(cc) BY

Шипшова Ольга Александровна
канд. экон. наук, доцент
Казанский кооперативный институт (филиал)
АНОО ВО ЦС РФ «Российский университет кооперации»
г. Казань, Республика Татарстан

ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ РЫНКА СОЦИАЛЬНЫХ УСЛУГ В СИСТЕМЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ

Аннотация*: вопросы развития системы потребительской кооперации требуют уточнения теоретико-методических подходов к оценке эффективности рынка социальных услуг в данной сфере, в том числе ряд аспектов по формированию федеральных и региональных программ и стратегий ее социально-экономического развития, влияние институциональных условий на формирование и функционирование социального бизнеса системы потребительской кооперации.*

Ключевые слова*: социальные услуги, потребительская кооперация, концептуальный анализ.*

В настоящее время развитие потребительской кооперации является одним из методов выживания небольших сельских производителей в условия конкурентной борьбы с большими аграрными предприятиями [1]. Вступая в сельскохозяйственный кооператив, мелкие формы хозяйствования сохраняют свою индивидуальность и независимость, но ряд хозяйственных операций выполняют либо совместно, либо в рамках действующих нормативно-правовых и иных утвержденных кооперативов документов, что позволяет масштабировать деятельность таких предприятий, повышать конкурентоспособность, и снижать транзакционные затраты [2]. Вместе с тем система потребительской кооперации помимо решения экономических вопросов призвана сглаживать и некоторые социальные проблемы общества. В современных условиях осуществить концептуальный анализ функционирования рынка социальных услуг в сфере потребительской кооперации, выявить их специфический характер позволит ана-

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

лиз работ отечественных и зарубежных авторов занимающихся изучением различных аспектов в данной области.

В России, одним из первых авторов, который затронул данную проблему, является известный русский экономист-исследователь А.В. Чаянов. Его учение о кооперации основано на концепции самостоятельного крестьянского хозяйства. Свои фундаментальные идеи Чаянов отразил в своих изданиях «Организация крестьянского хозяйства», «К вопросу теории некапиталистических систем хозяйства», «Что такое аграрный вопрос?» и «Основные идеи и формы организации сельскохозяйственной кооперации». В связи с тем, что начало XX века в России было ознаменовано множеством политических событий, это нашло отражение и в особенностях социально-экономического подхода к проблемам сельского населения. Часть экономистов, поддерживая революционные идеи, полагали, что в связи с резкой социальной дифференциацией сельского населения решение аграрных вопросов возможно лишь путем национализации или обобществления земель. В противовес им А.В. Чаянов разработал теорию «организационно-производственного» решения данной проблемы. Согласно этому плану, разрешение аграрного вопроса было возможным при реализации комплексных экономических мер, направленных на интенсификацию производства крестьянского хозяйства, а конечной целью являлось коренное преобразование крестьянского хозяйства на основе национальной организации производства.

Также вопросы социальной направленности системы потребительской кооперации поднимал известный русский экономист М.И. Туган-Барановский. В своих печатных трудах он создал социальную концепцию, в которой важная роль отводится среднему классу мелких товаропроизводителей, а социальный аспект является основой его толкования капитала. По его мнению, в будущем «общество должно до конца превратиться в добровольный союз свободных людей – стать насквозь свободным кооперативом».

В целом, если рассматривать историю развития системы потребительской кооперации в России, то необходимо отметить, что она, начиная с своего за-

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

рождения в середине 19 века, была призвана играть роль демпфера в социальной адаптации сельских жителей к меняющимся условиям хозяйствования, выполняя важные социальные функции, такие как минимизация негативных последствий при смене экономической системы, защита малоимущих слоев населения, социальное партнерство индивидуальных производителей, кооперативное образование. Содержательная и функциональная деятельность предприятий потребительской кооперации имеет дуальный характер, что проявляется в сочетании и взаимном переплетении экономического и социального аспектов. Как самобытная отрасль рыночной экономики потребительская кооперация поддерживает социальную направленность и ориентируется не на погоню за прибылью, а прежде всего, на потребности и поддержание инициативы создавших ее людей – пайщиков.

В настоящее время в России сложились определенные институциональные условия для формирования и функционирования социального бизнеса, в том числе и в потребительской кооперации. Происходит интенсивное развитие инфраструктуры данной сферы деятельности, разработка нормативно-правовой и методологической базы системы потребительской кооперации. Рассматривая кооператив как социально направленное предприятие, можно выделить такие его характерные признаки как автономия, независимость от государственных структур, а также экономических субъектов различных организационно-правовых форм, демократические принципы создания.

