

РОЛЬ И ЗНАЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В УЛУЧШЕНИИ КАЧЕСТВА ЖИЗНИ БЕЛОРУССКОГО СЕЛА В 1966–1970 гг.

The article is devoted to the problems of improvement of the social and living conditions, consumption cooperation in village in particular in 1966-1975. The main achievements in economic – development, including its agricultural sector in that period, are made the necessary possibilities for modernization consumption cooperation in village. For studying the social and living conditions of Belarusian collective-farmers, the questions of development consumption cooperation are general at that time.

Введение. Потребительская кооперация в указанные годы вносила значительный вклад в улучшение социально-бытовых условий белорусского села. От качества ее работы в значительной мере зависело повышение эффективности сельскохозяйственного производства, повышение уровня и качества жизни белорусских сельчан. Цель статьи – исследование и анализ работы потребительской кооперации в улучшении качества жизни белорусского села в 1966–1975 гг.

В статье использованы данные Национального архива Республики Беларусь, материалы исследований, которые проводились ранее.

Основная часть. В указанный период значительно повысилась роль потребкооперации, о чем свидетельствуют следующие данные: ежегодно в государственные ресурсы потребительская кооперация поставляла более чем на 3 млрд. руб. шерсти, кожевенного и др. животноводческого сырья, макулатуры, вторичных материалов, металлолома и др. [1, с. 48]. От нормального функционирования системы заготовок во многом зависела эффективность и ритмичность работы промышленности. В этой связи возросли задачи по обеспечению сбалансированного с отраслями сельского хозяйства развития материально-технической базы кооперативных предприятий, связанных с обслуживанием сельского населения, осуществлением заготовок, хранением и переработкой сельскохозяйственных продуктов и сырья.

Основная проблема заключалась, прежде всего, в том, чтобы в каждом сельском районе создать хорошо организованную и эффективно действующую систему торгового обслуживания, которая бы гарантировала сельским жителям возможность приобрести в своем районе все необходимое, не выезжая за покупками в город.

Низовым звеном такой системы торгового обслуживания являлись магазины, которые в данный период были объединены названием «Товары повседневного спроса». К 1975 г. их насчитывалось 105 тыс., или более трети общего числа магазинов [2, л. 124] Это была самая массовая и приближенная к требованиям населения торговая сеть. Однако из-за плохой организации, низкой ответственности руководите-

лей потребсоюзов и кооперативов в этих магазинах было больше всего нарушений и сбоев в работе. Почти 25% этих магазинов были закрыты по разным причинам: болезни или отсутствия работников, инвентаризации, ревизии и др.

Однако простое наличие магазинов не решало проблемы улучшения качества жизни, соблюдения режима работы сельских магазинов, организации должного контроля за их работой. Необходимо было учитывать и такие моменты, как соблюдение правил торговли, поддержание в магазинах белорусской деревни. Важно было решать вопросы организации завоза товаров установленного ассортимента, доброжелательное и внимательное отношение к покупателям и т. д.

Еще в 1935 г. было принято постановление ЦК ВКП(б) «О работе потребительской кооперации в деревне», где было провозглашено разграничение сфер деятельности между государственной торговлей и потребительской кооперацией. В 60-е гг. XX в. одной из государственных задач стало совершенствование торговли на селе, быстрое развитие розничного товарооборота в сельской местности и приближение его по структуре к городскому, что являлось одной из необходимых предпосылок сближения уровней жизни сельского и городского населения.

За годы Советской власти потребительская кооперация превратилась в достаточно крупную общественно-хозяйственную организацию, объединяющую в своих рядах около 60 млн. колхозников, рабочих и сельской интеллигенции. В республике она насчитывала 3,4 млн. членов и обслуживала около 5 млн. чел., из них 4,1 млн. – в сельской местности [3, л. 79].

Большое развитие в потребительской кооперации в исследуемый период получила производственная деятельность. Промышленные предприятия потребительской кооперации производили почти 8% продукции от розничного товарооборота кооперативной торговли.

