

Интернет-журнал «Отходы и ресурсы» <https://resources.today>
Russian Journal of Resources, Conservation and Recycling

2019, №1, Том 6 / 2019, No 1, Vol 6 <https://resources.today/issue-1-2019.html>

URL статьи: <https://resources.today/PDF/03ECOR119.pdf>

DOI: 10.15862/03ECOR119 (<http://dx.doi.org/10.15862/03ECOR119>)

Статья опубликована 21.03.2019

Ссылка для цитирования этой статьи:

Валигурский Д.И., Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н. Кооперация как социальная форма коллективного предпринимательства // Интернет-журнал «Отходы и ресурсы», 2019 №1, <https://resources.today/PDF/03ECOR119.pdf> (доступ свободный). Загл. с экрана. Яз. рус., англ. DOI: 10.15862/03ECOR119

For citation:

Valigurskiy D.I., Arustamov E.A., Pakhomkin A.N. (2019). Cooperation as social form collective business. *Russian Journal of Resources, Conservation and Recycling*, [online] 1(6). Available at: <https://resources.today/PDF/03ECOR119.pdf> (in Russian) DOI: 10.15862/03ECOR119

УДК 33

Валигурский Дмитрий Иванович

АНОО ВО «Российский университет кооперации», Мытищи, Россия
Факультет высшего образования
Зав. кафедрой «Менеджмента и торгового дела»
Доктор экономических наук, профессор
E-mail: dvaligurskiy@rucoop.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=284691

Арустамов Эдуард Александрович

Доктор экономических наук, профессор, заслуженный деятель науки Российской Федерации
E-mail: eduard-arustamov@yandex.ru

РИНЦ: http://elibrary.ru/author_profile.asp?id=262765

Пахомкин Андрей Николаевич

АНОО ВО «Российский университет кооперации», Мытищи, Россия
Кандидат экономических наук, профессор
E-mail: anastasia-pakhomkina@mail.ru

Кооперация как социальная форма коллективного предпринимательства

Аннотация. В данной аналитической статье предпринята попытка определить важнейшие внутрисистемные причины, которые препятствуют дальнейшему развитию многоотраслевого кооперативного хозяйства России. Одной из них авторы считают вымывание из кадрового состава кооперативных организаций и предприятий квалифицированных работников, отсутствие в полном объеме восполнение кадрового потенциала из числа выпускников высших и средних специальных учебных заведений потребительской кооперации, наблюдается снижение качества человеческого фактора в потребительской кооперации, что ведёт к просчётам и ошибкам в деятельности кооперативных предприятий и организаций. Вторым внутренним фактором, следом за человеческим, является имущественный. Третьим внутренним фактором, который, по сути, подрывает сами основы кооперативного строительства становится значительное ослабление организационно-массовой работы с пайщиками. В качестве четвёртого внутреннего фактора необходимо рассматривать наметившуюся в последнее время трансформацию кооперативной торговой сети. Пятым

фактором является диспропорция между провозглашаемыми идеями, целями, лозунгами на средних уровнях управления и их дальнейшим реальным воплощением в низовом управленческом звене.

Ключевые слова: член потребительского кооператива; пайщик; кадровый состав работников; учебные заведения потребительской кооперации; собственность потребительской кооперации; организационно-массовая работа; трансформация торговой сети; социальная миссия

В начале рыночных реформ потребительская кооперация России рассматривалась в качестве одной из наиболее адаптированной к рыночным отношениям хозяйственной системы. Тем не менее, реальные условия оказались гораздо сложнее, сепаратистские тенденции фактически поставили под сомнение существование потребительской кооперации как единой торгово-хозяйственной системы. За последние 2 десятилетия произошла коренная трансформация потребительской кооперации страны и, не всегда с позитивным исходом.

В 90-х годах реформ из состава Центросоюза РФ вышел крупнейший региональный потребсоюз – Московский союз потребительской кооперации. Практически была ликвидирована потребительская кооперация в соседней с Москвой, Рязанской области. Почти полностью была акционирована кооперативная собственность в Костромской области. Целый ряд региональных потребсоюзов Сибири и Дальнего Востока предпринял попытку объединения в альтернативный Центросоюз Кооперативов. К сожалению, несмотря на неоднократные инициативы руководства Центросоюза РФ к объединению региональных кооперативных организаций, тенденции сепаратизма все еще до конца не изжиты. В настоящее время подчиненными Центросоюзу России, фактически остаются семьдесят четыре региональные кооперативные организации, тогда как фактическое число субъектов Федерации в России больше.

