

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ СИБИРИ В НАЧАЛЕ XX в. В КОНТЕКСТЕ ПРОБЛЕМЫ КООПЕРАТИВНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Исследуются кооперативные потребительские организации с использованием методологических подходов теоретиков кооперативного движения А.В. Меркулова и И.В. Емельянова. Автором рассмотрена двойственная торгово-экономическая и социально-интегративная функция кооперативных потребительских организаций, выявлены особенности кооперативных структур в сравнении с другими общественными организациями и некооперативными экономическими образованиями (предприятиями, акционерными обществами). На примере сибирского кооперативного движения показан процесс осознания кооперативной общественностью опасности псевдокооперативного перерождения, важности соблюдения кооперативных принципов как основы кооперативной идентичности. Исследована социокультурная функция кооперации и роль неторговой деятельности в активизации самодельности пайщиков как одного из условий формирования гражданского общества.

Ключевые слова: потребительская кооперация; потребительское общество; предприятие; акционерное общество; общественная организация; гражданское общество; Сибирь.

В создании социально ориентированной экономики особую роль играют кооперативные формы хозяйствования, в том числе потребительская кооперация, всегда занимавшая важное место в российском социуме. Значимость кооперативной организации для российского населения обусловлена ее социальной направленностью и огромным потенциалом в решении проблем бедности и безработицы. Вопросы кооперативного движения в дореволюционной России, в период НЭПа 1920-х гг. и перестройки второй половины 1980–1890-х гг. всегда являлись приоритетными объектами исторических исследований. Возникавшие при этом оценки достижений кооперации и различные интерпретации ее деятельности во многом являлись следствием концептуальных расхождений, неоднозначности использования понятийного аппарата, различных трактовок формальных признаков, характеризующих кооперативное движение. В связи с этим в современной историографии актуализируется проблема кооперативной идентичности, определения родовых кооперативных признаков. В данной статье изучение кооперативной идентичности производится применительно к концепту «гражданское общество», который сегодня является одним из «центральных герменевтических ключей» и «концептуальным кодом эпохи» [1. С. 25].

Сущность и природа потребительской кооперации нашли определенное отражение в нормативно-законодательных актах Российской империи конца XIX – начала XX в. В соответствии с нормальным уставом потребительского общества от 13 мая 1897 г. главной в деятельности последнего являлась заготовительно-торговая функция, неторговая работа фактически запрещалась. В то же время кооперативное движение в России в начале XX в. продемонстрировало не только мощные хозяйственные возможности, но и значительную политическую ангажированность, социореформистский и культурно-просветительный потенциал. Уставные цели, функциональное устройство и деятельность сближали потребительские общества как с экономическими образованиями (предприятиями и акционерными обществами), так и с различными общественными организациями, преследующими идеальные цели. В задачи статьи входит выяснение, насколько адекватным является использование

категорий «предприятие» и «общественная организация» применительно к потребительскому кооперативу, что позволит определить место потребительской кооперации как особой торговой и общественной организации в процессе формирования гражданского общества в России в начале XX в.

Особая природа кооперативных организаций теоретически осмысливалась деятелями отечественного кооперативного движения в обширной кооперативной литературе, периодике, материалах Всероссийских кооперативных съездов 1908 и 1913 гг. Очередной раунд полемики состоялся во время обсуждения и принятия правительством законопроекта о прогрессивном подоходном налоге в 1915 г. В целом имеющий важное значение для оздоровления налоговой системы законопроект существенно ухудшал положение потребительской кооперации, которая впредь подлежала подоходному налогообложению, в то время как учреждения мелкого кредита и закупочные кооперативы совершенно освобождались от него. Причем если правительственный законопроект содержал оговорку о том, что потребительские кооперативы подлежат налогу, когда обслуживают не только своих членов, но имеют открытые для публики магазины и пользуются наемным трудом, то на этапе обсуждения в Государственной Думе было решено облагать их налогом без изъятий. Законотворцы считали, что с возникновением кооператива возникает и новый хозяйствующий субъект, получающий в результате продажи прибыль.

