#### Введение

**Актуальность** темы курсовой работы. Основная задача современной экономической политики Российского государства — формирование социально ориентированной рыночной экономики. Рыночная экономика предъявляет особые требования к деятельности функционирования хозяйствующих субъектов. Эффективность отечественной экономики в целом определяется эффективностью деятельности ее отдельных отраслей и предприятий, для которых максимизация прибыли как результирующего показателя эффективности становится главной задачей.

Однако наряду с такими предприятиями в национальной экономике функционируют и другие хозяйствующие субъекты, относимые к некоммерческим и не определяющие в качестве приоритета своей деятельности получение максимальной прибыли. Одним из таких субъектов является система потребительской кооперации, имеющая специфический, некоммерческий, социально ориентированный характер.

Подтверждением этому является главная цель — социальная миссия потребительской кооперации. Это, прежде всего, повышение занятости населения, создание новых рабочих мест, которые открываются при расширении объемов производства, освоении новых видов услуг. Это закупка всей продукции, предлагаемой с личных подворий, продажа товаров в отдаленных деревеньках по единым для района ценам, льготы для ветеранов, инвалидов, малообеспеченных многодетных семей и многое-многое другое. И что важно: эта деятельность кооператоров имеет не только материальную сторону, она несет еще и высокое духовное, нравственное начало. Потребительская кооперация является составной частью рыночной экономики страны, объединяющей некоммерческие организации — потребительские общества и их союзы, которым разрешено заниматься коммерческой деятельностью (торговлей, общественным питанием, сельским хозяйством, заготовками, производством и др.).

Потребительская кооперация, созданная народом и служащая народу для удовлетворения насущных потребностей, должна каждодневно стремиться создавать все условия для роста благосостояния людей, особенно самой обездоленной части - сельского населения.

Потребительская кооперация России является одной из крупнейших систем организаций, осуществляющих торговую, заготовительную, производственную деятельность, оказывающих социальные и бытовые услуги населению, производящей сельскохозяйственную продукцию. Система потребительской кооперации России насчитывает более 175 лет истории, обладает огромными традициями и большим человеческим потенциалом.

**Цель** курсовой работы – это углубление знаний по дисциплинам «Кооперативное движение» и «Теория и история потребительской кооперации».

**Задачами** курсовой работы являются изучение, изложение, обоснование выводов и предложений по следующим вопросам курсовой работы:

1. Правовые вопросы создания и деятельности потребительских обществ и их союзов.

2. Организационное построение потребительской кооперации.

3. Экономические основы деятельности потребительской кооперации.

4. Пайщик – социальная основа потребительской кооперации

**Методологической** основой курсовой работы явилась нормативная, специальная, учебная литература, а также материалы в СМИ. На современном этапе основные принципы и подходы к решению проблем становления и развития системы потребительской кооперации в России изложены в работах В. Арефьева, В. Боева, К. Вахитова, В.Ермакова, B. Каширина, И. Корякова, А. Крашенинникова, А.Макаренко, О. Сагайдачной, М.Сероштан, Л.Тепловой, А. Ткача, Н. Фигуровской.

#### 1. Правовые вопросы создания и деятельности потребительских обществ и их союзов

В настоящее время в Российской Федерации правовое регулирование кооперации и кооперативных организаций осуществляется на основе Конституции Российской Федерации, Гражданского кодекса Российской Федерации, Федеральных законов и других нормативно-правовых актов федерального и регионального уровней.

В российском законодательстве отсутствует понятие «кооператив». Есть формулировки для отдельных видов кооперативов (производственный, потребительский), которые даны в Гражданском кодексе РФ (часть 1, ст. 107 п.1, ст. 116 п.1). По характеру деятельности они отнесены к разному типу организаций; производственные (коммерческие) и потребительские (некоммерческие)[[1]](#footnote-1).

Согласно ст.116 Гражданского кодекса РФ потребительский кооператив - это юридическое лицо, основанное на добровольном объединении граждан и (или) юридических лиц на основе членства с целью удовлетворения материальных и иных потребностей участников, осуществляемое путем объединения его членами имущественных паевых взносов. Потребительский кооператив признается некоммерческой организацией. Члены потребительского кооператива солидарно несут субсидиарную (т.е. дополнительную, сверх того, что внесли) ответственность в пределах невнесенной части дополнительного взноса каждого из членов кооператива. В последней части этой статьи сказано, что правовое положение потребительских кооперативов а также права и обязанности их членов определяются в соответствии с настоящим кодексом и соответствующими законами о тех или иных видах потребительских кооперативов.