Таким образом, необходимо отметить, что устойчивые сепаратистские настроения целого ряда руководителей региональных кооперативных организаций наносят существенный удар по единству системы потребительской кооперации РФ. С сожалением приходится констатировать, что и в научной среде стали высказываться отдельные сомнения по поводу системного характера деятельности потребительской кооперации страны. Наряду с этим до конца четко не определены место и роль современных сельскохозяйственных потребительских кооперативов в единой системе потребительской кооперации. Кооперативы подобного типа в последние годы получают существенную государственную поддержку, тогда как деятельность традиционных районных, поселковых, сельских потребительских обществ и их союзов в регионах в лучшем случае поддерживается со стороны местных администраций.

Другой важной проблемой, стоящей перед потребительской кооперацией страны, является организационно-правовое состояние её имущественного комплекса. Как известно, современная потребительская кооперация в России является важной социально-ориентированной системой. Её социальная миссия на селе практически бесценна. Она предоставляет сельским жителям отдаленных районов более сотни различных видов услуг. Спектр услуг включает большой объем торгово-бытовых услуг, а также многочисленные формы дополнительного обслуживания, связанных с сельскохозяйственным производством.

По мнению большинства пайщиков, что без потребительской кооперации российское село в период реформ не выжило бы. На заре рыночных преобразований, все организации, прежде обслуживающие сельских жителей, либо прекратили свое существование, либо за неимением коммерческого интереса покинули село. Потребительская кооперация оказалась

практически единственно оставшейся целостной хозяйственной системой, сохранившей функции торгово-бытового обслуживания жителей российского села.

В те годы в Татарии получил реальное воплощение, весьма положительный опыт создания образцовой кооперативной деревни на базе разрушенного сельскохозяйственного предприятия. Нелишне будет напомнить, еще и о том, что в современных рыночных условиях единственная сохранившаяся торговая сеть на селе – кооперативная, до сих пор отпускает селянам товары первой необходимости в долг. Даже сейчас, в условиях низкого уровня государственной поддержки потребительской кооперации, для многих сельских жителей, преимущественно из отдаленных районов страны, долговые книги кооперативных автолавок и магазинов дают единственную возможность приобретать необходимые товары и услуги.

Всего же по различным оценкам потребительская кооперация в России обслуживает около сорока миллионов жителей страны, что составляет практически все сельское население страны. Неоценима роль потребительской кооперации в обеспечении работы сельских жителей, включая сезонную или надомную работу. Особенно это актуально для сельской молодежи, так как это в какой-то степени сдерживает ее отток в города. Таким образом, можно уверенно свидетельствовать, что в период рыночных реформ социальная миссия потребительской кооперации, по сути, не только сдержала дальнейшее «вымирание» российского села, но и фактически реанимировала, дала ей новый импульс жизнедеятельности.

Но выполнение столь важной социальной миссии невозможно без широкомасштабной, эффективной хозяйственной деятельности. Традиционно, в своей работе потребительская кооперация совмещает социальную миссию и тесно связанную с ней межотраслевую хозяйственную деятельность. Такой дуализм является главным фактором самоидентификации потребительской кооперации как единой социально-хозяйственной системы. Но, как известно, любая хозяйственная деятельность предусматривает, прежде всего, органичное единство средств производства и предметов труда. Причем средства производства играют в данном сочетании главенствующую, базисную роль.

Для осуществления всей полноты своей многоотраслевой хозяйственной деятельности, потребительская кооперация России всегда обладала весьма значительным имущественным комплексом. В тоже время, рыночные преобразования в стране крайне негативно отразились на его состоянии. Еще в середине 2000-х годов тогдашнее руководство Центросоюза РФ было вынуждено публично признать, что за годы реформ потребительская кооперация лишилась 2/3 своей собственности. В реальности, сокращение объемов имущественного комплекса потребительской кооперации оказалось еще более значительным.

Так, количество кооперативных розничных торговых предприятий за истекшие двадцать семь лет сократилось почти в четыре раза, примерно во столько же раз снизилось число предприятий оптовой торговли. Но если для розничной торговой сети такое сокращение все же позволило сохранить более 40 тысяч предприятий, то относительно оптовой торговли это означает фактическую ликвидацию кооперативного опта, как отдельной самостоятельной подотрасли.