Выразителем взгляда кооперативных идеологов на природу кооперации, отличного от правительственной точки зрения, являлся А.В. Меркулов. «В кооперативе, как таковом, мы не находим ни “хозяйствующего субъекта”, ни “продажи”, ни “прибыли”, – считал он. – Перед нами – совершенно новое экономическое явление, для которого должна быть установлена новая экономическая терминология» [2. С. 99]. В отличие от акционерной компании, где несколько владельцев капитала создают новое самостоятельное предприятие (хозяйство), действия которого направлены вовне, на получение прибыли с чуждых лиц, деятельность потребительского кооператива не создает нового хозяйствующего субъекта, она направлена исключительно вовнутрь (если кооператив обслужи-

вает только своих членов) или частично вовне, если имеет магазины, открытые для широкой публики [2. С. 101, 102]. «Мы с математической точностью, – писал А.В. Меркулов, – можем определить, когда кооператив стал извлекать “прибыль”: это происходит в тот момент, когда он продает первый фунт хлеба не члену; он получает уже при этом некоторую долю торговой капиталистической прибыли (если не возвращает ее покупателю в виде премии на забор); в этот лишь момент – и лишь по отношению к этому покупателю – кооператив стал “хозяйствующим субъектом”. Поскольку же кооператив обслуживает лишь членов, он не хозяйствующий субъект, а объединение хозяйствующих субъектов. Он – распространенная складчина» [Там же. С. 103]. «Непостижимой несправедливостью» считали кооператоры взимание с них подоходного налога, когда они продавали только членам, и настаивали на уплате налога лишь с той части операций, которая осуществлялась с посторонними покупателями. Этот пример показывал, как далеко было дореволюционное законодательство от понимания сути и интересов кооперации.

Развитием представленных взглядов на кооперацию стала опубликованная в 1948 и 1995 г. в США фундаментальная работа российско-американского исследователя И.В. Емельянова «Экономическая теория кооперации» (перевод и публикация книги в 2005 г. в России состоялись благодаря усилиям тюменского историка С.А. Пахомчика, а распространение в Новосибирске – благодаря стараниям А.А. Николаева, главного научного сотрудника Института истории СО РАН). Придавая проблеме идентичности кооперации «немалое теоретическое и огромное практическое значение», И.В. Емельянов поставил цель дать ответ на вопрос, какую организацию следует считать кооперативной, и обосновать точное определение кооперации, подчеркнув, что проблема кооперативного типа экономической организации – это проблема экономической морфологии [3. С. 23, 24]. Автор последовательно выполнил научную аналитическую задачу выявления экономического характера кооперативных организаций, строго отделенного от социотерапевтической, социологической, этической и юридической подоплеки. Рассмотрев основные характеристики подлинных кооперативных ассоциаций, наиболее распространенными из которых являлись «кооператив – это предприятие» и «кооператив – это союз людей», он показал ошибочный характер каждого из них и доказал, что, имея внешнее структурное сходство с предприятием и акционерным обществом (коллективным предприятием), кооператив не является ни тем, ни другим [Там же. С. 51]. Обосновав, что первичная экономическая функция предприятия состоит в приобретении (получении прибыли), а первичная функция индивидуального хозяйства – в расходе (потреблении), ученый показал, что потребительские кооперативы не являются приобретающими экономическими единицами, следовательно, не являются предприятиями [Там же. С. 77]. Потребительские кооперативы, имеющие практически все структурные характеристики акционерной компании (акционерный / долевого / пае-

вой капитал, собрание акционеров, дивиденды, выплачиваемые на акции), не являются также и акционерными обществами благодаря ограничению дивидендов, выплачиваемых по акциям, ограничению числа акций на одного акционера, замене принципа голосования по количеству акций на правило голосования по количеству членов: один пай – один голос [Там же. С. 84].