Федеральные законы регулируют деятельность различных видов кооперативов, создаваемых и действующих в до - и пореформенный период. Законодательная база для различных кооперативов формировалась в разные периоды под влиянием политической обстановки, которая превалировала в обществе в конкретный период времени. Доказательством тому может служить Федеральный закон «О сельскохозяйственной кооперации», который с момента его принятия (1995 г.) и до настоящего времени претерпел многократные изменения.

Правовые, экономические и социальные основы создания и деятельности потребительских обществ и их союзов, составляющих потребительскую кооперацию Российской Федерации, определены Законом РФ "О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в РФ" от 19 июня 1992 года N 3085-1 (в ред. Федерального закона от 21.03.2002 N 31-ФЗ)[[2]](#footnote-2) (далее Закон).

Закон раскрывает потенциальные возможности, заложенные в кооперативной системе хозяйствования, обеспечивая возрастание её роли в ускорении социально-экономического развития страны, создавая условия для вовлечения в кооперативы большого круга населения и развития малого предпринимательства. Его положения направлены на использование кооперативных форм хозяйствования для удовлетворения потребностей экономики страны и населения в продовольствии, продукции производственно-технического назначения, работах и услугах.

Положения закона распространяются на все виды потребительских кооперативов и их объединений (союзов, ассоциаций и др.), действующих и вновь создаваемых в разных отраслях экономики. Предметом закона являются организационно-правовые, социально-экономические отношения, возникающие в процессе создания и функционирования кооперативов и их объединений, а также с другими хозяйствующими субъектами и государством.

Закон определяет, что потребительское общество - это добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц, созданное, как правило, по территориальному признаку, на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов. Союз потребительских обществ - добровольное объединение потребительских обществ на основании решений общих собраний потребительских обществ, союзы могут быть районными, областными, краевыми, республиканскими и центральным союзом потребительских обществ.

Закон привел в соответствие с Гражданским кодексом Российской Федерации правовые основы деятельности потребительских обществ и их союзов, закрепил их юридический статус как некоммерческих организаций, ввел новый орган управления - совет, на который возлагаются представительские функции потребительских обществ и союзов.

Закон создал правовую основу для сохранения кооперативной собственности, определив субъектами кооперативной собственности юридические лица: потребительские общества и союзы потребительских обществ. Кооперативная собственность определена как общая, совместная. Также в этом законе были восстановлены контрольные и распорядительные функции союзов по отношению к потребительским обществам или нижестоящим союзам.

Закон впервые ввёл положение об уставе потребительского общества в статье 9: «Устав потребительского общества». Эта статья содержит основные требования государства к уставу общества, нормы, которые обязательно должны быть отражены в уставе.

Пункт 1 статьи 9 указывает, что в уставе потребительского общества должны определяться: наименование потребительского общества; место его нахождения; предмет и цели деятельности потребительского общества; порядок вступления пайщиков в потребительское общество; порядок выхода пайщиков из потребительского общества, в том числе порядок выдачи паевого взноса и кооперативных выплат; размер, состав и порядок внесения вступительных и паевых взносов, ответственность за нарушение обязательств по внесению паевых взносов; состав и компетенция органов управления и органов контроля потребительского общества, порядок принятия ими решений, в том числе по вопросам, решения по которым принимаются единогласно или квалифицированным большинством голосов; порядок покрытия пайщиками убытков, понесенных потребительским обществом; порядок реорганизации и ликвидации потребительского общества; сведения о его филиалах и представительствах; иные сведения.

Пункт 2 статьи 9 определяет, что уставом потребительского общества могут быть предусмотрены различные социальные льготы по вступлению в потребительское общество, по уплате паевых и членских взносов, определена категория лиц, которая может пользоваться этими льготами: «Уставом потребительского общества может быть предусмотрено, что для граждан, не имеющих самостоятельного заработка, а также для граждан, получающих только государственные пособия, пенсию или стипендию, общее собрание потребительского общества может установить меньший размер паевого взноса, чем для остальных пайщиков»

В преамбуле Закона установлено, что настоящий закон гарантирует потребительским обществам и их союзам с учетом их социальной значимости, а также гражданам и юридическим лицам, создающим эти потребительские общества и их союзы, государственную поддержку. В чем выражается эта государственная поддержка, сказано в разработанных Правительством РФ и другими ведомствами (на разных уровнях власти) на основе этого Закона подзаконных актах.