Значительная роль потребкооперации принадлежала в организации общественного питания, обеспечение необходимой спецодеждой сельских тружеников. Например, в ряде колхозов Пуховичского р-на было организовано горячее питание для механизаторских кадров в

период полевых работ, работникам животноводческих ферм за счет колхоза выдавалась рабочая одежда, обувь, в ряде колхозов было организовано горячее питание для этой категории работников со скидкой на 50%. По разрядке органов госуправления по предварительным заказам в праздничные дни осуществлялись выезды в колхозы на животноводческие фермы автолавки с дефицитными товарами [4, л. 87].

Учитывая тенденцию постоянно растущей миграции населения, потребительская кооперация должна была стать сдерживающим моментом. Ведь помимо материального стимулирования (дополнительная оплата труда за отдельные виды работ и время их выполнения) значительную роль в условиях дефицита ряда товаров народного потребления играла потребительская кооперация.

При условии растущих денежных доходов сельского населения работа потребительской кооперации была построена так, что работники ключевых отраслей сельскохозяйственного производства (механизаторы, доярки и др. животноводы, специалисты, работники строительных бригад) обслуживались дефицитными товарами по заранее составленным заказам. Данный фактор имел достаточное стимулирующее значение. В таких условиях предпочтение отдавалось передовикам производства. Именно передовик производства имел первоочередную возможность получить автомобиль, швейную машину, модный костюм, обувь и т. д. При недостаточности отдельных промышленных товаров их распределение осуществлялось на селе только по заранее составленным спискам.

Основной продукт – хлеб – имело все сельское население. В стране в целом была решена хлебная проблема. Ранее хозяйка теряла до 5 часов на выпечку хлеба. Теперь же высвободившееся время женщина могла использовать по своему усмотрению. Однако то обстоятельство, что хлебоборок имел вместо 32-х хлебобулочных изделий только 2 (к тому же белый хлеб в сельские магазины не всегда завозился, не говоря уже о скоропортящихся кондитерских изделиях, срок хранения которых не позволял при отсутствии необходимого холодильного оборудования в магазинах завозить их на село), явление ненормальное. Ненормальным было и то, что хлеб шел на корм скоту. К тому же это было невыгодно и государству. Более того, скот недополучал грубых кормов с биологически активными веществами, в результате чего ухудшалось качество мяса. Как свидетельствуют данные по обследованию ряда магазинов Минской обл. в 1975 г., сельское население из-за отсутствия в продаже грубых кормов скармливало скоту макаронные изделия, муку, хлеб.

Однако колхозы не везде использовали возможности потребкооперации в обеспечении населения необходимыми продовольственными и непродовольственными товарами. Например, в ряде колхозов Минской обл. неважно было поставлено дело с горячим питанием, обеспечением рабочей форменной одеждой (рабочими халатами, рукавицами, резиновыми сапогами, плащами для пастухов и т. д.) [5, л. 90].

В развитии кооперативной торговли в указанный период стал увеличиваться удельный вес непродовольственных товаров. Однако он все еще значительно отставал от городского.

Разрыв в объемах товарооборота, приходящегося на душу населения в городе и деревне, привел к тому, что почти 40% непродовольственных товаров сельские жители приобретали в городах. А почти 25% продуктов питания в семьи колхозников поступало от личных подсобных хозяйств.

В целом по республике товарооборот на душу городского населения увеличился за 10 лет в 1,9 раза, на душу сельского населения – более чем в 2,5 раза. По общесоюзным показателям данный показатель по сельскому населению был выше на 1,1 пункта и на 1,7 выше городского.

Значительно возросшие в стране объемы производства зерна, мяса, молока, яиц, овощей, фруктов и т. д. обеспечили рост уровня потребления продуктов питания в расчете на душу населения.

Нельзя не признать, что в данный период в стране был достигнут эффективный уровень калорийности питания населения: 3200 калорий на человека в сутки.