Еще более быстрыми темпами за последние 27 лет сокращалось количество кооперативных предприятий общественного питания – более, чем в 6 раз. Но явным «лидером» по ликвидации кооперативной собственности оказалась закупочная деятельность, материальная база которой за постсоветский период снизилась более чем в 14 раз или на 17 тысяч объектов.

К большому сожалению, столь негативная тенденция в динамике материально-технической базы основных отраслей деятельности потребительской кооперации РФ до конца не изжита. И в настоящее время только за 5 последних лет число предприятий розничной

торговли сократилось почти на треть, примерно на столько же снизилось количество предприятий общественного питания потребительской кооперации, на 13,5 % снизилась численность оптовых предприятий, а количество кооперативных приемно-заготовительных пунктов почти вдвое.

Причины этого общеизвестны. Это, прежде всего продолжение безудержной частной приватизации. Причем были приватизированы, как правило, наиболее крупные кооперативные торговые объекты, расположенные на крупных магистралях, в центрах населенных пунктов, городах, имеющих хорошо развитую инфраструктуру. Не будет секретом, что в первую очередь приватизировались высокорентабельные торговые предприятия. Такие объекты отраслевого хозяйства потребительской кооперации продавались, передавались за долги, либо вообще закрывались.

Состояние действующих объектов материально-технической базы потребительской кооперации, также не может не вызывать тревоги. Так, за последние годы износ основных фондов, в среднем по системе потребительской кооперации, вырос почти на 7 % и фактически достиг 50 %. Но в отдельных региональных потребсоюзах он еще более высокий и достигает более 90 %. Тогда как средний показатель обновления основных фондов ненамного превышает 1 %.

Следует также отметить, что в последние годы в вопросах сохранности имущественного комплекса потребительской кооперации наметилась еще одна неблагоприятная тенденция. В условиях, когда уже нельзя свободно, без учета мнений обслуживаемого населения, особенно пайщиков кооперативов, распоряжаться кооперативной собственностью, некоторые руководители организаций потребительской кооперации акционируют объекты кооперативного хозяйства, сохраняя при этом логотип потребительской кооперации.

К примеру, такую смену формы собственности произвели с супермаркетом «Товары повседневного спроса» ООО «Коломенский райпотребсоюз». Таким образом, фактически произведена незаконная приватизация кооперативного магазина с хорошо узнаваемым логотипом и к тому же, с проведенным евроремонтом за счет районной кооперативной организации.

В этих условиях представляется необходимым коренным образом изменить такое потребительское отношение со стороны руководителей в регионах к объектам кооперативной собственности. Учитывая, что пайщик кооперативной организации должен быть основным решающим звеном в принятии решений по всем вопросам деятельности кооператива, включая имущественные, его мнение не должно и по закону не может игнорироваться.

Безусловно, в полном объеме восстановить прежний имущественный комплекс потребительской кооперации уже не представляется возможным. Совершенно иными стали масштабы деятельности потребительской кооперации. Если в дореформенный период на долю кооперативной розничной торговли приходилось около трети оборота всех торговых систем России, то сейчас этот показатель составляет менее 1 %. К тому же, если раньше доля потребкооперации на региональных товарных рынках достигала 50 %, то сейчас хорошим результатом считается 15 %. Тем не менее, даже в современных условиях, когда сфера деятельности потребительской кооперации существенно сократилась, ее материально-техническая база нуждается в существенном обновлении и дальнейшем развитии. В этих целях особо актуальным представляется широкое использование в потребительской кооперации лизинга и франчайзинга.

В существенном совершенствовании нуждается структура имущественного комплекса потребительской кооперации. В последние годы основным вектором развития кооперативной торговли становится создание кооперативных торговых сетей под брендом «КООП». Эта

торговая сеть эконом класса, ориентированная на небогатого сельского потребителя. В целом отмечается положительный тренд данного направления деятельности, тем не менее, в практике кооперативных торговых сетей уже наметилась определенная негативная тенденция. Она связана с товарным обеспечением магазинов потребительской кооперации, входящих в сетевую торговлю.