Исследуя различные типы кооперативов мира в отношении таких категорий, как паевой взнос, паевой капитал, доход от предпринимательской деятельности, дивиденд, прибыль, и такие процессы, как интеграция, слияние, объединение, И.В. Емельянов пришел к выводу, что паевые взносы – это кредит или фонд, ссуженный членами своей кооперативной организации в качестве рабочего капитала; паевой капитал в кооперативе не инвестируется и не используется для получения прибыли; дивиденды являются окончательными расчетами, которые исправляют диспропорцию между авансами и использованием услуг общества отдельными членами; кооперативный доход не является капиталистической прибылью; типичный потребительский кооператив представляет собой не предприятие, а неакционерную, некоммерческую ассоциацию [Там же. С. 98, 99, 105, 106]. Важнейшим, единственным, исчерпывающим и неоспоримым признаком кооперативной организации выступает ее *совокупная структура*: кооператив есть *совокупность* независимых автономных хозяйств. И ни один из принятых кооператорами всего мира за основу деятельности принципов (продажа товаров по среднерыночным ценам, ведение дел за наличный расчет, ограничение числа паев и дивидендов по акционерному капиталу, распределение прибыли пропорционально закупкам, правило «один человек – один голос») не может претендовать на универсальность и возможность применения для всего диапазона кооперативных организаций [Там же. С. 194]. При всём многообразии устройства и деятельности кооперативы имеют идентичную *совокупную* форму. Таким образом, кооператив, не являясь ни предприятием, ни союзом людей, предстает как совокупность автономных хозяйств (экономических единиц), объединившихся для достижения конкретных экономических целей.

Для изучения истории всесословной потребительской кооперации имеют большое методологическое значение указания И.В. Емельянова на важность однородности членства в кооперативах, необязательный характер имущественной бедности членов, неумолимость центробежных тенденций в кооперативе [Там же. С. 229, 230]. Идеальным (подлинным) кооперативом является тот, где все члены являются его клиентами, и наоборот. Операции с внешней клиентурой усложняют функционирование кооператива, порождают тенденцию псевдокооперативного вырождения, превращения кооператива в капиталистическое предприятие, что характеризует автором как интересный и почти не изученный процесс [Там же. С. 136, 165].

Исследование И.В. Емельянова имеет важное методологическое значение при выявлении идентичности кооперативных и некооперативных экономических образований и помогает провести между ними

различие, так как тенденция рассматривать кооперативы в качестве коллективных капиталистических предприятий очень распространена. Например, М.И. Туган-Барановский рассматривал кооперацию как имеющее некапиталистический характер целевой ориентации хозяйственное предприятие [4. С. 12]. В современный период в Декларации о кооперативной идентичности, принятой XXXI Конгрессом Международного кооперативного альянса в 1995 г., кооператив определяется как «автономная ассоциация лиц, добровольно объединившихся с целью удовлетворения своих экономических, социальных и культурных потребностей посредством совместно владимого и демократически управляемого предприятия» [5]. И.А. Фарутин, представивший в свое время богатый материал по истории дореволюционной потребительской кооперации, приводил примеры кооперативов, которые обращали значительную часть прибыли (50–60% в 1911 г.) в дивиденды. Он рассматривал такие кооперативы в качестве коллективных капиталистических учреждений, получавших капиталистическую прибыль, но распространял подобное отношение на всю дореволюционную кооперацию [6. С. 126, 127].

Действительно, перед кооперативами стояла сложная задача соблюсти оптимальные пропорции между собственными и привлеченными средствами, чтобы не допустить банкротства и поддерживать систему материального стимулирования кооперативной деятельности, основу которой составлял порядок распределения доходов. При этом чрезвычайно важной была ориентация не только на внутреннюю, но и на внешнюю клиентуру, которая составляла до 80% всех покупателей, естественно расширяясь в крупных городах. Принципиальное значение имело то, как использовалась прибыль от посторонних, а также соотношение части прибыли, выделяемой на стимулирование денежных вложений в кооперацию – паевых взносов (дивиденд), и части, направляемой на стимулирование участия в хозяйственной деятельности общества (премия на закупки товаров).

