

УДК 330

## **АНАЛИЗ СТАНОВЛЕНИЯ И РАЗВИТИЯ МЕЖДУНАРОДНОЙ ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМЫ «ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ОБЩЕСТВО»**

Шевенина Екатерина Владимировна, аспирант кафедры устойчивого инновационного развития Международного университета природы, общества и человека «Дубна»

### **Аннотация**

*В работе представлены основные учения и концепции создания первых потребительских обществ; приведен краткий обзор истории развития и становления потребительских обществ в России с целью показать эффективность и социальную значимость этой международной организационно-правовой формы. Кроме того, в работе описаны международные ценности и принципы деятельности потребительских обществ и проанализированы ключевые проблемы современных потребительских обществ. Работа выполнена в рамках проекта РФФИ № 12-06-00286-а.*

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** потребительское общество, устойчивое развитие, кооперативное движение, становление и развитие, эффективность, потребности, взаимопомощь, ценности, принципы.

## **ANALYSIS OF FORMATION AND DEVELOPMENT OF COOPERATIVE SOCIETY AS AN INTERNATIONAL ORGANIZATIONAL AND LEGAL FORM**

Shevenina Ekaterina Vladimirovna, post-graduate student of the Department of Sustainable Innovative Development (the International University of Nature, Society and Man "Dubna")

### **Abstract**

*This work contains the main doctrines and concepts of creation of the first consumer societies; it provides the short review of history of cooperative society's development and formation in Russia to show the efficiency and social importance of this international organizational and legal form. Moreover, the work describes the international values and the principles of activity of consumer societies and analyzes key problems of modern consumer societies. The article was written as a part of the RFBR project No 12-06-00286-a.*

**KEYWORDS:** cooperative society, sustainable development, cooperative movement, formation and development, efficiency, requirements, mutual aid, values, principles.

Многие организации в настоящее время осуществляют свою деятельность с целью получения прибыли и направляют все свои усилия на максимальное увеличение этого показателя, забывая о потребностях людей, трудящихся в этих организациях.

В современном мире быстро и эффективно внедрять прорывные инновационные технологии можно только путем реализации совместных проектов, обеспечивая соединение двух основных составляющих прогрессивного процесса: потребителей (спроса) и изобретателей (предложение). Наиболее подходящей организационно-правовой формой, в рамках которой происходит объединение предпринимательской инициативы с потребностями людей, является потребительское общество.

Существует десятки определений понятия «потребительское общество»,

сформулированных и более века назад, и относительно недавно. Наиболее универсальным является определение понятия современного потребительского общества, которое дано в документах всемирного кооперативного конгресса, состоявшегося в г. Манчестере (Великобритания) в 1995 г.: потребительское общество - это самостоятельная организация людей, добровольно объединившихся с целью удовлетворения своих общих экономических, социальных и культурных потребностей с помощью совместного владения и демократически управляемого предприятия.

## 1. Зарождение идеи потребительского общества

Учения о кооперативном движении возникли задолго до организации первых потребительских обществ. Многие гуманисты и просветители, выражая сокровенную мечту простых людей труда о всеобщем счастье, равенстве и справедливости, издавна выдвигали проекты создания идеального государства и устройства разного рода хозяйственных ячеек будущего - ассоциаций, товариществ, «рабочих колледжей» и др.

Великие мыслители, такие как Томас Мор, Роберт Оуэн, Шарль Фурье, Уильям Кинг оказали значительное влияние на становление и развитие потребительских обществ. В своих учениях они описывали потребительское общество как средство уничтожения бедности на основе самодеятельности и взаимопомощи трудящихся.

*Утопический социализм.* Томас Мор (1478-1535) в своем главном труде «Утопия» (1516) изобразил удивительную страну, где нет частной собственности, все граждане трудятся, управление является демократическим, а необходимые продукты люди получают по потребностям из общественных складов. Это произведение дало название направлению общественной мысли, ставшему известным как утопический социализм.

