

334.735 (57) “18/19”

Г.М. Запорожченко

ХОЗЯЙСТВЕННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ГОРОДСКИХ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ КООПЕРАТИВОВ СИБИРИ В КОНЦЕ XIX – НАЧАЛЕ XX в.*

Рассматривается хозяйственная деятельность городских потребительских кооперативов Сибири, которая заключалась в организации торговли предметами первой необходимости и производственных предприятий. Основное внимание уделено периоду Первой мировой войны, когда роль кооперации в снабжении населения резко возросла из-за дороговизны и бестоварья. На широком круге источников автором показаны развитие торговых оборотов кооперативов, причины, цели, формы и результаты деятельности кооперативов по организации собственных производственных предприятий.

Ключевые слова: потребительские кооперативы, пайщик, оборот.

Потребительские кооперативы являлись самостоятельными организациями добровольно объединившихся людей с целью удовлетворения своих экономических, социальных и культурных потребностей с помощью совместно управляемого имущества. Как общественно-торговые организации они представляли собой не предприятия в экономическом смысле слова, а форму интеграции отдельных хозяйств. В процессе своей хозяйственной деятельности они занимались организацией торговли предметами первой необходимости и продукцией легкой и пищевой промышленности.

В конце XIX – начале XX в. практически во всех городах Сибири возникли потребительские общества. Первая мировая война явилась мощным катализатором кооперативного строительства, резко актуализировав его непосредственные причины – дороговизну и бестоварье. Наиболее крупными потребительскими кооперативами являлись томский «Деятель», новониколаевская «Экономия», омское и нарымское городские потребительские общества, красноярская «Самодетельность», верхнеудинская «Экономия», тобольское «Самосознание», иркутские «Труженик» и «Кооператор», минусинская «Самопомощь», барнаульский «Сотрудник». К 1917 г. количество их пайщиков в среднем составляло 2,3 тыс. человек. Вместе с членами семей эта цифра увеличивалась в 4–5 раз. Для сибирских потребительных обществ было характерно превышение доли продажи посторонним над долей пайщиков в товарообороте. Кроме того, во время Первой мировой войны кооперативы обслуживали по карточкам все население города. Таким образом, влияние кооперации на городского потребителя было достаточно широким, иногда охватывая все население города.

Начав со скидочной системы, потребительные общества постепенно обзаводились несколькими лавками в разных частях города, торгуя с наценкой от 8 до 25 % и имея торговые обороты до нескольких сот тысяч руб. Они устанавливали прочные связи с Московским союзом потребительных обществ.

* Работа подготовлена при поддержке РГНФ, проект 09-01-00390а.

Закупки производились также на местном рынке и на крупных ярмарках. Так, в красноярской «Самодеятельности» к 1917 г. было пять лавок в разных частях города. Ассортимент товаров состоял в большинстве из продуктов и предметов первой необходимости: чай, мука ржаная и пшеничная, масло, крупы, спички, махорка, простое мыло, керосин, мануфактура. Товары получали, главным образом, от Московского союза потребительных обществ в кредит.

Показательным примером являлась также хозяйственная деятельность читинского «Трудового союза». К началу 1916 г. в кооперативе состояло 930 человек. Паевой капитал возрос до 4920 руб. и делал более 20 оборотов. Валовая прибыль составляла 12780 руб., относительно небольшая наценка – 12,5%, чистая прибыль – 1116 руб., т.е. 1,9% от стоимости проданных товаров. Из прибыли были отчислены 183 руб. на культурные цели и 500 руб. в фонд Народного дома. Все остальные средства были оставлены «в деле», по рукам не разбирались. «Трудовой союз» является передовым, лучшим потребительным обществом во всей Забайкальской области», – считал Н.А. Рожков [1. С. 35–36].

К 1917 г. развил крупнейшую торгово-хозяйственную деятельность кооператив «Экономия» в Верхнеудинске. Помимо большой сети магазинов и лавок в городе, пригородах и в ряде рабочих районов области, он имел агентства за границей: в Маймачене и Урге (Монголия), в Тяньзине, Харбине и Шанхае (Китай), развивал производство, вел широкую культурно-просветительную работу, располагал собственной лечебницей, оказывая через нее бесплатное амбулаторное и стационарное лечение пайщикам кооператива.