Как нами уже отмечалось ранее, в прежние годы фактически был ликвидирован кооперативный опт. Поэтому, сетевые кооперативные магазины получают товары практически из тех же баз и логистических центров, что иные сети эконом класса («Пятерочка», «Копейка», «Магнит» и др.). Таким образом, ассортимент товаров сетевых кооперативных магазинов практически ничем не отличается от частных сетевых магазинов. Тем самым наносится существенный урон самоидентификации розничной кооперативной торговле.

Уже в ближайшее время потребительская кооперация страны может столкнуться еще с одной проблемой, связанной с вступлением России в ВТО. Присоединение РФ к ВТО приведет к почти двукратному снижению средневзвешенного импортного тарифа (с 11,6 % до 5,3 %). При этом, по мнению скептиков, отечественные и заграничные товаропроизводители окажутся на рынке в заведомо неравнозначных стартовых условиях. Так, стоимость кредита для российских предприятий в среднем в 4–5 раз выше, чем в странах Евросоюза, США и Китае, к тому же сами объемы производства в этих странах не сопоставимы с российскими. В условиях, когда более дешевая продукция транснациональных корпораций поставит отечественных товаропроизводителей в еще более жесткие условия конкуренции, для потребительской кооперации возникнет проблема выживаемости.

Но такие мрачные прогнозы могут не сбыться в том случае, если система своевременно и четко среагирует на такие изменившиеся экономические условия. Традиционно, для обеспечения товарных ресурсов потребительской кооперации использовалась продукция, закупленная в личных подсобных хозяйствах сельских жителей, у сдатчиков сырья, а также произведенная на собственных произведенных предприятиях.

В недавнем прошлом перед потребительской кооперацией ставилась задача обеспечить полную внутрисистемную товаропроводящую цепь под закупки и производство продукции до ее конечной реализации потребителям. К положительной тенденции можно отнести тот факт, что в последние годы российская потребительская кооперация широко развивает собственное производство сельскохозяйственной продукции, а именно: выращивание и сбор сельскохозяйственных культур, откорм и промышленный забой скота, переработка сельскохозяйственной продукции на предприятиях, включая многочисленные малые производства на селе.

Нелишне здесь отметить, что продукция, произведенная на предприятиях потребительской кооперации России, отличается высоким качеством, а главное – это экологически чистая продукция. В условиях, когда значительная часть продовольственной продукции, поступающей на российский рынок, содержит целый спектр потенциально весьма опасных для потребителя ингредиентов (эмульгаторы, стабилизаторы, улучшители), а также содержит генно-модифицированные добавки, спрос на экологически чистую продукцию неизмеримо возрастает. В такой обстановке свою весьма значимую роль призвана сыграть потребительская кооперация, путем существенного расширения объемов производства и реализации собственной экологически чистой продукции.

Более того, по нашему мнению, уже в ближайшей перспективе, экологичность производимой и реализуемой продукции должна стать трендом кооперативных предприятий. В условиях вступления России в ВТО, у отечественной потребительской кооперации появляется уникальная возможность выхода со своей продукцией на мировой рынок

продовольствия под брендом «ЭКО», задействовав свой собственный экспортный потенциал. Ведь наряду с определенным скепсисом, по возможным последствиям для российской экономики в связи с вступлением страны в ВТО, оно дает отечественным товаропроизводителям (включая потребительскую кооперацию) реальную возможность доступа на мировые рынки товаров и услуг.

Кроме того, на наш взгляд, у потребительской кооперации есть неисчерпаемые ресурсы развития. В частности, за счет расширения прав пайщиков на получение дивидендов от хозяйственной деятельности потребительских обществ, за исключением, так называемого, неделимого фонда; признания прав пайщиков на передачу кооперативного пая во владение по наследству детям, родственникам или иным лицам по своему усмотрению. Это в свою очередь будет способствовать заинтересованности населения во вступлении в потребительские кооперативы и внесению в оборот дополнительных свободных средств, как от сельского, так и городского населения.

Важным внутренним фактором, препятствующим эффективной деятельности кооперативного сектора экономики, является *вымывание из кадрового состава кооперативных организаций и предприятий квалифицированных работников*. Такая тенденция особенно проявляется в низовом звене потребительской кооперации, которое непосредственно соприкасается с проблемами и нуждами сельских жителей. В результате многие кооперативные организации в регионах испытывают кадровый «голод», особенно по специалистам высокой квалификации.

