

**Вязова Ольга Георгиевна**

канд. ист. наук, доцент

ФГБОУ ВО «Чувашский государственный

университет им. И.Н. Ульянова»

г. Чебоксары, Чувашская Республика

DOI 10.21661/r-116147

## **РОЛЬ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В ПОВЫШЕНИИ КУЛЬТУРНОГО УРОВНЯ СЕЛЬСКИХ ЖИТЕЛЕЙ ЧУВАШИИ В ПОСЛЕВОЕННЫЕ ГОДЫ**

*Аннотация: впервые на основе опубликованных и архивных материалов представляется вклад потребительской кооперации в снабжение селян Чувашии культтоварами, книгами, различной печатной продукцией, в изменение культуры потребления, а также в обеспечение культурно-бытовыми услугами.*

*Ключевые слова: потребительская кооперация, организация общественного питания, товары культурного обихода, культурно-бытовое обслуживание населения.*

Потребительская кооперация продолжает оставаться предметом изучения историков, экономистов, обществоведов. В работах рассматриваются различные стороны ее деятельности: торговая, заготовительная, организация общественного питания, выпуск товарной продукции, вклад в развитие социальной инфраструктуры на селе в различные исторические отрезки истории нашей республики [1–3]. В данной статье мы решили обратиться к изучению роли потребкооперации в повышении культурного уровня сельских жителей Чувашии в послевоенные годы. Как правило послевоенный период ограничивается 1945–1952 (1953) гг. [4]. Нами же в качестве крайней хронологической границы выбран 1954 г., в связи с тем, что именно за этот год у нас имеются подробные цифровые отчеты, позволяющие провести сравнения и сделать выводы.

Начиная с 1935 г. деятельность потребкооперации была сосредоточена на торговом обслуживании жителей деревень, рабочих поселков и небольших городов. Тем самым снабжение сельских жителей различными товарами производилось почти полностью системой потребительской кооперации. В годы Великой Отечественной войны в общем торговом обороте потребкооперации резко возросла доля продовольственных товаров, а в ней место водки и водочных изделий, которые заняли 60% всего торгового оборота потребительских обществ по продовольственным товарам [6, оп. 17 А., д. 1, л. 140]. Перед работниками потребкооперации в послевоенные годы встала в первую очередь задача изменения сложившейся ситуации. К 1949 г. доля продовольственных товаров снизилась до 47,5%, место водки и водочных изделий – до 18,12% [6, оп. 17А, д. 1, л. 141].

Изменения претерпевает культура потребления продовольственных товаров, по своему многообразию все больше и больше приближаясь к довоенному времени. В магазинах потребкооперации вновь стали продаваться макаронные и колбасные изделия, консервы, овощи и фрукты. По сравнению с 1944 г. увеличился удельный вес кондитерских и хлебобулочных изделий, рыбы в общем объеме продовольственных товаров.

Кооператоры заботились и о реформировании в целом торговой сети, поднятии культурного уровня торговли. К началу 1950 г. число торговых предприятий достигло уровня 1940 г. Причем в республике появились такие специализированные магазины, как продовольственные, хозяйственные и магазины, занимающиеся торговлей культурно-бытовых товаров [6, оп. 15. д. 768, л. 43]. В данных магазинах специализированный товар был представлен значительно шире, чем в деревенских лавках.

Условия мирной жизни увеличили потребности сельских жителей в промышленных товарах. В то же время сокращаются военные заказы промышленных предприятий, что позволяет им больше отправлять своей продукции государственной и кооперативной торговле. Кардинальным образом меняется ассортимент потребительских товаров, реализуемых в торговой сети кооперации на

селе. Становятся востребованными шелковые и льняные ткани, мебель, фарфоровая и фаянсовая посуда, разнообразная обувь, чулочно-носочные изделия, головные уборы, возрастает спрос на швейные изделия.

