видов, работающих на селе, — потребительской, сельскохозяйственной, кредитной, фермеров. Лучше всего это, пожалуй, сделать в рамках российского аграрного движения. Это, подчеркиваю, движение, а не политическая партия, с ним у нас много общего, а потому и можно продуктивно сотрудничать.

Другими словами, потребительская кооперация сама должна и может решать, с кем ей объединяться и во имя чего. Нам не нужны никаких сомнительных и мешающих работе альянсов. Например, на парламентских слушани-

ях предлагалось созвать Всероссийский кооперативный форум, пригласить на него президента, главу правительства. Но зачем и какой прок от подобного форума? Нужны ведь не разговоры, а реальные дела, они же сегодня есть только у потребкооперации. Или другой вопрос. В проект рекомендаций парламентских слушаний внесено было предложение: правительству России рассмотреть возможность создания совета по проблемам кооперации при правительстве «в целях координации деятельности федеральных органов исполнительной власти и кооперативных организаций по возрождению кооперативных традиций, увеличению вклада кооперативного сектора в социально-экономическое развитие страны, а также рассмотреть целесообразность подготовки проекта рамочного федерального закона о кооперации в России».

Нужен ли потребкооперации такой орган? Согласно статье 3 Закона о потребительской кооперации, отношения между потребительскими обществами, их союзами и органами власти строятся на основе соглашений. Такое соглашение по сути — общественный договор, в котором власть и потребкооперация выступают как равноправные партнеры. Мы намерены и дальше строить отношения с властью на этой, утвержденной законом основе. А некий совет или иной подобный федеральный орган — излишняя бюрократическая структура, ненужное звено, лишь отдаляющее потребкооперацию от прямого контакта с властью, затрудняющее налаживание сотрудничества. Поэтому мы предлагаем не создавать никаких надуманных структур, а распространить практику заключения соглашений с правительством и на другие виды кооперации, включая Ассоциация кооперативных организаций России.

Законодательно закрепленное право заключать с органами власти соглашения о сотрудничестве и реальное сотрудничество — наш большой успех. К сожалению, еще не везде на местах власть охотно идет на заключение таких соглашений. Но это зависит и от настойчивости самих кооператоров, их руководителей, и от того, как конкретный потребсоюз или потребобщество помогают власти решать социальные проблемы.

Научно-практические конференции показали, что у нас есть определенные успехи в выполнении социальной программы на селе. Особенно они заметны в Псковской, Новгородской, Владимирской, Кемеровской, в целом ряде других областей, краев и республик. Но видим и другое: над выполнением социальной миссии, рекомендаций, выработанных научно-практическими конференциями, напряженно работают далеко не все кооперативные организации. Отдельные руководители все еще недопонимают: дескать, зачем все это нужно, считают по старинке делом потребкооперации лишь торговлю, заготовки, переработку; другие — говорят, что сейчас на развитие сферы услуг на селе, решение социальных вопросов нет денег. Таким работникам хотел бы напомнить историю из жизни великого философа Эммануила Канта. «В свое время я не мог жениться, — говорил Кант, — потому что у меня не было денег, а когда они у меня появились, я стал не нужен женщинам». Не случится ли подобное и с теми руководителями: деньги появятся, а потребкооперации уже не будет? Сейчас мы добиваемся сотрудничества с властью и ее поддержки именно потому, что решаем социальные вопросы на селе. А просто торговать, производить, закупать — все это делают и частные структуры. Потребительская же кооперация — социально ориентирована. В этом наша сила. Руководители, которые говорят, что социальная миссия, борьба с бедностью не важны, думают о себе, а не о людях деревни, живущих в нужде и бедности. Поэтому — повторюсь — нам тяжело, а бедному сельскому населению еще тяжелее. Мы хотим, чтобы ему хоть чуть-чуть стало легче. Убежден, руководителей старого образа мышления, считающих, что кооперации не нужны парикмахерские, сепараторы, зернодробилки и все остальное, позволяющее облегчить жизнь селянам, надо менять, невзирая на их былые заслуги. Наполеон говорил: и слава изнашивается.