Уместно напомнить, что в прежние годы потребительская кооперация располагала существенным кадровым потенциалом, её работники имели, в значительной своей доле, среднее специальное и высшее образование, многолетний опыт работы, высокую профессиональную компетенцию. Складывались династии кооператоров и это было весьма престижным явлением в общественном сознании и пространстве.

Но, главное, что работникам потребительской кооперации, которые непосредственно занимались обслуживанием сельского населения, располагали общественно – нравственными императивами в сельских населенных пунктах и пользовались большим авторитетом в кооперативном сообществе. А когда человек дорожит своим именем и является носителем профессионально-нравственных ценностей, он не позволит себе недостойных и тем более безнравственных деяний.

Однако, «волны» сокращений, под предлогом оптимизации численности работников на всех уровнях управления, привели к существенной деформации кадрового состава кооперативных предприятий и организаций.

Так, к примеру, в Солнечногорском районном потребительском обществе Московского союза потребительской кооперации (МСПК) раньше трудились 132 специалиста, а в настоящее время их осталось только четверо. В то же время специалистов, зачастую необоснованно уволенных из системы потребительской кооперации, весьма охотно принимают на работу её прямые конкуренты – предпринимательские структуры. С сожалением следует признать, что очень часто из потребительской кооперации изгонялись лучшие кадры, с высокой гражданской активностью и ответственностью.

К тому же отсутствует в полном объёме восполнение кадрового потенциала из числа выпускников высших и средних специальных учебных заведений потребительской кооперации, которые более охотно идут в финансовые корпорации, консалтинговые фирмы, маркетинговые структуры, в частный бизнес и т. п. С сожалением приходится признавать, что кооперативные учебные заведения перестали быть «кузницами» кадров для потребительской кооперации.

Конечно, основной причиной такого положения является конъюнктура, складывающаяся на региональных рынках труда, но проблема также кроется ещё и в том, что в процессе обучения у студентов не формируется понимание специфики кооперативного сектора, профессиональная гордость за деятельность потребительской кооперации, её высокую социальную и государственную миссию на селе, практически отсутствует связь учебного процесса с основами и теоретической сущностью кооперации и со спецификой и особенностями деятельности кооперативных организаций.

В итоге наблюдаем снижение качества человеческого фактора в потребительской кооперации, что ведёт к просчётам и ошибкам в деятельности кооперативных предприятий и организаций, что в результате приводит к принятию ошибочных управленческих решений.

Следующим внутренним фактором, следом за человеческим, является *имущественный фактор*. По свидетельству прежнего руководства Центросоюза России, за годы реформ потребительская кооперация лишилась $\frac{3}{4}$ своего имущественного комплекса. Отторжение собственности происходило практически во всех региональных союзах потребительской кооперации. Так, за годы реформ количество кооперативных магазинов сократилось почти в четыре раза, фактически был уничтожен кооперативный опт, но состояние действующей торговой сети потребительской кооперации не может не вызывать определённой тревоги.

К примеру, в ранее упомянутом Солнечногорском районе все магазины сданы в аренду. Райпо своей торговой деятельности в настоящее время практически не ведёт, живет только за счёт сдачи в аренду сохранившихся помещений.

Отдельным внутренним фактором, который, по сути, подрывает сами основы кооперативного строительства становится значительное *ослабление организационно-массовой работы с пайщиками*. За годы реформ их численность в кооперативном секторе России сократилась с 25 миллионов человек, до 2,5 миллионов. Результатом такого сокращения численности пайщиков стала ошибочная политика «бегства» от пайщика, которая была распространена в руководящей среде потребительской кооперации среднего звена, происходившего в конце 90-х и начале 2000-х годов.

В настоящее время существенным препятствием кооперирования сельского населения России является то, что отдельные районные кооперативные организации (к примеру, Клинское райпо, Химкинское райпо, Истринское райпо МСПК и другие) заявляют для потенциальных членов кооперативов непомерно высокие паевые взносы в размере 50 тысяч рублей и даже выше, когда пенсии сельских жителей составляют 9–13 тысяч рублей в месяц.