На примере деятельности сибирских городских сословных и рабочих потребительных обществ в 1912 – феврале 1917 г. видно, что дивиденд (процент отчислений на каждый рубль полного пая) составлял преимущественно от 0,9 до 6–8%, редко поднимаясь до разрешенных нормальным уставом 10%. Процент премии на забор устанавливался ниже дивиденда на пай, но в денежном выражении сумма премии на забор превосходила дивиденды. Таким образом, прибыль распределялась главным образом пропорционально сумме закупок. В период Первой мировой войны прослеживалась тенденция сокращения материального стимулирования пайщиков во имя сохранения финансовой жизнеспособности и социального развития кооперативной организации, что выражалось в отказе от дивидендов и направлении их в закупочный и культурно-просветительный фонды. Прибыль от посторонних покупателей также направлялась на пополнение оборотных средств обществ или причислялась к паям потенциальных членов, для чего в некоторых обществах вводились особые талоны для точного определения суммы годовых закупок пайщи-

ков и посторонних [7. С. 90]. Таким образом, кооперативные принципы (распределение прибыли пропорционально закупкам, отказ от присвоения прибыли, получаемой от не членов) были вполне реальными атрибутами кооперативной жизни Сибири, так же как и России [8. С. 257–260].

Если экономическая структура и экономическая деятельность потребительных обществ придавала им внешнее сходство с капиталистическими предприятиями, то неторговая (культурно-просветительная, общественная, благотворительная) работа ставила их в один ряд с общественными организациями, которые являются институциональным стержнем, ядром гражданского общества [9. С. 63, 64]. Различие состояло в том, что общественные организации (научно-просветительские, социально-попечительские, культурно-просветительные, филантропические, спортивные, краеведческие, профессиональные и т.п.) являлись сообществами единомышленников, которые объединяли граждански ответственных членов, преследовавших идеальные цели и универсальные интересы, в то время как кооперативы объединяли граждан для защиты своих индивидуальных экономических интересов. Однако, действуя на основе устава (микрokonституции) и оперируя такими понятиями, как представительство, выборы, подотчетность, коллегиальность, кооператив способствовал преодолению индивидуального эгоизма членов, освоению ими «школы общественности», где пайщики учились связывать свои частные и коллективные интересы с универсальными целями общего блага.

В неторговой деятельности кооперации, создававшей многочисленные возможности для общения, образования, культурного досуга, попечительства, благотворительности, отчетливо проявилась связь экономического успеха с социальной интеграцией. Общественная сторона кооперации получила большое развитие в России, не случайно первый номер журнала «Союз потребителей» в январе 1903 г. открывался программной статьей И.Х. Озерова, где освещались «двоякого рода выгоды от кооперации – экономические и духовные», а затем прямо заявлялось, что кооперация – прежде всего «школа общественной жизни» [10. С. 336].

Повсеместно в потребительных обществах и союзах декларировалась, планировалась и частично осуществлялась разнообразная культурно-просветительная работа, хотя сами кооператоры в 1917 г. признавались, что «не проявили достаточное напряжение энергии, не уделили исключительное внимание культурной работе» [11. С. 13]. Продовольственная разруха периода Первой мировой войны, выдвинув на первый план чисто хозяйственные задачи интенсификации торгово-закупочной деятельности, не только не свела на нет культурную работу кооперации, но даже способствовала ее развитию. Как утверждали кооператоры, именно «кошмар войны заставил взглянуть на свою жизнь» и понять важность культурной работы, которая была нужна как самой кооперации, поскольку укрепляла кооперативную организацию, создавая прочные повседневные связи между потребителем обществом и всеми сторонами бытовой и культурной

жизни пайщиков, так и населению в целом. «Теперь, когда расшатаны почти все устои жизни, она приобретает особенную ценность, – писали кооператоры. – Ассигновки на культурные цели легко проходят на общих собраниях. Члены стали понимать, что без знания, без книги, газеты жить нельзя, трудно, как трудно жить слепому человеку. И кооперативы строят Народные дома, библиотеки, школы, устраивают лекции, беседы, народные театры, научный кинематограф и т.п.» [12. С. 19].