Одна из серьезных причин слабой работы по реализации рекомендаций научно-практических конференций в том, что в нашей кооперативной науке, за исключением, пожалуй, руководителей, основная масса ученых, преподавателей учебных заведений все еще в сторо-

не от практических дел. Они далеки от народа, от жизни, не являются носителями новых идей, не обогащают теорию практикой современной работы.

Надо коренным образом изменить ситуацию. Для этого предлагается во всех университетах, их филиалах, институтах, техникумах выделить необходимую площадь и создать модель кооперативного магазина XXI века. Отобразить в ней все, что должен иметь такой магазин: рабочее место председателя кооперативного участка, стол с подшивкой газеты «Российская кооперация», чайный столик, уголок пайщика, народную библиотеку, предоставление различных видов услуг — раскрой тканей, заточка инструментов, сепаратор, зернодробилка, приемозаготовительный пункт и т. д. Должен быть здесь представлен и макет детской площадки. К слову, такая модель магазина должна быть в каждом потребсоюзе, а может быть, и в каждом райпо, чтобы и работники потребкооперации, и студенты учебных заведений предметно знали, что сегодня нужно делать, как работать.

Ответственность за это возлагается персонально на ректоров вузов и директоров техникумов. Думаю, что уже скоро такие модели магазинов. Вернее, не магазинов, а торгово-бытовых центров потребкооперации на селе.

Торгово-бытовой комплекс — это рабочее название, потому что жизнь, работа в современных условиях заставляют нас отказываться от названия «магазин», так как уже сегодня кооперативные магазины по своим функциям представляют собой гораздо большее, чем торговые точки коммерсантов.

Сделаем это — добьемся изменения мышления, а, значит, разбудим инициативу. Сегодня важнее важного преодолеть косность, надо решительно менять закостенелые кадры на работников инициативных, со свежими мыслями. Это в первую очередь касается ученых, преподавателей: многие ведь из них все еще по-старому видят свою задачу в передаче студентам лишь теории, читают свои лекции с пожелтевших от времени листков. Сегодня работать так категорически недопустимо. Среди студентов много способных, талантливых будущих специ-

алистов, которые могут стать подлинными проводниками в жизнь кооперативных идей, духовных начал, внутренне присущих потребкооперации. Кооперативные учебные заведения обязаны развивать в студентах все эти качества, заложить заряд высокой духовности и нравственности. Для этого надо наряду со всем прочим сделать обязательным приглашение для чтения лекций священнослужителей.

В последнее время мы настоятельно говорим о необходимости наладить в райпо учебку завмагов, привлекать для этого лучших специалистов, священнослужителей, добиваться глубокого усвоения наших уставов, законов, вопросов налогообложения, основ духовности и нравственности. Замедлился, а кое-где и вовсе встречает своего рода молчаливый протест процесс перевода заведующих магазинами на самостоятельный расчет заработной платы, раскрепощение их инициативы в ценообразовании. Топчемся на месте, все никак не можем преодолеть подходы и регламенты, унаследованные от советских времен.

Словом, надо энергичнее учить и переучивать кадры — ответственность за это целиком и полностью на ректорах вузов, директорах колледжей и техникумов, руководителях потребсоюзов. Располагая такой мощной учебной базой, мы в состоянии облегчить доступ к кооперативному образованию лучших работников потребкооперации: создать программы ускоренного обучения, наладить проведение вводных занятий, консультаций, прием зачетов и экзаменов с выездом на места и т. д. Организаторами и проводниками всего нового должны на деле стать работники учебных заведений, закрепленных за потребсоюзами. Надо строго спрашивать за леность в вопросах учебы кадров с руководителями райпо. Каждый кооперативный работник должен четко представлять, что входит в понятие социальная миссия. Что должно быть в самом магазине — стол с газетой, чайный столик, библиотечка, прием заказов и все остальное, что за его пределами — парикмахерская, крупорушка, мельница, молокозавод, баня, цех по производству гвоздей и так далее.

Теснее должна стать связь с пайщиками,

вообще с населением, для которого мы работаем. В каждом магазине надо распространить обращение к пайщикам, в котором доступно и ясно рассказать, что мы делаем и почему, в чем заключается наша социальная миссия, борьба с бедностью, призвать людей вместе решать эти большие и малые проблемы. Такие обращения нужно не только вывесить на всеобщее обозрение, но и раздавать всем покупателям. В каждом райпо надо иметь как минимум три-четыре экземпляра брошюры «Борьба с бедностью — стратегия и социальная миссия потребкооперации», выпущенную Московским университетом потребительской кооперации.