В иных районах преобразуют в малое предприятие, в котором роль пайщика становится весьма неопределённой. Кроме того, снижается заинтересованность и мотивация в среде пайщиков – членов кооперативов, не разработана и не утверждена система преференций, зачастую игнорируется их мнение, что способствует снижению уровня их активности и выбытию из кооператива. И, как следствие, это приводит к их выбытию и сокращению паевого фонда. В результате паенакопления уже не могут сохранять ведущие позиции в финансовой составляющей в кооперативе, что идёт в разрез с основополагающими кооперативными принципами.

В качестве отдельного внутреннего фактора необходимо рассматривать наметившееся в последнее время *трансформацию кооперативной торговой сети* – из сетевых розничных торговых предприятий, работающих под хорошо узнаваемым на селе бренде «кооп» в сеть магазинов «Альянс Пятёрочка». В данном контексте считаем, что такая тенденция в перспективе не может способствовать отторжению части имущественного комплекса кооперативной розницы, либо её переформатированию в обычную коммерческую структуру, без учёта интересов пайщиков.

К внутреннему фактору также можно отнести сложившуюся в ряде региональных потребсоюзов центральной России *диспропорцию между провозглашаемыми идеями, целями, лозунгами на средних уровнях управления и их дальнейшим реальным воплощением в низовом управленческом звене*. К примеру, совершенно справедливая и своевременная идея дуализма в организации деятельности потребительской кооперации, предусматривающая совмещение осуществления хозяйственных функций и реализацию социальной миссии.

В реалиях же на уровне районных кооперативных организаций зачастую представляет собой заурядную коммерческую деятельность, ориентированную на максимализацию получения прибыли, в которой не остаётся места выполнению социальных функций на селе, либо их объёмы и номенклатура сведены к минимуму. Таким образом по сути, прикрываясь идеей социальной ориентированности системы, на деле реализуются только бизнес интересы.

В итоге, торговое и бытовое обслуживание сельских жителей со стороны потребительской кооперации, по своей сути, мало чем отличается от предпринимательских структур. К сожалению, это имеет место и в Московской и в ряде других областей центральной России, но, справедливости ради, надо отметить, что в региональных потребсоюзах Поволжья ситуация совершенно иная, опыт которых необходимо оценить и творчески осмыслить для распространения основополагающих концептуальных подходов в деятельности потребсоюзов на другие регионы страны.

Таковы, по нашему мнению, внутренние причины, которые препятствуют дальнейшему развитию многоотраслевого кооперативного хозяйства России. Безусловно, это далеко не полный перечень негативных факторов, влияние которых не происходит извне, они кроются внутри самого генезиса современного состояния потребительской кооперации страны и детерминированы рядом негативных тенденций и процессов последнего времени, системными просчётами в политике управления кооперативным хозяйством. Авторы на протяжении многих лет во многих своих статьях и монографиях [1–14] пытались отразить разные стороны деятельности потребительской кооперации.

Однако, раскрытие влияния перечисленных и иных факторов и определения путей их преодоления, по нашему мнению, будет способствовать эффективному развитию всего кооперативного сектора России. Поэтому научные изыскания в данной сфере экономики страны в современных условиях не носят завершённого характера, а требуют дальнейшей разработки и научного осмысления.

ЛИТЕРАТУРА

1. Арустамов Э.А., Прижигалинский В.П. Проблемы и направления совершенствования деятельности потребительской кооперации // Потребительская кооперация России в XXI веке. Материалы Всероссийской научной конференции. 2001. С. 141–146.
2. Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н. Современные проблемы финансирования и развития материально-технической базы потребительской кооперации России // Развитие предпринимательской деятельности в России: новые экономические и правовые реалии. Сборник научных трудов ученых, преподавателей, аспирантов, представителей органов исполнительной власти и бизнеса: в 2-х томах. Московский институт предпринимательства и права. 2007. С. 121–123.
3. Арустамов Э.А., Андреева Р.С., Основы бизнеса, Москва, 2015. (3-е издание, переработанное и дополненное).
4. Арустамов Э.А., Андреева Р.С. Внешнеэкономическая деятельность. учебник для студентов среднего профессионального образования, обучающихся по