Первичной ячейкой будущего общества Фурье считал фалангу, т.е. производственно-потребительскую ассоциацию. Фаланга обладает чертами и коммуны, и акционерного общества. Во-первых, она создается на средства предпринимателей, которые вкладывают свой капитал путем приобретения акций и становятся членами фаланги. Неимущие в первое время делают взнос своим трудом. Во-вторых, доход фаланги должен распределяться соответственно вложенному капиталу (4/12), труду (5/12) и таланту (3/12). Предполагалось со временем увеличить долю труда в общем доходе. Конечной целью создания сети фаланг был переход к идеальному «строю гармонии».

*Развитие потребительских обществ для освобождения труда от капитала.* Кинг отказывается от надежды на богатых и власть имущих, призывает рабочих и ремесленников своими усилиями и на собственные средства строить новый мир.

По мнению Кинга, для освобождения труда от капитала необходимо проделать путь от простого к сложному, а именно: 1) создать общество для кооперативной пропаганды и сбора средств, путем взносов; 2) на собранные деньги организовать потребительские общества для снабжения их членов нужными предметами и накопления капитала; 3) открывать производственные предприятия этих потребительских обществ для увеличения капитала и обеспечения заработками членов кооперативов; 4) наконец, накопив кооперативные капиталы, приобрести в собственность или в аренду земельные участки, создать производственные кооперативы, промышленно-земледельческие общины. В итоге трудящиеся перестают работать на хозяев, труд как сущность жизни освобождается от гнета капитала. Кинг надеялся достичь этого без вмешательства государства, правда, при материальном содействии профсоюзов.

*Марксизм о кооперативном движении.* Карл Маркс и Фридрих Энгельс также положительно оценивали роль потребительских обществ. По их мнению, кооперация способствует уменьшению эксплуатации рабочих, создает лучшие условия труда. Маркс даже признавал кооперативное движение одной из сил, преобразующих современное общество, основанное на классовом антагонизме.

Маркс и Энгельс иногда сравнивали потребительские общества и частнокапиталистические предприятия и отмечали некоторые преимущества первых: рабочие рассматривали потребительские общества как свои предприятия, в них они трудились и участвовали в самоуправлении.

*«Кооперативная республика» Нимской школы.* Представители Нимской школы определяли потребительское общество как объединение людей, преследующих общие экономические, социальные и образовательные цели, путем осуществления хозяйственной деятельности. Потребительское общество - средство не только для улучшения условий жизни, но и для общественного обновления. Они утверждали, что хозяевами положения являются производители товаров, а ими должны стать потребители. Ведь потребление - конечная цель экономики, а производство - это только средство. Все люди (и бедные, и богатые) являются потребителями, одинаково нуждаются в приобретении дешевых товаров и, следовательно, заинтересованы в создании и развитии потребительских обществ.

Шарль Жид (1847-1932) - главный теоретик Нимской школы - выдвинул программу кооператоров всех стран, которую необходимо было осуществить в три этапа.

«Соединиться друг с другом, образовать силу, извлечь из своей прибыли возможно больше средств, для того чтобы основать большие оптовые магазины, делать массовые

закупки - вот первый этап. Продолжать накапливать, при помощи вычетов из прибылей, значительные капиталы и, при помощи этих капиталов, стараться производить прямо и за свой собственный счет все необходимое для своих потребностей; создавать булочные, мельницы, суконные фабрики, мастерские готового платья, экипажей, фабрики шляп, мыла, бисквитов, бумаги - вот второй этап. Наконец, в более или менее отдаленном будущем, приобрести собственные земельные участки и фермы и производить прямо на своей земле хлеб, вино, растительные масла, мясо, молоко, масло, птицу, яйца, овощи, фрукты, цветы - вот последний этап».

В результате мирного овладения всей торговлей, отраслями легкой и пищевой промышленности и сельскохозяйственным производством, благодаря сотрудничеству потребителей на почве политического нейтралитета, возникает новая общественная система - кооперативная республика.

По мнению главного теоретика Нимской школы, именно в руках потребительских обществ должен находиться экономический аппарат всей кооперации.

## **2. Возникновение первых потребительских обществ в России**

Ранние потребительские общества возникали стихийно и разрозненно, но это происходило не на пустом месте. Опыт коллективного быта, совместного труда и управления хозяйством люди накапливали постепенно с незапамятных времен.