Потребительская кооперация оказывала влияние на поднятие культурного уровня селян внедрением в быт населения товаров культурного обихода. Следует отметить, что улучшение благосостояния колхозного крестьянства и сельской интеллигенции, повышение их культурного уровня в свою очередь также увеличивали спрос на культтовары. Так, в 1950–1954 гг. были реализованы 14798 радиоприемников вместо 1315 – в 1946–1949 гг., книг на 4728 тыс. руб. вместо 2144 тыс. руб. в 1946–1949 гг. [6, оп. 15, д. 768, л. 44]. Наибольшее количество этих товаров было продано в 1954 г. Выступая с отчетным докладом на IV съезде потребительской кооперации Чувашской АССР 13 мая 1954 г., председатель правления Чувашпотребсоюза А. С. Балашов с удовлетворением отмечал значительный рост спроса на культтовары, товары производственного назначения, домашнего обихода; велосипеды, телевизоры, радиоприемники, швейные машины, строительные материалы [7, с. 128]. В 1953 г. план по реализации музыкальных инструментов был выполнен на 112,6%, печатных изданий – на 181,5%, радиотоваров – на 188% [6, оп. 18, д. 4, л. 118].

Заботясь о культурно-бытовом обслуживании сельских жителей, потребкооперацией в 1948 г. были открыты 9 парикмахерских и 3 фотографии.

На потребкооперацию было также возложена организация общественного питания на селе. Отмена карточной системы в декабре 1947 г. явилась сильнейшим стимулом в развитии системы общественного питания потребительской кооперации. Только в 1948 г. в Чувашии открылись 35 различных заведений общественного питания, и их общее число достигло 109, причем планом предусматривалось появление только 15 единиц. Однако, план оборота по общественному питанию Чувашпотребсоюз выполнил только на 65,2%, в то время как предыдущий год был закончен с превышением плановых показателей [6, оп. 19, д. 4, л. 335]. В 1949 г. сложную ситуацию, сложившуюся в общественном питании потребительской кооперации, удалось улучшить: план оборота был выполнен на

92,9%, а в 1950 г. – даже перевыполнен на 1,3% [б, оп. 15, д. 296, л. 12, д. 368, л. 9]. Но и в последующие годы не всегда кооперации удавалось выполнять плановые задания, нарекания вызывала культура обслуживания посетителей, ассортимент предлагаемых блюд. Так, что кооператорам требовалось еще наладить нормальную работу столовых, чайных, закусовых.

Таким образом, потребительская кооперация вносила свой посильный вклад в повышение культурного уровня сельских жителей Чувашии путем постоянно расширяющейся реализации культурно-просветительских товаров, постепенно изменяя культуру потребления продовольственных товаров.

### ***Список литературы***

1. Мастеров В.М. Производственная деятельность потребительской кооперации Чувашской АССР. – Чебоксары, 1966. – 52 с.
2. Потребительская кооперация Чувашской АССР. 1920–1990 гг. – Чебоксары, 1990. – 53 с.
3. Федорова А.С. Потребительская кооперация – один из важнейших элементов АПК региона // Региональные особенности аграрных отношений в России: история и современность: Всероссийская научно-практическая конференция, посвященная Году земледельца в Чувашской Республике. – Чебоксары: ЧКИ РУК, ЧГИГН, 2010. – С. 357–360.
4. История Чувашии новейшего времени. Кн. 2. 1945–2005. – Чебоксары: Чуваш. книж. изд., 2009. – 397 с.
5. Новейшая история Отечества. XX век: Учеб. для студентов вузов: В 2 т. – Т. 2 / Под ред. А.Ф. Кисилева, Э.М. Щагина. – М.: Гуманит. изд. центр «Владос», 1998. – 448 с.
6. Государственный исторический архив Чувашской Республики (ГИА ЧР). Ф. 191.
7. Потребительская кооперация Чувашии. Документы, материалы, воспоминания, фотографии. – Чебоксары: Чуваш. кн. изд-во, 2000. – 431 с.