- направлению подготовки 080000 "Экономика и управление" / Москва, 2011. Сер. Среднее профессиональное образование.
5. Арустамов Э.А., Андреева Р.С. Предпринимательская деятельность, Москва, 2011.
 6. Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н., Организационные, экономические и финансовые преимущества потребительской кооперации в конкурентной рыночной среде. В сборнике: Современные формы взаимодействия общества, кооперации и государства в период модернизации Материалы Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов вузов России и зарубежных стран по итогам научно-исследовательской работы в 2009 г., 2010. С. 22–25.
 7. Арустамов Э.А., Пахомкин А.Н., Организационно-экономические факторы конкурентоспособности потребительской кооперации в рыночной среде, Фундаментальные и прикладные исследования кооперативного сектора экономики. 2010. № 3. С. 50–53.
 8. Арустамов Э.А., Рыкова И.В., Проблемы правового регулирования кооперации. В сборнике: Кооперация России: приоритеты развития Материалы Международной научной конференции профессорско-преподавательского состава, сотрудников и аспирантов Российского университета кооперации, кооперативных вузов стран СНГ по итогам научно-исследовательской деятельности в 2008 году. Москва, 2009. С. 41–42.
 9. Арустамов Э.А., Организация предпринимательской деятельности, учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки (специальностям) "Экономика и управление на предприятии" / Москва, 2008. (2-е издание, исправленное).
 10. Арустамов Э.А., Громов А.М. Экономическая устойчивость развития малых и средних предприятий, Управленческий учет. 2007. № 4. С. 31–36.
 11. Валигурский Д.И., Арустамов Э.А. Предпосылки формирования стратегически безопасного продовольственного рынка Российской Федерации // Вестник евразийской науки. 2018. Т. 10. № 3. С. 11.
 12. Пахомкин А.Н., Арустамов Э.А. О необходимости использования преимуществ потребительской кооперации в конкуренции с частным бизнесом // Стратегия развития кооперации в России. Материалы международной научно-практической конференции в рамках ежегодных Чаяновских чтений навстречу 100-летию Российского университета кооперации. АНО ВПО Центросоюза РФ "Российский университет кооперации". 2009. С. 350–354.
 13. Торговое дело: коммерция, маркетинг, менеджмент, теория и практика. Валигурский Д.И., Авдокушина М.Н., Алексунин В.А., Арустамов Э.А., Асон Т.А., Валеева Ю.С., Габдуллин С.С., Гетц А.Я., Гончаренко В.И., Гришина В.Т., Дашков Л.П., Емельянов О.В., Калугина С.А., Ковалев Р.Н., Коленова В.А., Красюк И.Н., Лобанова С.Н., Макаров А.А., Маслова Е.Л., Матвеева О.З. и др. Москва, 2017.
 14. Шагапова С.У., Арустамов Э.А. Модернизация отраслевой оптовой отрасли – важнейший фактор развития потребительской кооперации // Золотой треугольник: образование, наука и практика. Материалы III Всероссийской научно-практической конференции. ЧОУ ВО "Институт экономики и управления". 2013. С. 72–76.

Valigurskiy Dmitriy Ivanovich

Russian university of cooperation, Mytishchi, Russia
E-mail: dvaligurskiy@rucoop.ru

Arustamov Eduard Aleksandrovich

E-mail: eduard-arustamov@yandex.ru

Pakhomkin Andrey Nikolaevich

Russian university of cooperation, Mytishchi, Russia
E-mail: anastasia-pakhomkina@mail.ru

Cooperation as social form collective business

Abstract. This analytical article presents an attempt to identify the most important intra-reasons that prevent the further development of diversified cooperative economy in Russia. The authors consider one of them to be the washout of qualified workers from the staff of cooperative organizations and enterprises, the lack of full replenishment of human resources from the number of graduates of higher and secondary special educational institutions of consumer cooperation, there is a decrease in the quality of the human factor in consumer cooperation, which leads to miscalculations and errors in the activities of cooperative enterprises and organizations. The second internal factor, after the human one, is the property one. The third internal factor, which in fact undermines the very foundations of cooperative construction, is a significant weakening of organizational and mass work with shareholders. The fourth internal factor is the recent transformation of the cooperative trading network. The fifth factor is the imbalance between the proclaimed ideas, goals, slogans at the middle levels of government and their further real embodiment in the lower management level.