Уже в период разложения феодализма и становления капитализма появились переходные формы к образованию потребительских обществ. Возникали они, несмотря на преграды властей, объединяли, главным образом, ремесленников, крестьян, рабочих и зачастую носили предкооперативный характер. По некоторым принципам своей деятельности, выполняемым функциям и внутреннему устройству переходные формы напоминали потребительские общества в том виде, как они сложились впоследствии.

К таким формам в России относились, прежде всего, крестьянские общины, различные бытовые артели, складчина, взаимопомощь и т.д.

Русская община, называемая миром, объединяла в каждом селе местных крестьян, ведущих частное, индивидуальное хозяйство. Община выполняла ряд функций экономическую (например, регулярное перераспределение пашни между домохозяйствами), административную (рассмотрение споров, набор рекрутов), социальную (помощь сиротам, вдовам) и даже воспитательную (соблюдение населением нравственных норм). Общины и артели имели ряд общих черт с классическими потребительскими обществами: самостоятельность, добровольность, самоуправление, равенство прав участников, элементы

коллективизма и др.

Первым в России потребительским обществом по форме и видом взаимопомощи по существу была «Большая артель» декабристов, созданная в 1931 году.

Цель артели декабристов заключалась в удовлетворении личных потребностей ее участников. Для достижения поставленной цели создавалась годовая общественная сумма, которая складывалась из взносов-авансов членов артели, пайка мукой и денежного довольствия от казны. Артель не преследовала цели получения прибыли. Артель строила свою деятельность на началах самоуправления; обеспечивались демократические выборы в органы управления и контроля путем тайного (закрытого) голосования. При этом каждый участник имел право одного голоса.

### **3. Особенности становления и развития потребительских обществ в России**

*Развитие потребительских обществ в дореволюционной России.* В истории развития потребительских обществ дореволюционной России можно выделить три периода.

- Первый период истории потребительских обществ России начинается с 1831 г. и длится до отмены крепостного права. Он характеризуется образованием докооперативных форм предприятий, потому что в это время еще не было предпосылок для создания потребительских обществ. В этот период была создана Большая артель декабристов (1831 г.) и несколько малоизвестных потребительских обществ.
- Второй период истории потребительской кооперации начинается после отмены крепостного права и длится до начала первой революции 1905 г. В этот период обострились проблемы по обеспечению населения продуктами питания и другими потребительскими товарами. Непомерная жадность купцов и мелких торговцев (лавочников), устанавливавших высокие цены на товары, заставляла наиболее нуждающиеся слои населения (служащих, рабочих, крестьян) создавать потребительские общества для защиты от торговой эксплуатации. Характерной особенностью второго периода является медленное развитие потребительской кооперации.
- Третий период истории потребительских обществ России начинается с 1905 г. и длится до Октябрьской революции 1917 г. Чтобы быть конкурентоспособными с коммерческими торговыми предприятиями, потребительские общества начали укрупняться: несколько потребительских обществ объединяли свое имущество и пайщиков и создавали одно крупное потребительское общество. Третий период

характеризуется усиленным ростом потребительских обществ и их союзов, укреплением организационной структуры и социально-экономической деятельности потребительской кооперации.

Таким образом, потребительская кооперация в дореволюционной России выполняла социальную миссию по удовлетворению материальных и иных потребностей своих пайщиков и обслуживаемого населения.

*Потребительские общества в период советской власти (1917-1990 гг.).*

Развитие потребительских обществ в советский период определялось конкретными условиями строительства социализма. В соответствии с декретом советской власти «О потребительских кооперативных организациях» от 10 апреля 1918 г. потребительские общества полностью подчинялись советской власти. Государство использовало их для решения разных социально-экономических задач.

Потребительские общества были привлечены Советским государством для преобразования частной торговли в коллективную социалистическую торговлю.