В структуре потребления продуктов питания на селе было характерно возрастание объема и удельного веса сельскохозяйственных продовольственных продуктов, приобретаемых в предприятиях кооперативной торговли, и увеличение доли готовых к употреблению продуктов, прошедших промышленную и кулинарную обработку. За исследуемое десятилетие товарооборот потребительской кооперации возрос на 67,6%, реализация яиц увеличилась в 3,6 раза, овощей – в 2,5 раза, мяса и птицы – в 2,1, картофеля – на 93%, овощных консервов – на 79,4%.

В структуре оборота села продовольственных товаров доля ценных в питательном отношении продуктов мясных, молочных, рыбных, жирных, яиц, консервов и фруктов в продаже продовольственных товаров возросла с 19,1% в 1965 г. до 20,3% в 1975 г. Доля же муки, крупы, хлеба, макаронных изделий и картофеля уменьшилась с 21,1% до 15,2% [6, л. 87].

Однако общий объем продажи и темпы его роста отставали от растущих потребностей сельского населения. С денатурализацией

потребления на селе, ростом в рационе питания сельских жителей доли продуктов промышленной переработки, спрос на колбасные изделия, сливочное масло, копчености, рыбные и другие продукты удовлетворялся в меньшей степени, чем в городе.

Важной закономерностью развития торговли на селе в указанный период являлся более быстрый рост продажи качественной обуви, готовой одежды и трикотажа по сравнению с ростом оборота непродовольственных товаров в целом. Нельзя не отметить, что во время выпуска и была немного ослаблена дефицитность недостававших ранее мужских пальто, костюмов, плащей, курток и др. товаров. Однако рабочей одежды и обуви для колхозников выпускалось недостаточно. По большинству изделий массового спроса наблюдался недостаток не товаров вообще, а товаров наиболее модных, современных, повышенного качества и удобной рабочей одежды.

Например, обуви в республике производилось на уровне промышленно развитых стран, но качество и ассортимент не всегда удовлетворяли покупателей. К примеру, 48% населения не покупали эту обувь из-за того, что она не соответствовала моде, 25% – вследствие низкого качества и плохого внешнего вида. Те же причины ограничивали спрос на швейные изделия. В результате сложилась парадоксальная ситуация: излишки товаров, с одной стороны, и дефицит – с другой, что отрицательно влияло как на развитие экономики, так и на личное потребление.

Однако, нельзя не отметить, что в данные годы заметно возрос в обороте промышленных товаров удельный вес холодильников, телевизоров, стиральных машин, радиоприемников, мотоциклов, велосипедов, часов, музыкальных инструментов, мебели, ковров и ковровых изделий.

В 1960 г. на долю товаров культурно-бытового назначения приходилось 3% [7, л. 55], к 1975 г. эта доля возросла до 30% [7, л. 48]. Особенностью развития торговли товарами этих групп на селе являлись более высокие темпы их продажи, чем в городе.

Заметно увеличилась продажа строительных материалов в селах республики. При удельном весе кооперативной торговли в товарообороте страны примерно 28% на ее долю в данный период приходилось около 70% розничной продажи шифера, лесоматериалов, стекла, цемента и мягкой кровли [8, л. 48].

За 10 лет (1965–1975 гг.) значительно улучшилась торговля предметами домашней обстановки и мебели. Этот процесс интенсифицировался под влиянием развития промышленности, роста денежных доходов населения, расширения индивидуального жилищного строи-

тельства и коммунальных квартир, повышения уровня жизни сельского населения.

Существенные успехи были достигнуты в развитии общественного питания на селе. В этот период численность предприятий общественного питания увеличилась более чем в 2 раза, выпуск блюд – более чем в 2,5 раза, а количество посадочных мест – почти в 4 раза. На селе стало больше буфетов, чайных и столовых.

Товарооборот общественного питания возрос в 2,5 раза.