Очень важно наладить сотрудничество и со структурами, которые работают на селе. Имею в виду школы, библиотеки, медицинские учреждения. Ведь их работники тоже брошены на произвол судьбы, влачат порой жалкое существование. Мы не должны быть безразличны к их нуждам, ведь они также обслуживают наших пайщиков. Со школой можно, например, договориться о продаже поделок школьников или о выступлении учителей с беседами перед пайщиками, о доставке товаров инвалидам силами школьников, медикам предложить вести медосмотр наших работников, информировать население о возможных заболеваниях. Народные библиотеки вполне могли бы стать своего рода филиалами районных и сельских библиотек. Местные отделы образования, здравоохранения, руководители сохранившихся сельхозпредприятий, главы администраций наверняка не откажутся, если мы один раз в месяц или квартал пригласим их совместно обсудить некоторые вопросы жизни селян. Тем самым потребкооперация займет нишу организатора в решении важных вопросов улучшения жизни сельского населения. Такая ниша по праву принадлежит потребкооперации, ибо она — организация народная, и все, что делает, делается ею для народа.

Одна из главных наших забот в борьбе с бедностью — дать людям возможность заработать. Поэтому и ставится задача закупать все, что селяне предлагают на продажу со своих подворий. Однако закупки — это и проблема сбыта. На парламентских слушаниях, на Седьмом Всемирном

Русском Народном Собрании я поднимал вопрос о защите отечественного товаропроизводителя. И лед, кажется, тронулся. Впервые за годы реформ правительство сделало серьезный шаг навстречу селу: ввело квоты на импорт в Россию мяса птицы, свинины и говядины в 2003 — 2005 годах. Квота на импорт говядины составляет 420 тысяч тонн, свинины — 450 тысяч. Продукция, ввезенная сверх квот, будет облагаться пошлинами от 60 до 80 процентов. Словом, снижение импорта ожидается хоть и незначительное — всего 2 миллиона тонн, — но и оно будет способствовать облегчению сбыта мяса и, таким образом, развитию личных подсобных хозяйств.

В некоторых областях, скажем, Кемеровской, Белгородской, Липецкой, действуют местные программы развития подворий. Кроме того, Россельхозбанк недавно разработал и начал реализовывать программы развития сельских подворий. Уже задействовано 13 областей. Предусматривается выделение кредитов. Нашим потребительским обществам необходимо также по мере возможности участвовать в этих программах. Сотрудничество возможно в самых разных формах. Но на первом этапе каждое райпо обязано получить исчерпывающую информацию о подворьях граждан: сколько есть скота, есть ли потребность в приобретении молодняка, сколько и чего люди могут произвести, сколько и чего могут продать потребкооперации, выяснить, кто нуждается в кредитах, чем может помочь местная администрация, отделение Россельхозбанка.

Надо активнее развивать и свои подсобные хозяйства: выращивать овощи, зерновые культуры, картофель; создавать пункты искусственного осеменения скота, расширять сеть ветпунктов. Для этого нужно сотрудничать с местными управлениями сельского хозяйства, знать, какие есть кадровые резервы, брать на работу специалистов — зоотехников, ветработников, агрономов. Сегодня кооперативные организации ведут собственное сельское хозяйство на 97 тысячах гектаров. Это еще очень мало. Надо иметь как минимум 300 тысяч гектаров земель. Важно также проводить конкурсы на звание лучшего по профессии подобно тому, как в Твери недавно провели конкурс парикмахеров. А

почему бы не организовать конкурсы на звание лучшего заготовителя или конкурсы работников сферы социальных услуг.