Общим в хозяйственной деятельности сибирских городских кооперативов являлся быстрый и повсеместный рост их торговых оборотов, которые пережили некоторое падение лишь в 1914 г. с началом военных действий, вызвавших изменение условий рынка и задержку движения грузов по железным дорогам. В иркутском кооперативе «Труженик» товарооборот за июнь – октябрь 1916 г. составил 250908 руб., причём наблюдался рост от месяца к месяцу: в октябре – 94606, ноябре – 116415, декабре – 152972 руб., т.е. за три последних месяца года больше, чем за три предыдущих, на 113987 руб. То же самое и в иркутском «Кооператоре»: за апрель – октябрь оборот составил 159625 руб., в октябре – 49961 руб., ноябре – 50895 руб., декабре – 97925 руб., т.е. за первые семь месяцев торговли в среднем 22803 руб. в месяц, за последние три месяца года – 66240 руб. в месяц в среднем.

Общество потребителей «Эконом» в Чите за десять месяцев 1916 г. сделало оборот в 500000 руб., за один только сентябрь оборот составил 247000 руб., рекордную для этого кооператива цифру. В Нижнеудинском обществе потребителей за семь месяцев 1916 г. оборот составил 120000 руб. (т.е. 16000 в месяц в среднем), за август оборот составил 30000 руб.

В 1916 г. товарооборот енисейской «Самопомощи» составил 88000 руб., Татарского общества потребителей – 75800 руб., колыванского «Сбережения» – 61239 руб., барнаульского «Сотрудника» – 232928 руб., Кузнецкого общества потребителей – 62366 руб., тобольского «Самосознания» –

190903 руб., причём в последний месяц 30000 руб., что говорило о росте оборота, так как в среднем на месяц приходилось 16000 руб., в Нарымском городском кооперативе за десять месяцев 1916 г. – 17578 руб.

В томском «Деятеле» начинали с оборота 41840 руб. в 1913 г., за годы войны обороты выросли так, что эта цифра стала определять оборот одного месяца, в частности, в декабре 1916 г. оборот составил 42000 руб. Всего за 1916 г. общество продало товаров на 400000 руб., что составило вдвое большую цифру, чем за весь 1915 г. В Омске Городское общество потребителей в 1915 г. сделало оборот 119000 руб., в 1916 г. – 551175 руб. Рабочий кооператив «Труд» в Тайге заканчивал 1916 г. с оборотом 143000 руб. В Новониколаевске торговые обороты «Экономии» в 1913–1914 гг. составили 21650 и 21690 руб. К 1916 г. они выросли в 4,3 раза.

В целом В. Махов оценивал торговые обороты городской и рабочей кооперации как «гораздо более значительные», чем у сельской, и предполагал, что «незначительные по числу своему городские и рабочие кооперативы участвовали в общем торговом обороте сибирской потребительской кооперации не менее, чем в размере 30%» [2. С. 105]. Вместе с тем необходимо учитывать, что большая часть торговых оборотов увеличивалась за счет роста цен и инфляции.

Влияние войны на хозяйственную работу потребительских кооперативов было противоречивым. С одной стороны, в 1915 – начале 1917 г. наблюдался рост торговых оборотов и прибыли, преобладающей стала тенденция распределения прибылей не «по-капиталистически», а «общественным» путём, когда на руки выдавался минимальный дивиденд, а основная часть накоплений шла на культурные, торговые и производственные цели. С другой стороны, резкое увеличение числа членов кооперативов привело к тому, что общества «разбухали» за счёт пайщиков, видевших в них лишь источник сиюминутных выгод.

В годы войны городские кооперативы участвовали в снабжении важнейшими продуктами всего населения городов по карточной системе, лишь иногда вынужденно переходя к обособлению продовольствия. Несмотря на напряжённую работу, произошло ухудшение основных показателей их коммерческой деятельности – снизилась скорость оборотов капитала (в среднем с 5,1 в 1915 г. до 3,1 в 1916 г.), произошло относительное повышение наценки на оптовую цену товара (с 12 до 24,5%) [2. С. 108]. Не случайно газета «Сибирская жизнь» писала в 1917 г.: «Кооперативное дело нужно признать зданием без прочного фундамента» [3. 22 янв.].