Важной функцией кооперативного общественного питания, как и кооперативной торговли, стало обеспечение тружеников села продуктами питания и товарами на рабочих местах. Для доставки горячей пищи в поле и фермы потребительская кооперация использовала 50 тыс. развозок (в том числе 15 тыс. автолавок), 50 тыс. кооперативных и колхозных столовых, 75 тыс. ларьков, киосков и павильонов. В дни посевных и уборочных кампаний 230 тыс. стационарных торговых предприятий работали по графикам, удобным для сельских тружеников.

Развивая общественное питание на селе, потребительская кооперация частично освобождала от нелегкого труда по домашнему хозяйству. Ведь основным направлением развития общественного питания в кооперативной торговле являлось увеличение объема готовой к употреблению продукции, а также полуфабрикатов и кулинарных изделий.

Заключение. Таким образом, планомерно развивая торговлю на селе, осуществляя заготовку и закупку сельскохозяйственных продуктов, развивая собственное промышленное производство товаров народного потребления, потребительская кооперация занимала важное место в изучении и обеспечении спроса сельского населения с учетом изменений потребностей.

Изменения в структуре товарооборота носили прогрессивный характер. В продовольственной группе возросла доля белковых и витаминизированных продуктов. Доля хлебопродуктов и картофеля, сравнительно малоценных в питательном отношении, существенно сократилась.

Увеличение объемов кооперативного товарооборота значительно отставало от потребностей обслуживаемого населения. Продажа основных промышленных товаров, а также продуктов питания (кроме хлебопродуктов, картофеля и сахара) на душу населения в сельской местности, включая как покупки в государственной и кооперативной торговле, так и поступления из личных подсобных хозяйств, были существенно ниже, чем потребление городского населения. Одна из главных причин этого заключалась в том, что экономика государства была ориентирована на приоритетное развитие совсем других отраслей. Другой же причиной являлось то, что само производство не успевало

за достаточно быстрым ростом платежеспособного спроса населения, его материального и культурного благосостояния.

В сельских магазинах не хватало цветных телевизоров, мотоциклов с колясками, фотоаппаратов, содово-огородного инвентаря, сепараторов, лакокрасочной продукции, полиэтиленовой пленки, бытовой техники, постельного белья, строительных материалов и др. товаров.

Однако нельзя не признать, что потребительская кооперация активно решала очень важную задачу по сближению уровней жизни сельского и городского населения.

Литература

1. Изменения в быту и культуре сельского населения Белоруссии / под ред. В. И. Бондарчика. – Минск: Наука и техника, 1976. – 144 с.

2. НАРБ. Ф. 4. Оп. 81. Д. 2677. Протокол № 12 Заседания Бюро ЦК КПБ от 29 июля 1976 г. – 231 л.

3. НАРБ. Ф. 30. Оп. 9. – Д. 2735. Сведения, справки и данные ЦСУ БССР и облстатуправлений о численности магазинов, автолавок и др. вопросы. – 238 л.

4. НАРБ. Ф. 48. Оп. 14. Д. 1192. Сводные отчеты районных управлений по Минской обл. по основной деятельности колхозов за 1975 г. Т. 3. – 255 л.

5. НАРБ. Ф. 48. Оп. 14. Д. 1193. Сводные отчеты районных управлений Минской обл. по основной деятельности колхозов за 1975 г. – 238 л.

6. НАРБ. Ф. 30. Оп. 9. Д. 2321. Аналитические записки в ЦК КПБ, СМ БССР, Госплан БССР и ЦСУ СССР о росте выплат и льгот населению из общественных фондов потребления за 1970–1975 гг., оборачиваемости оборотных средств промышленных предприятий, недостатках, хищениях и потерях от порчи товарно-материальных ценностей в народном хозяйстве БССР и др. вопросах. – 263 л.

7. НАРБ. Ф. 30. Оп. 9. Д. 2585. Отчеты статуправлений областей о розничном товарообороте и торговой сети государственной и кооперативной торговле по районам БССР. – 59 л.

8. НАРБ. Ф. 30. Оп. 9. Д. 1061. Данные ЦСУ СССР и БССР о развитии народного образования, науки и культуры за 1965–1966 гг. – 64 л.