Немаловажным значением в анализе функционирования рынка социальных услуг системы потребительской кооперации, является выделение и толкование основных социальных функции, которые возложены на данную сферу деятельности. В рамках данного исследования мы можем выделить следующие функции, представленные в таблице 1.

Таблица 1

Социальные функции потребительской кооперации

Повышение занятости населения
Повышение уровня и качества жизни населения

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

Возрождение и развитие национальной культуры
Защита малоимущих и социальное кредитование
Проявление управленческих навыков и развитие демократии
Повышение образовательного уровня членов кооператива
Удовлетворение потребностей в общении
Удовлетворения культурных потребностей

Рассмотрим характеристику представленных функций.

1. Повышение занятости населения. В условиях создания потребительского кооператива для сельского населения предоставляются большие возможности повышения занятости при отсутствии новых рабочих мест на основе его самозанятости. В первую очередь это привлечение людей к экономическому партнерству с потребительской кооперацией через организацию закупок сельскохозяйственной продукции, дикорастущих, лекарственно-технического сырья, изделий народных промыслов, продуктов индивидуальной трудовой деятельности граждан по заказам потребительской кооперации.

2. Повышение уровня и качества жизни населения. Это одна из основных социальных функций потребительской кооперации, которая проявляется через обеспечение населения, и в первую очередь пайщиков кооператива доступными товарами и услугами.

3. Возрождение и развитие национальной культуры. Потребительские кооперативы создают условия для возрождения народных промыслов, национальной культуры, самобытности ремесел.

4. Защита малоимущих и социальное кредитование. Данная функция может реализовываться путем создания новых рабочих мест или систему добровольного вступления в кооператив в виде пайщика. Если в коммерческом предприятии для осуществления предпринимательской деятельности нужен достаточный капитал, то в потребительский кооператив можно вступить, сделав лишь небольшой паевый взнос. При этом в условиях сельской безработицы создание кооператива позволяет населению самостоятельно, без помощи государства зарабатывать и обеспечивать себя необходимым прожиточным минимумом. Это осуществляется через систему закупки продукции с личных подворий,

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

5. Возможность проявления управленческих навыков и развитие демократии. Управление в потребительских кооперативах построено на более демократических принципах чем в любой другой организации.

6. Обеспечение членов потребительской кооперации в повышении своего образовательного уровня. Через соответствующую отраслевую образовательную систему кооперативы осуществляют образование и повышение квалификации своих членов и лиц, занимающих выборные должности, и также управляющих и служащих в целях обеспечения эффективного участия в развитии своего кооператива

7. Удовлетворения культурных потребностей. Реализация данной функции происходит за счет организации потребительскими сообществами различных торжественных мероприятий, празднеств, ярмарок и пр.

В заключение необходимо отметить, что современное развитие, функции и характерные черты системы потребительской кооперации коренным образом отличаются от кооперативов времен XIX и начала XX веков. И в первую очередь это отличие связано с увеличением социальной значимости данной отрасли.

Список литературы

1. Набиева А.Р. Социально-экономическая миссия потребительской кооперации в инфраструктуре национальной экономики / А.Р. Набиева, В.А. Бродский // Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. – 2021. – №3. – С. 3–10. – DOI 10.37984/2076-9288-2021-3-3-10.

2. Territorial Development Based on Increasing the Competitiveness of Agricultural Consumer Cooperatives in the Republic of Tatarstan / O.A. Shipshova, D.F. Xafisov, A.I. Bushueva [et al.] // Cooperation and Sustainable Development: Conference proceedings, Moscow, 15–16 декабря 2020 года. – Cham: Springer Nature Switzerland, 2022. – P. 1517–1523. – DOI 10.1007/978-3-030-77000-6_176.

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

3. Роль транснациональных корпораций в процессах глобализации экономики / О.А. Шипшова, И.И. Нуртдинов, Н.Н. Жилина [и др.] // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2019. – Т. 5. №1. – С. 8–15.

4. Влияние потребительской кооперации на территориальное развитие страны / Е.Г. Жулина, И.В. Кузнецова, А.П. Виткалова [и др.] // Самоуправление. – 2021. – №4 (126). – С. 338–344.

5. Карпова Н.В. Развитие сельскохозяйственных кооперативов в поддержку мелких сельскохозяйственных предприятий / Н.В. Карпова, Д.А. Мусташкина, Н.Ю. Гарафутдинова // Ученые записки Российской Академии предпринимательства. – 2019. – Т. 18. №1. – С. 136–143.

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)