Keywords: member of consumer cooperative; shareholder; personnel structure of workers; educational institutions of consumer cooperation; property of consumer cooperation; organizational and mass work; transformation of trade network; social mission

REFERENCES

1. Arustamov Eh.A., Prizhigalinskiy V.P. (2001). Problemy i napravleniya sovershenstvovaniya deyatel'nosti potrebitel'skoy kooperatsii. [*Problems and directions of improvement of consumer cooperation activities.*] Materials of the All-Russian Scientific Conference, pp. 141–146.
2. Arustamov Eh.A., Pakhomkin A.N. (2007). Sovremennye problemy finansirovaniya i razvitiya material'no-tekhnicheskoy bazy potrebitel'skoy kooperatsii Rossii. [*Modern problems of financing and development of the material and technical base of consumer cooperation in Russia.*] Moscow: Moscow Institute of Entrepreneurship and Law, pp. 121–123.
3. Arustamov Eh.A., Anreeva R.S. (2015). Osnovy biznesa. [*Business Basics.*] Moscow.
4. Arustamov Eh.A., Anreeva R.S. (2011). Vneshneekonomicheskaya deyatel'nost'. uchebnik dlya studentov srednego professional'nogo obrazovaniya, obuchayushchikhsya po napravleniyu podgotovki 080000 "Ekonomika i upravlenie". [*Foreign economic activity. textbook for students of secondary vocational education, students in the direction of training 080000 "Economics and Management".*] Moscow.
5. Arustamov Eh.A., Anreeva R.S. (2011). Predprinimatel'skaya deyatel'nost'. [*Business activities.*] Moscow.

6. Arustamov Eh.A., Pakhomkin A.N. (2010). Organizatsionnye, ehkonomicheskie i finansovye preimushchestva potrebitel'skoy kooperatsii v konkurentnoy rynochnoy srede. [*Organizational, economic and financial advantages of consumer cooperation in a competitive market environment.*] pp. 22–25.
7. Arustamov Eh.A., Pakhomkin A.N. (2010). Organizational and economic factors of competitiveness of consumer cooperation in a market environment. *Fundamental and applied research of the cooperative sector of the economy*, 3, pp. 50–53 (in Russian).
8. Arustamov Eh.A., Rykova I.V. (2009). Problemy pravovogo regulirovaniya kooperatsii. [*Problems of legal regulation of cooperation.*] Moscow, pp. 41–42.
9. Arustamov Eh.A. (2008). Organizatsiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti, uchebnoe posobie dlya studentov vysshikh uchebnykh zavedeniy, obuchayushchikhsya po napravleniyu podgotovki (spetsial'nostyam) "Ehkonomika i upravlenie na predpriyatii". [*Organization of business activities, a textbook for students of higher educational institutions enrolled in the direction of training (specialties) "Economics and Enterprise Management".*] Moscow.
10. Arustamov Eh.A., Gromov A.M. (2007). Economic sustainability of development of small and medium enterprises. *Managerial Accounting*, 4, pp. 31–36 (in Russian).
11. Valigurskiy D.I., Arustamov Eh.A. (2018). Background of the formation of a strategically secure food market of the Russian Federation. *Bulletin of Eurasian science*, 3(10), p. 11 (in Russian).
12. Pakhomkin A.N., Arustamov Eh.A. (2009). O neobkhodimosti ispol'zovaniya preimushchestv potrebitel'skoy kooperatsii v konkurentsii s chastnym biznesom. [*On the need to use the advantages of consumer cooperation in competition with private business.*] Mytishchi: Russian university of cooperation, pp. 350–354.
13. Valigurskiy D.I., Avdokushina M.N., Aleksunin V.A., Arustamov Eh.A., Ason T.A., Valeeva Yu.S., Gabdullin S.S., Getts A.Ya., Goncharenko V.I., Grishina V.T., Dashkov L.P., Emel'yanov O.V., Kalugina S.A., Kovalev R.N., Kolenova V.A., Krasnyuk I.N., Lobanova S.N., Makarov A.A., Maslova E.L., Matveeva O.Z. and etc. (2017). Torgovoe delo: kommertsiya, marketing, menedzhment, teoriya i praktika. [*Trading: commerce, marketing, management, theory and practice.*] Moscow.
14. Shagapova S.U., Arustamov Eh.A. (2013). Modernizatsiya otraslevoy optovoy otrasli – vazhneyshiy faktor razvitiya potrebitel'skoy kooperatsii. [*Modernization of the industry wholesale industry is the most important factor in the development of consumer cooperation.*] Moscow: Institute of Economics and Management, pp. 72–76.