Следует отметить, что весь советский период потребительская кооперация подвергалась огосударствлению: государственные органы устанавливали потребителям обществ объемные показатели хозяйственной деятельности, цены на товары, в централизованном порядке распределялись товарные и финансовые ресурсы. Демократические принципы кооперации постоянно нарушались: партийными органами назначались руководители кооперативных организаций и предприятий.

*Потребительские общества в условиях перехода к рыночной экономике.*

В первые годы реформ (1991— 1994 гг.) потребительские общества не имели необходимых юридических, социально-экономических и идеологических предпосылок для своего развития.

Отсутствие правовых предпосылок — закона о потребительской кооперации — ставило под вопрос ее существование. Положение было спасено усиленными действиями Центросоюза по разработке Закона «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации», который был принят в 1992 г. Этим законом государство продемонстрировало приверженность России к многовековой общечеловеческой ценности — кооперативной собственности и кооперативной форме ведения хозяйства.

Социально-экономические условия развития потребительского общества были неблагоприятными. Общее кризисное состояние экономики, и, прежде всего, ее

агропромышленного комплекса, отразилось на хозяйственной деятельности потребительской кооперации. Резко снизились объемы деятельности потребительских обществ, что создало значительные проблемы по удовлетворению материальных и социальных потребностей населения.

Идеологические предпосылки развития потребительских обществ значительно ослабли. Многие руководители кооперативных организаций стали больше внимания уделять хозяйственной деятельности в ущерб социальной направленности и интересам пайщиков. Пайщики выходили из потребительских обществ. Это подрывало социальные основы потребительской кооперации.

С 1995 г. условия развития потребительской кооперации изменились. Потребительские общества приобрели более или менее прочное правовое положение. В 1997 г. принят Закон «О внесении изменений и дополнений в Закон «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации». В соответствии с этим законом изменены уставы каждого потребительского общества и каждого потребительского союза.

В стране установились более благоприятные экономические условия для развития потребительских обществ. Правительство оказывало содействие их развитию: были снижены налоги, предоставлены льготы на оплату электроэнергии, отсрочена оплата долгов коммерческим банкам.

Изменилась идеология руководителей потребительской кооперации. Они стали больше внимания уделять социальной деятельности, удовлетворению материальных и других потребностей пайщиков потребительских обществ. Повысилось участие пайщиков в деятельности общества: экономическое участие, участие в управлении и контроле.

Формирование благоприятных предпосылок способствовало адаптации потребительских обществ и потребительских союзов к условиям рыночной экономики и развитию системы потребительской кооперации.

На протяжении всей истории становления и развития потребительских обществ в России государство предоставляло потребительской кооперации существенные преимущества и льготы. Потребительские общества получали льготы по налогообложению, по тарифам на перевозку товаров, при получении кредитов. Таким образом, потребительские общества осуществляли деятельность в более благоприятных социально-экономических условиях, чем частные торговцы. Это позволяло им значительно увеличивать свою долю в общем объеме розничного товарооборота страны.

#### **4. Ценности, принципы деятельности и проблемы современных потребительских обществ**

В XXI в. потребительское общество вошло как крупная социально-экономическая система, востребованная населением и выполняющая необходимую обществу социальную миссию по удовлетворению материальных и иных потребностей пайщиков и обслуживаемого населения.

В недрах кооперативного движения как движения общественного давно уже начала выработываться и, наконец, сложилась своеобразная идеология — идеология защиты интересов, прежде всего, людей физического и умственного труда, мелких собственников, относительно небогатых потребителей товаров и услуг.

Кооперативный идеал составляет в теории высшую и конечную цель совместной деятельности потребительских обществ и является разновидностью, вариантом социального идеала.

Потребительское общество рассматривается как новая система хозяйства, в которой царят не вещи, а люди, причем люди, движимые возвышенными целями - достижение свободы личности, построение совершенного общества. «Идеал есть верховная ценность, из нее исходят низшие ценности»

*Ценности* потребительского общества, а отчасти и принципы представляют собой некую модель такого идеала. Ценности потребительского общества являются ориентиром для кооператоров и играют для них свою вдохновляющую роль.