Для определения уровня предпринимательской деятельности городских и рабочих кооперативов Сибири имеет важное значение оценка их В. Маховым как «таких хозяйственных механизмов, которые были организованы лучше, чем сельские потребительские общества» [2. С. 109]. Это, однако, не должно мешать нам видеть в деятельности городской и рабочей кооперации Сибири те же недостатки, что отличали отсталую сельскую кооперацию, просто у городской кооперации, имевший под боком рынок, силы интеллигенции, культурные центры, газеты, книги, было больше возможностей их преодолеть. К недостаткам относились нехватка специальных торговых зна-

ний и навыков, слабые счетоводство и бухгалтерская часть, отсутствие планомерной и целесообразной закупки товаров и их хранения, злоупотребления со стороны служащих, слабая коллегиальность в работе управляющих органов, равнодушные пайщиков. Превратившись за несколько лет периода массового роста в крупные многолавочные торговые предприятия, сибирские кооперативы преодолевали в своём развитии такие черты, как скудость паевых капиталов и оборотных средств, зависимость закупочной деятельности от местного рынка. В целом своей торговлей самыми необходимыми товарами и стремлением конкурировать с частными фирмами с целью понижения цен городские и рабочие кооперативы продемонстрировали приверженность кооперативным принципам и снискали признание демократических слоёв сибирского населения.

Развитие собственного производства явилось одним из важнейших направлений деятельности организаций потребительской кооперации в годы Первой мировой войны, с наступлением продовольственных затруднений, если не считать Мариинское городское потребительное общество, которое занялось производством в 1913 г., вскоре после своего возникновения. Основным преимуществом потребительных обществ по сравнению с производственной кустарной артелью в плане организации производства являлось наличие у кооперативов рынка сбыта. Кооператоры открывали собственные производства в тех отраслях промышленности, где господствовал частный капитал, не изобретая ничего нового. Чем был обусловлен выбор? Высокими ценами, неудовлетворительным качеством, отсутствием товара на рынке оптовых закупок. Целью кооперативов при этом была не прибыль, а удовлетворение потребительского спроса. Кооперативные предприятия в основном были прибыльными, что не удивительно в период бестоварья, и не может быть объяснено исключительно правильной постановкой дела. В процессе организации производства кооперативы прибегали к сотрудничеству с профессиональными и кооперативными союзами для получения средств, городскими управами и военно-промышленными комитетами для помощи в закупках сырья и поисках рабочей силы.

Первое, на что обращали внимание кооператоры, был собственный помол хлеба, который сильно удешевлял для них муку. Как правило, общества были не в состоянии покупать или строить мельницы на свои средства, поэтому они приобретали мельницы на паях с районными кооперативными союзами, членами которых состояли. Сибирские кооперативы лишний раз подтвердили правило, согласно которому кооператив с неимущими пайщиками неизбежно становился перед задачей организации своего хлебопечения. Война ещё более заострила вопрос о хлебе. Потребление хлеба в трудовой семье повысилось за счёт уменьшения количества других бакалейных продуктов, цены на него поднялись. Частные и городские пекарни не справлялись с удовлетворением спроса из-за мучного кризиса и возросших потребностей. Сибирские газеты отмечали, что в городах растёт число беженцев и солдат, все ищут печёный хлеб и не находят его. Наличие рынка сбыта обеспечивало прибыльность кооперативных пекарен, сушечных, кондитерских.

Среди других видов производства первое место занимали колбасное, переработка сахара, обработка кожи, мыловарение.