Таким образом, потребительские кооперативы занимали особое место в пространстве между частной сферой и государством как некоммерческие общественно-экономические организации, отличные как от некооперативных экономических образований, ориентированных на получение прибыли (предприятие, акционерное общество), в которые кооператив мог превратиться лишь при неправильном управлении, так и от общественных организаций, преследующих лишь идеальные цели. Являясь по причине своей совокупной (кооперативной) формы экономической фикцией, кооперативы всего лишь отражали характер

и устремления своих членов. Догоняющий тип модели индустриального развития России в начале XX в., запаздывание её качественных изменений по сравнению с Западной Европой, административно-бюрократическое воздействие власти обусловили историческое своеобразие реализации российской потребительской кооперацией своей двойкой функции – торгово-экономической и социально-интегративной. Российское кооперативное движение характеризовалось не только весомым вкладом в развитие системы розничной торговли и кооперативного производства, но и глубокой верой в социореформистскую миссию кооперации, широким развитием неторговой деятельности, политикой культурного наставничества, направленной на сплочение различных социальных групп и осознание заботы о будущем социума. Объединяя население в бессловных самодеятельных организациях, потребительская кооперация являлась важной и наиболее массовой институцией гражданского общества, элементы которого начинали формироваться в Российской империи в начале XX в.

ЛИТЕРАТУРА

1. Голенкова З.Т. Гражданское общество в России // Социологические исследования. 1997. № 3.
2. Меркулов А.В. Закон о подоходном налоге и кооперация // Вестник кооперации. 1915. № 7. С. 99–105.
3. Емельянов И.В. Экономическая теория кооперации. Экономическая структура кооперативных организаций / пер. с англ. А.С. Педерина, С.А. Пахомчика. Тюмень : ТОГИРО, 2005. 304 с.
4. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. М. : Экономика, 1989. 495 с.
5. URL: <http://iwanowa-karolina2012.narod.ru/index/0-10> (дата обращения: 09.01.2014).
6. Фарутин И.А. Характер и особенности кооперативного движения в дореволюционной России // Ученые записки Калининградского университета. Общественные науки. Вып. 4. Калининград, 1970.
7. Запорожченко Г.М. Формирование хозяйственного механизма городской потребительской кооперации Сибири в начале XX в. // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 373. С. 88–91.
8. Файн Л.Е. Российская кооперация: историко-теоретический очерк. 1861–1930. Иваново : Изд-во Иванов. гос. ун-та, 2002. 587 с.
9. Брэдли Джозеф. Гражданское общество и формы добровольных ассоциаций: опыт России в европейском контексте // Гражданская идентичность и сфера гражданской деятельности в Российской империи. Вторая половина XIX – начало XX века / отв. ред. Б. Пиетров-Эннкер, Г.Н. Ульянова. М. : РОСПЭН, 2007. С. 63–99.
10. Значение кооперации в экономической и общественной жизни // Кооперация. Страницы истории : в 3 т. М. : Наука, 1998. Т. 1, кн. 2.
11. Вестник кооперации. 1917. № 4–5.
12. Союз потребителей. 1918. № 17.

Статья представлена научной редакцией «История» 7 июля 2014 г.

CONSUMPTION COOPERATION OF SIBERIA IN THE EARLY 20TH CENTURY IN THE CONTEXT OF THE COOPERATIVE IDENTITY PROBLEM

Tomsk State University Journal. No. 386 (2014), 112-116. DOI: 10.17223/15617793/386/18

Zapozhchenko Galina M. Institute of History of the Siberian Branch of the Russian Academy of Sciences (Novosibirsk, Russian Federation). E-mail: galinakoop@yandex.ru

Keywords: consumer cooperative; private enterprise; joint stock company; public organization; civil society; Siberia.

How adequate is the use of categories "enterprise" and "public organization" for a consumer cooperative? The answer to this question will determine the place of consumer cooperation as special trade and public organizations in the process of forming civil society in Russia in the beginning of the 20th century. The use of methodological approaches of the theorists of the cooperative movement A. V. Merkulov and I. V. Emelyanov allows seeing that the cooperative is neither an enterprise nor a joint stock company. With all the variety of devices and activities the most important, unique, exhaustive and conclusive sign of a cooperative organization is its overall structure. The author has considered the dual trade-economic and socio-integrative function of the cooperative consumer organizations, revealed the features of cooperative structures in comparison with other public organizations and non-cooperative economic entities (private enterprises, joint stock societies). By example of the Siberian cooperative movement the author shows that cooperatives were aware of the danger of pseudo-cooperative rebirth and understood the importance of compliance with cooperative principles as the basis of cooperative identity. In the Siberian city and working consumer societies in 1912 – February 1917 dividends ranged from 0.9 % to 6-8 %, rarely rising to 10 % allowed by the normal Statute. In monetary terms, the amount of bonus for the purchase of goods exceeded the dividends. Thus, profit was distributed, mainly, in proportion to the amount of purchases. During the First World War the trend of reduction of material stimulation of shareholders in the name of saving the financial viability and social development of cooperative organizations was growing. This was manifested in the refusal of dividends and directing them in the purchase and cultural funds. Profit from non-members was not issued to the members, and was also directed to cultural objectives. Unlike public organizations which were communities of like-minded people and united civilly responsible members pursuing the ideal goals and universal interests, cooperatives united the citizens to protect their individual economic interests. However, acting