В последней четверти XX века кооператоры разных стран активно обсуждали вопрос об основных ценностях потребительского общества. В конечном счете, мировая кооперативная общественность провозгласила основные моральные, этические ценности потребительских обществ:

- взаимная помощь: всестороннее индивидуальное развитие человека возможно только в сотрудничестве с другими людьми;
- демократия: участие пайщиков в делах своего потребительского общества служит решающим фактором успеха кооперативной деятельности;
- равенство: объединяет, сплачивает пайщиков и умножает силу потребительского общества;
- справедливость: ценность, подчеркивающая отличие потребительских обществ, действующих во благо своих членов, от фирм, действующих, в первую очередь, в интересах капитала;

- солидарность: общность интересов пайщиков потребительского общества, их взаимная ответственность за состояние дел в потребительском обществе, решимость к единению и готовность к совместным действиям для достижения целей потребительского общества.

Ценности потребительского общества взаимно переплетаются и дополняют друг друга. Как правило, они выступают в единстве с принципами потребительского общества и служат отправным пунктом этих принципов.

*Принципы* потребительского общества представляют собой совокупность организационных, экономических, нравственных и иных основ осуществления кооперативной деятельности.

Представителями кооперативных союзов многих стран на международном уровне одобрены следующие современные принципы потребительского общества:

1. При приеме в потребительское общество не допускается дискриминация по соображениям половой, социальной, расовой политической или религиозной принадлежности людей;

2. Демократический членский контроль. Потребительские общества - это демократические организации, контролируемые своими же пайщиками, теми, кто активно участвует в формировании их политики и в принятии решений.

3. Экономическое участие пайщиков. Пайщики делают соразмерные взносы в образование средств своего потребительского общества и на демократических началах контролируют эти средства. Пайщики распределяют экономические излишки (доход, прибыль) от деятельности потребительского общества на следующие цели: развитие своего потребительского общества, выплата пайщикам пропорционально их хозяйственным операциям, осуществление иных видов деятельности, предусмотренных уставом потребительского общества.

4. Самоуправление и независимость. Потребительские общества могут заключать соглашения с другими организациями, включая государственные, или привлекать средства из внешних источников лишь на таких условиях, которые гарантируют сохранение самостоятельности в управлении и демократического контроля.

5. Образование, повышение квалификации и информационное обеспечение. Потребительские общества осуществляют образование и повышение квалификации своих пайщиков, а также управляющих и служащих в целях обеспечения эффективного участия в развитии потребительского общества. Информация о работе потребительского общества,

успехах или неудачах должна быть достоверной, своевременной и доступной всем его членам.

6. Сотрудничество кооперативных организаций между собой.

7. Забота об обществе. Будучи нацеленным на удовлетворение нужд и запросов своих пайщиков, потребительские общества, в то же время, заботятся об устойчивом развитии общества в целом, например, участвуя в создании дополнительных рабочих мест в стране, содействуя сохранению окружающей среды, и т.д.

Именно благодаря своим ценностям и принципам, потребительские общества представляют собой не обыкновенную предпринимательскую структуру, а ячейку особой формы общественного движения.

### ***Проблемы российских потребительских обществ.***

Современные потребительские общества, как и многие другие организации в нашей стране, в процессе своей деятельности сталкиваются с определенными проблемами.

Можно выделить две группы *экономических* проблем, стоящих перед современными российскими потребительскими обществами:

- проблемы всех предприятий российской экономики. К ним относятся: отсутствие ясной государственной экономической политики, некредитоспособность населения и предприятий, неплатежи, нехватка собственных оборотных средств и дороговизна банковских кредитов, налоговый пресс и т.п.;
- проблемы потребительских обществ, вытекающие из их специфичных целей. К ним относятся: невозможность получения высокой прибыли из-за преимущественного обслуживания малоимущих слоев населения (в том числе и населения отдаленных районов), наличие малоэффективных избыточных основных фондов, невозможность закрытия экономически нерентабельных, но социально значимых предприятий и т.п.

Вторая группа проблем решается в двух направлениях:

- перестройка организационной структуры, структуры товарооборота, заготовительной деятельности, производства товаров, диверсификация деятельности и нахождение внутренних резервов для повышения рентабельности предприятий потребительских обществ;
- частичная компенсация государством экономических потерь потребительских обществ, связанных с решением их социальных общегосударственных задач, в виде налоговых льгот, кредитов, отсрочки платежей по кредитам и т.п.