По сути дела все, что мы делаем сегодня на селе, — это революция. Ведь революции бывают разные, не только со стрельбой. Научно-техническая, социальная — это примеры бескровных революций, подобных той, что сейчас мы пытаемся совершить на селе. А революции, как известно, не делаются в белых перчатках. Все, о чем мы сегодня говорим, требует, как и всякая черновая работа, траты сил, нервов, пота. Но эта наша работа несет в себе нравственное начало. Создавая рабочие места, давая людям возможность жить лучше, мы дарим и уверенность в завтрашнем дне. Не просто открываем парикмахерскую, а делаем жизнь на селе более цивилизованной. У людей меняется настроение, появляется смысл жизни. Поэтому нам надо активнее пропагандировать кооперативные идеи, давать решительный отпор сепаратистам, которые пытаются манипулировать сознанием людей, наших пайщиков.

Ни для кого не секрет, что в настоящее время манипуляция сознанием людей стала настоящим бедствием. Через некоторые печатные и электронные СМИ людям внушается идеология насилия, наживы любой ценой. Похоже, под их влияние попали и некоторые из наших кооператоров, которых интересуют не судьбы и заботы селян, а пополнение собственного кармана. Это те, кто считает социальную миссию, борьбу с бедностью «ерундой». Таких людей называют мизантропами, глухими к окружающим, человеконенавистниками.

Мы должны противопоставить этому манипулированию свою идеологию, основанную на человеколюбии, духовности, вечных ценностях. И в первую очередь — на совести, о которой многие стали в наше время забывать.

В.Ф. Ермаков *Председатель Совета Центрсоюза России, к.э.н., профессор*

МОЛОДЕЖЬ И КООПЕРАТИВНОЕ ДВИЖЕНИЕ

Потребительская кооперация на федеральном и региональном уровне большое внимание уделяет выработке и реализации молодежной политики, работе с учащейся молодежью и школьниками. Организации потребительской кооперации, входящие в систему Центросоюза России, совместно с органами занятости создают в сельской местности новые рабочие места для молодежи и школьников, возрождают традиции помощи нуждающимся, привлекая детей к работе с инвалидами и ветеранами, организуют досуг молодежи. В школах, колледжах, вузах ведется большая работа по пропаганде кооперативных ценностей и принципов, патриотическому воспитанию, формированию нравственности и духовности.

Эти и другие вопросы, связанные с воспитанием молодого поколения будущих российских кооператоров, рассматривались на прошедшей недавно в Московском университете потребительской кооперации 44-й международной студенческой научной конференции «Молодежь и кооперативное движение XXI века». Открыла конференцию президент-ректор Московского университета потребительской кооперации М.В. Сероштан. Перед участниками конференции с приветствиями выступили: глав-

ный специалист Государственной инспекции по аттестации учебных заведений России П.И. Бабочкин, председатель комитета по социальной политике семьи, детей и молодежи администрации Мытищинского района Московской области Л.С. Калагина, настоятель Донской церкви, директор просветительского центра Отец Виталий, председатель правления Новгородского облпотребсоюза С.С. Сададьский.

Конференция подвела итоги масштабной исследовательской деятельности студентов. В научно-исследовательской работе принимали участие более 5,5 тысяч студентов университета. В головном вузе действовало 261, в филиалах университета — 149 научных кружков и семинаров. Среди студентов, наиболее активно занимающихся научной работой, отмечены: Богатырева Н. (БА-44); Кибизова А. (МЭ-31); Либерман Т. (ФК-22); Линькова Т., Панова В. (ФК-25); Галедина О., Моисеенко О. (МЭ-32); Черенков Г., Корнеева О. (МЭ-31); Кирзнер Е. (ЭК-33); Квалова М. (ЭК-31); Тихомирова Т., Салихова Ю. (ТЭ-51); Желелев И. (ТЭ-41); Камилов А. (КМ-32); Осеткина Ю. (БА-31); Пензенко Ю. (БА-33); Ненашева Е. (ЮР-31), Белоброва И. (ЮР-31). Студентка университета Микутис А., группа МГ-41 приняла участие в международной конференции (Рес-

публика Молдова) и заняла призовое место.

В ходе конференции были подведены итоги двух конкурсов: студенческих научных работ «Молодежь и кооперативное движение России XXI века» и конкурса школьных работ «Кооперация – наш будущий дом», посвященных 90-летию университета. Они были проведены в рамках подготовки к всероссийскому конкурсу, который планирует провести Центросоюз России в 2003-2004 учебном году.