Верхнеудинский кооператив «Экономия» в конце 1916 г. открыл хлебопекарню, позже приобрел крупчатовальцевую мельницу, кожевенно-хромовый, мыловаренный, лесопильный заводы, лесосеку в селе Ганзурино, рыбоконсервный завод на Байкале, молочную ферму и свиноферму в Верхнеудинске. В 1916 г. кооператив решил открыть свое колбасное производство с целью «улучшения качества и цены». Как только частные торговцы узнали об этом, они предложили кооперативу продавать его колбасу через свои магазины. Но «Экономия» продавала населению колбасу через три свои лавки, кроме того, Прибайкальское товарищество кооперативов реализовывало колбасную продукцию входящим в него кооперативам. Кооперативная колбаса появилась в продаже в феврале 1917 г. «Это сразу сбавило цены в частных лавках на 20 коп. с фунта. Скоро частные производители вынуждены будут и качество улучшить вслед за кооперативом», – писали из Верхнеудинска [4. № 11. С. 5].

Минусинское городское общество потребителей в ноябре 1916 г. приступило к открытию пекарни. Успешная торговая деятельность Городского кооператива Нижнеудинска позволила в 1916 г. приступить к организации сапожной мастерской, пекарни, сушечного производств, мясной лавки.

В рабочих кооперативах на Анжерских и Судженских коях Томской губернии действовали хлебопекарни. В Томске ещё в 1914 г. кооператорами строились планы открытия наряду с постоянным двором молочной фермы, булочной и столовой. В марте 1915 г. томский «Деятель» открыл собственную хлебопекарню. В Томске давно была необходимость в пекарне, так как спрос на хлеб быстро увеличивался. Пекарня производила ежедневно 18–25 пудов белого хлеба и около пяти пудов чёрного и снабжала им свои лавки, студенческую столовую, разные учреждения. Журнал «Союз потребителей» писал: «Опыт пекарни "Деятеля" показал, что при объявленных ценах на муку предприниматель всё же вполне может рассчитывать на нормальную прибыль» [5. № 23. С. 785–786]. Для расширения хлебопекарного дела «Деятель» обращался в 1915 г. в городскую управу с просьбой о выдаче ему беспроцентной ссуды и содействии в открытии для него банковского кредита на новое оборудование. В отчёте правления общества указывалось, что цена на хлеб в лавках общества была ниже, чем в других местах, на несколько копеек, и что за 1915 г. пекарня при самых неблагоприятных условиях мучного рынка всё же сделала оборот в 43960 руб., дав чистой прибыли 3555 руб. [6. Л. 18/9].

В августе 1916 г. томский «Деятель» приобрёл в собственность завод фруктовых вод. Этому предшествовало обследование завода санитарной комиссией города, которая выявила, что в красках содержатся вредные примеси. Завод было предложено купить потребителю обществу с условием наблюдения санэпидемстанцией. Завод был куплен на льготных условиях и успешно работал, пока не наступил «сахарный» кризис. Сделав неудачную попытку достать сахарную пудру в Киеве и потеряв всякую надежду, обще-

ство решило продать завод товариществу «Томский кооператор». Прибыль от операций по заводу правление определило в 1800 руб.

Тобольский кооператив «Самосознание» в декабре 1916 г. занимался организацией собственного маслодельного завода, колбасного производства и мясной торговли. На организацию собственного производства определили из прибыли 1916 г. одну тысячу рублей кооператоры Нарыма. Осенью 1916 г. приступили к организации собственного производства кооператоры барнаульского «Сотрудника». «Частое отсутствие в городе сахара, – писала газета «Жизнь Алтая», – навело правление на мысль о кустарном производстве карамели и монпансье для продажи по нормальным ценам. Решили просить продкомиссию города об отпуске на это дело сахарного песка, также решили приступить к выпечке сушки, в которой население остро нуждается, и выделке конопляного масла» [7. 10 сент.]. Особенностью являлось то, что для производства сушки и масла кооператоры не оборудовали собственные предприятия, а сдавали купленное сырьё в обработку разным предпринимателям

В Новониколаевске с сентября 1916 г. кооператив «Экономия» приступил к организации собственной пекарни, кондитерской, мыловаренного завода. «Городская управа, – писали из Новониколаевска, – относится к идее организации кооперативного мыловаренного завода сочувственно, обещая снабжать его сырьём. Бийский мясной кооператив примет участие в снабжении завода салом, получая по 2% комиссионных» [8. 21 окт.]. В декабре 1916 г. правление активно занялось устройством сапожной мастерской. Смета показывала, что «Экономия» будет иметь возможность продавать обувь своего производства на 3 руб. дешевле нормировочной цены и в два раза дешевле, чем в частной торговле. Общество пригласило специалиста, выписало кожу и обратилось в Военно-промышленный комитет с вопросом о подошвенной коже и рабочих-военнопленных. Планировалось, что первое время обувь будет поступать только для членов общества, посторонним продаваться лишь по возможности. Родительские комитеты, являвшиеся членами «Экономии», обратились в правление с предложением изготавливать обувь и для учащих.