*Социальные* проблемы. Реформирование отношений собственности вновь превратило потребительское общество в важнейший инструмент государственной политики для снижения социальной напряженности в российском обществе.

Если обратиться к истории, то можно заметить, что возрастание роли потребительских обществ всегда происходит в трудные для населения страны времена. Поэтому совершенно неправильно рассматривать потребительскую кооперацию только с экономической точки зрения: ее экономическая рентабельность ничто по сравнению с социальными выгодами.

Исторический опыт позволяет прогнозировать первостепенную социальную значимость потребительских обществ и их устойчивое развитие в последующие периоды до тех пор, пока экономика России не будет приведена в порядок.

*Правовые* проблемы. Взаимоотношения между потребительскими обществами и государством не во всех странах складываются одинаково. Демократические государства, в соответствии со своими конституциями, предоставляют потребительским обществам необходимую свободу, и часто этого оказывается достаточно для успешного развития кооперативной системы. Чрезмерная бюрократическая, чиновничья опека над каждой ячейкой потребительского общества в некоторых развивающихся странах превращает кооперативные организации в придаток государственного аппарата.

В настоящее время в Налоговом кодексе Российской Федерации недостаточно внимания уделяется специфике налогообложения потребительских обществ, в законодательстве страны нет четкой определенности их правового положения, что вызывает большое количество разногласий между налоговыми органами и потребительскими обществами.

Намеченный круг проблем сам подсказывает пути их решения:

- перестройка российской потребительской кооперации на основе кооперативных принципов Международного Кооперативного Альянса;
- повышение эффективности деятельности потребительских обществ на основе использования прошедших проверку временем достижений дореволюционной русской кооперации и применения полезного зарубежного кооперативного опыта;
- законодательное закрепление потребительского общества как экономического субъекта первостепенной социальной значимости с предоставлением ей экономических льгот, соответствующих затратам потребительских обществ на решение общегосударственных социальных задач;

- активное обновление и совершенствование кооперативного законодательства.

### **Заключение**

Наибольший интерес для исследования представляют правовые проблемы современных потребительских обществ, а именно неопределенность правового положения этой организационно-правовой формы в Налоговом Кодексе РФ, что вызывает большое число конфликтов между государственными органами и потребительскими обществами.

Необходима эффективная технология минимизации рисков в сфере государственного контроля деятельности потребительских обществ. Целью исследования, в рамках которого написана данная работа, как раз является разработка технологических основ управления рисками в сфере государственного контроля деятельности потребительских обществ и создание программного продукта для осуществления автоматизированной проверки документации потребительских обществ с целью предотвращения нахождения потребительского общества в рискованной зоне и обеспечения бесконфликтного развития.

### **Литература**

1. *Блан, Л.* Организация труда. – Либроком, 2011.
2. *Вахитов, К.И.* История потребительской кооперации России: Учебное пособие. – М.: Дашков и Ко, 2009. Часть 1.
3. *Жид, Ш.* О кооперации / пер. с фр. И. А. Шапиро; под ред. В. Ф. Тотомианца. – М.: София, 1918.
4. *Макаренко, А. П.* Теория и история кооперативного движения: Учебное пособие для студентов кооперативных учебных заведений — М.: ИВЦ «Маркетинг», 2002.
5. *Мор, Т.* Утопия, пер. Каган Ю.М. – М.: Наука, 1978.
6. Налоговый кодекс Российской Федерации.
7. *Тихонов, В.А.* Кооперация: за и против. – ПИК: Независимое издательство, 1991.
8. *Туган – Барановский, М. И.* Социальные основы кооперации. – М.: Экономика, 1989.
9. Федеральный закон от 19 июня 1992 года № 30-85-1 ФЗ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации»
10. Федеральный закон от 11 июля 1997 года № 97 – ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации».

**Работа выполнена в рамках проекта РФФИ № 12-06-00286-а.**