on the basis of the Charter and operating by such concepts as representation, elections, accountability, collegiality, cooperative helped overcome individual selfishness of the members and taught shareholders to link their private and collective interests with the public interests and the universal public good. In Russia the social dimension of cooperation received a large development creating numerous opportunities for communication, education, cultural activities, guardianship and charity. This clearly showed that economic success contributed to social integration. Non-trading activities of cooperation played a significant role in encouraging initiative.

REFERENCES

1. Golenkova Z.T. Grazhdanskoe obshchestvo v Rossii [Civil society in Russia]. *Sotsiologicheskie issledovaniya*, 1997, no. 3.
2. Merkulov A.V. Zakon o podokhodnom naloge i kooperatsiya [Income Tax Act and cooperation]. *Vestnik kooperatsii*, 1915, no. 7, pp. 99-105.
3. Emelyanov I.V. *Ekonomicheskaya teoriya kooperatsii. Ekonomicheskaya struktura kooperativnykh organizatsiy* [Economic theory of cooperation. The economic structure of cooperative organizations]. Translated from English by A.S. Pederin, S.A. Pakhomchik. Tyumen: TOGIRO Publ., 2005. 304 p.
4. Tugan-Baranovskiy M.I. *Sotsial'nye osnovy kooperatsii* [Social bases of cooperation]. Moscow: Ekonomika Publ., 1989. 495 p.
5. Available at: http://iwanowa-karolina2012.narod.ru/index/0-10_vykhod_09.01.2014. (Accessed: 09th January 2014).
6. Farutin I.A. Kharakter i osobennosti kooperativnogo dvizheniya v dorevolutsionnoy Rossii [Nature and features of the cooperative movement in pre-revolutionary Russia]. *Uchenye zapiski Kaliningradskogo universiteta. Obshchestvennyye nauki*, 1970, issue 4.
7. Zaporozhchenko G.M. Formation of the economic mechanism of urban consumer cooperation in Siberia in the beginning of 20th century. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta – Tomsk State University Journal*, 2013, no. 373, pp. 88-91. (In Russian).
8. Fayn L.E. *Rossiyskaya kooperatsiya: istoriko-teoreticheskiy ocherk. 1861-1930* [Russian cooperation: a historical and theoretical essay. 1861-1930]. Ivanovo: Ivanovo State University Publ., 2002. 587 p.
9. Bradley J. *Grazhdanskoe obshchestvo i formy dobrovol'nykh assotsiatsiy: opyt Rossi v evropeyskom kontekste* [Civil society and forms of voluntary associations: the experience of Russia in the European context]. In: Pietrov-Ennker B., Ul'yanova G. N. (eds.) *Grazhdanskaya identichnost' i sfera grazhdanskoy deyatel'nosti v Rossiyskoy imperii. Vtoraya polovina XIX – nachalo XX veka* [Civic identity and civic activities in the sphere of the Russian Empire. The second half of the 19th – early 20th centuries]. Moscow: ROSPEN Publ., 2007, pp. 63-99.
10. Figurovskaya N.K. (ed.) *Kooperatsiya. Stranitsy istorii. V 3-kh t.* [Cooperation. Pages of history. In 3 vols.]. Moscow: Nauka Publ., 1998. Vol. 1, book 2.
11. *Vestnik kooperatsii*, 1917, no. 4-5.
12. *Soyuz potrebiteley*, 1918, no. 17.

Received: 07 July 2014