В Мариинске городское потребительное общество приступило к собственному производству в 1913 г., устроив верёвочную мастерскую. Расценка труда в мастерской была более высокая, чем на частных заводах, несмотря на это желающих рабочих в городе не нашлось, наняли из деревни. Продукция быстро расходилась. Кроме сельских потребительных обществ, её покупало общество потребителей на копиях Михельсона. Несколько тормозила дело нехватка свободных денег для выгодного приобретения больших партий конопли. Приходилось брать в кредит, а это приводило к удорожанию продукции. Однако вскоре мастерская закрылась, проработав только несколько месяцев, так как началась страда, и рабочие-крестьяне уехали в деревню. В 1915 г. общество открыло собственную пекарню, где выпекались хлеб и сушки [9. № 26. С. 703–704; 5. № 19. С. 604].

Омское городское потребительное общество также в конце 1916 г. приступило к организации собственного производства. Начала работу коопера-

тивная пекарня, открытая на ссуду от Омского общества приказчиков. Оплата труда рабочих в пекарне была в полтора раза выше, чем в местных частных хлебопекарнях. Прибыль от собственной выпечки хлеба составляла до 540 руб. ежемесячно. Сбыт хлеба был обеспечен потребностями пайщиков, горожан и учеников-интернатов местных учебных заведений. Хлеб отпускался также Омскому отделу Всероссийского союза городов для беженцев и комиссии по призрению семей запасных и ратников в кредит. В мае 1916 г. общество наладило своё пряничное производство. Газета «Омский телеграф» писала, что «в лавках общества имеются собственные пряники пяти сортов, довольно вкусные и по цене доступные всем» [10. 27 мая]. В ноябре 1916 г. состоялось совещание представителей всех потребительных обществ Омска, где было решено организовать конфетное производство и ходатайствовать перед губернатором об отпуске сахара на это. Кроме того, решено было открыть мыловаренный завод и колбасный цех.

Прибыль кооперативных предприятий отличалась от частнокапиталистической тем, что шла не на обогащение «кучки граждан», так как членом кооператива мог стать любой. Кроме того, по рукам расходился всё меньший процент прибыли, и она использовалась на нужды всего общества, причём в большей мере на культурно-просветительные нужды, а также на расширение торговой деятельности, которая удовлетворяла потребности не только членов общества. В известном смысле можно сказать, что кооперативное производство явилось прообразом современных капиталистических методов хозяйствования, когда большую часть прибыли предприниматель использует в интересах всего коллектива, с целью производственного прогресса, оборотной стороной которого является огромный прогресс в социальной сфере.

Коммерческая и культурная деятельность городских кооперативов сплачивала различные слои населения в составе самостоятельных организаций, что укрепляло «ткань» буржуазного общества, однако в годы Первой мировой войны процесс поступательного, «нормального» развития потребительской кооперации был серьёзно деформирован.

Литература

1. Рожков Н.А. Положение потребительской кооперации по различным губерниям и областям. Забайкальская область // Ежегодник Московского союза потребительных обществ. Вып. 4. 1914 г. М., 1916.
2. Махов. В. Потребительская кооперация в Сибири. Новониколаевск, 1923.
3. Сибирская жизнь. 1917. 22 янв.
4. Кооперативное слово (Чита). 1917.
5. Союз потребителей. 1915. №19.
6. Государственный архив Томской области. Ф. 196. Оп. 7. Д. 25.
7. Жизнь Алтая. 1916. 10 сент.
8. Голос Сибири. 1916. 21 окт.
9. Союз потребителей. 1913. №26.
10. Омский телеграф. 1916. 27 мая.