Всего в конкурсе студенческих научных работ «Молодежь и кооперативное движение России XXI века» приняли участие 725 студентов вузов и колледжей России и ближнего зарубежья, подготовивших 691 конкурсную работу. Для участия в завершающем этапе конкурса вузами и колледжами были рекомендованы и поступили на рассмотрение конкурсной комиссии 53 работы, в том числе 15 работ, подготовленных студентами головного вуза, 33 работы, выполненных студентами иногородних филиалов университета, 5 работ студентов кооперативных вузов стран Содружества Независимых Государств.

В конкурсе школьных работ «Кооперация – наш будущий дом» приняли участие 28 учащихся средних общеобразовательных учебных заве-

дений России, подготовивших 28 конкурсных работ, которые были рекомендованы для участия в университетском конкурсе и поступили на рассмотрение конкурсной комиссии. Все работы, рекомендованные образовательными учреждениями для участия в завершающем этапе конкурса, за исключением победителей, отмечены дипломами лауреатов.

Основными критериями выявления лауреатов и победителей конкурса были элементы новизны, исследовательский характер работы, актуальность темы, возможность практического использования, качество оформления.

Оргкомитет объявил результаты. Победителями среди студентов названы:

А.Кибизова (МУПК) за

работу «Международный кооперативный альянс в XXI веке» — первое место;

Е.Галяпа (Воронежская обл.) за работу «Молодежь и будущее кооперации» и О.Кириченко (МУПК) за работу «Московский университет потребительской кооперации: от истоков до наших дней» — второе место;

Т.Голубовская и М.Михатайкина (г.Чебоксары) за работу «Статистический анализ деятельности Чувашия республиканского потребсоюза за средствами Excel 2000», М.Жаркова (г.Чебоксары) за работу «Эмблема Центросоюза РФ как воплощение основных кооперативных идей» и К.Каримова (г.Караганда) за работу «Социально-экономические проблемы развития

потребительской кооперации Казахстана» — третье место.

Среди школьников первое место заняла Е.Полтавская (г.Сыктывкар), второе — Ю.Крякова (Владимирская обл.) и А.Тихонова (Нижегородская обл.), третье — Ю.Черкасова, Е.Куксилон (оба — Московская обл.) и Е.Цыркунова (Воронежская обл.).

Подводя итоги, участники конференции приняли резолюцию, в которой отразили основные направления развития студенческой науки с позиций подготовки высококвалифицированных кадров новой формации для работы в системе потребительской кооперации.

*А.Н. Лебедев, проректор по научной работе
Московского университета потребительской
кооперации, канд. экон. наук, профессор*

ОТ РЕДАКЦИИ

Это издание — первый номер научно-теоретического журнала «Фундаментальные и прикладные исследования» — осуществлено по решению Ученого Совета университета.

Потребительская кооперация России вышла на более высокий уровень развития, что потребовало разработки новой идеологии кооперативного движения, изменения мышления людей, более тесного сотрудничества науки и практики. В то же время это открыло для ученых, преподавателей, специалистов реальную возможность вести фундаментальные и прикладные исследования, востребованные кооперативной общественностью.

В системе потребительской кооперации издается ряд журналов, в том числе содержательный, информационно насыщенный «Деловой вестник Российской кооперации», который публикует не только нормативные документы и комментарии к ним, но и результаты отдельных исследований, методические разработки. Вместе с тем это научно-практическое издание, рамки которого не позволяют достаточно полно отразить результаты многих фундаментальных исследований и дискуссионные результаты научного поиска.

Институты, факультеты, кафедры, входящие в структуру университета, проводят научные исследования, которые имеют общие корни, общую позитивную направленность, так как разрабатывают фундаментальные проблемы развития потребительской кооперации во взаимосвязи с развитием общества. Некоторые исследования имеют узкоспециальную направленность, но большая их часть носит междисциплинарный характер.

Публикации в журнале предоставят возможность ученым и специалистам обмениваться информацией, будут способствовать повышению эффективности научного поиска.

Не останутся без внимания и лучшие работы аспирантов, соискателей, студентов. Зачастую результаты их исследований остаются невостребованными в потребительской кооперации, потому что практически не известны руководителям и специалистам.

Одной из основных целей издания журнала является ознакомление широкой кооперативной общественности с исследованиями, диссертациями, разработками преподавателей, аспирантов, студентов, содержание которых важно для дальнейшего развития системы. С этой же целью задуман и уже реализуется выпуск приложения к журналу — экспресс-информации Института теоретических и прикладных проблем кооперации по ряду направлений: «Новости науки»; «Передовой опыт работы кооперативных организаций»; «Научно-технический прогресс: теория, практика»; «100 лучших кооперативных товаров»; «Механизм хозяйствования: экономика, управление»; «В помощь специалистам потребительских обществ»; «Уроки менеджмента»; «Управление персоналом»; «Социальная работа кооперативных организаций».

Среди читателей, пользователей журнала, редакция видит прежде всего преподавателей, аспирантов и студентов университета и его филиалов. Кроме того, мы рассчитываем, что публикации вызовут определенный интерес у профессорско-преподавательского состава других вузов, у руководителей и специалистов потребительских обществ и союзов.

Редакция планирует ряд постоянных рубрик, а также выпуск тематических номеров, объединенных правовой, финансово-экономической, технической и иной направленностью. В перспективе планируется выпускать сокращенную электронную версию журнала на сайте университета.

Просим представлять рукописи на электронных и бумажных носителях одновременно, размер шрифта — 12 пт, межстрочный интервал — одинарный. Фамилии авторов располагаются после заголовка справа с указанием должности, научной степени, названия кафедры, факультета, филиала.

Редакция искренне желает читателям и будущим авторам журнала плодотворной работы и творческих успехов.

Нам — 90!

**Уважаемые выпускники Московского университета потребительской кооперации!
Уважаемые выпускники Московского кооперативного института!
Коллеги! Друзья!**

Приглашаем вас принять участие в праздновании 90-летия университета.

В программе:

15-24 октября

«КООПЕРАЦИЯ – НАШ ДОМ» – ФЕСТИВАЛЬ СТУДЕНЧЕСКОГО ТВОРЧЕСТВА
с участием студенческих коллективов кооперативных вузов России и стран СНГ

15-22 октября

Встречи:

15 октября	- выпускников юридического факультета	начало в 14.00
16 октября	- выпускников экономического факультета	начало в 13.30
17 октября	- выпускников факультета бухгалтерского учета и прикладной информатики	начало в 12.00
20 октября	- выпускников факультета международных экономических отношений	начало в 12.00
21 октября	- выпускников товароведного факультета	начало в 14.00
22 октября	- выпускников финансового факультета	начало в 14.00

23-24 октября

ЗАСЕДАНИЕ VI СЕССИИ СОВЕТА РЕКТОРОВ КООПЕРАТИВНЫХ ВУЗОВ
СТРАН СНГ

23 октября

«ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ: СОЦИАЛЬНАЯ ИНИЦИАТИВА И
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ» – МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ
начало в 10.00

«НОВЫЕ ФОРМЫ И МЕТОДЫ АКТИВИЗАЦИИ ПОЗНАВАТЕЛЬНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СТУДЕНТОВ» – МЕЖДУНАРОДНАЯ НАУЧНО-
МЕТОДИЧЕСКАЯ КОНФЕРЕНЦИЯ

начало в 12.00

24 октября

ТОРЖЕСТВЕННОЕ ЗАСЕДАНИЕ УЧЕНОГО СОВЕТА УНИВЕРСИТЕТА

начало в 13.00

УДК
ББК

Фундаментальные и прикладные исследования

Научно-теоретический журнал, 1, 2003
«Наука и кооперативное образование»; 2003; -96.

Редактор Илюхин А.В.
Компьютерная верстка Кирьянов С.Ю.
Корректор Ромашкова И.И.

Подписано в печать Формат 60x84 1/8 Печать офсетная
печ. л. 20,5 Тираж 1000 экз.
Издательство «Наука и кооперативное образование»
141014 Московская обл. г. Мытищи, ул. В. Волошиной, 12

Отпечатано в ФГУП «Производственно-издательский комбинат ВИНТИ»
141010, Московская обл. г. Люберцы, Октябрьский пр-т, 403, тел: 554-21-86