Так, в частности в 1994 году принятие Постановления Правительства Российской Федерации «Вопросы потребительской кооперации Российской Федерации» внесло значительные изменения в систему потребительской кооперации. Впервые отношения между органами власти и потребительской кооперацией стали строиться на основе соглашений, стал создаваться Фонд развития потребительской кооперации. Сегодня сложно представить развитие потребительской кооперации без возможности образования этого фонда.

Всего было принято более 30 государственных решений по поддержке потребительской кооперации: об освобождении от уплаты подоходного налога, о праве покупки у юридических лиц товаров за наличные до 5 млн. р., о привлечение заемных средств населения, об отнесении на издержки внутрихозяйственных отчислений и фонда подготовки кадров и др.

С 1994 г. взаимоотношения с государством строятся в соответствии с ежегодно заключаемыми соглашениями: Центросоюза России с Правительством РФ, региональных потребительских союзов с органами власти субъектов Российской Федерации.

Новым импульсом повышения роли потребительской кооперации в обеспечении населения продовольствием и расширения ее деятельности по заготовкам сельскохозяйственных продуктов и сырья в крестьянских (фермерских) и личных хозяйствах граждан, у других товаропроизводителей, переработке этой продукции, а также улучшению обеспечения сельских жителей промышленными товарами стало принятие Правительством РФ Постановления от 7 января 1999 г. N 24 г «О повышении роли потребительской кооперации в обеспечении населения продовольствием» (с изм., внесенными Постановлением Правительства РФ от 17.03.2000 N 235). Этим постановлением Правительства РФ в целях повышения роли потребительской кооперации в обеспечении населения продовольствием и расширения ее деятельности по заготовкам сельскохозяйственных продуктов и сырья в крестьянских (фермерских) и личных хозяйствах граждан, у других товаропроизводителей, переработке этой продукции, а также улучшению обеспечения сельских жителей промышленными товарами:

1. Рекомендовано Центросоюзу России, а также другим существующим и создаваемым организациям системы потребительской кооперации сосредоточить свою деятельность первоочередно на:

- развитии торгового и бытового обслуживания проживающего в сельской местности населения, включая граждан, не являющихся пайщиками потребительских обществ, прежде всего, социально нуждающихся лиц: пенсионеров, инвалидов, детей;

- содействии развитию на селе производства изделий народного промысла с целью расширения торговли ими и обеспечения занятости сельского населения.

2. Рекомендовано органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации совместно с органами местного самоуправления:

- оказывать организациям потребительской кооперации поддержку в их деятельности по увеличению объемов закупок сельскохозяйственных продуктов и сырья, переработки этой продукции, продажи населению и поставок для государственных нужд за счет максимального восстановления сети приемозаготовительных пунктов, складов, овощехранилищ, торгово-закупочных предприятий, магазинов, перерабатывающих предприятий и эффективного использования имеющихся производственных мощностей;

- предусматривать выделение средств региональных лизинговых фондов для обеспечения организаций потребительской кооперации оборудованием для пищевых и перерабатывающих предприятий, складским и торговым оборудованием, автотранспортом;

- осуществлять меры по межрегиональному вовлечению в оборот закупаемой в крестьянских (фермерских) хозяйствах и личных хозяйствах граждан сельскохозяйственной продукции, гарантированному сбыту ее, обеспечению активного участия организаций потребительской кооперации в проводимых ярмарках и торгах, создании розничной торговой сети по продаже сельскохозяйственных продуктов в городах и промышленных центрах;

- привлекать организации потребительской кооперации к участию в создании оптовых продовольственных рынков, эффективно используя для этих целей их материально-техническую базу и кадры;

- содействовать открытию магазинов "на дому" в отдаленных малонаселенных деревнях и поселках в целях бесперебойного снабжения продуктами питания и товарами повседневного спроса проживающего в них населения;

- содействовать выполнению организациями потребительской кооперации требований Закона РФ"О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в РФ" об активном участии пайщиков как хозяев потребительских обществ, в управлении ими и контроле за их деятельностью, а также обеспечению информирования пайщиков о работе потребительских обществ через средства массовой информации и кооперативную газету "Российская кооперация";

- содействовать реализации принятых потребительскими обществами и их союзами программ стабилизации и развития потребительской кооперации до 2002 года, предусматривающих практические меры по расширению заготовительной, производственной и торговой деятельности.

В феврале 2008 года была принята Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года (далее – Концепция). Настоящая Концепция подготовлена с целью сформулировать основные направления деятельности организаций потребительской кооперации до 2015 года для обеспечения стабильного поступательного развития потребкооперации, расширения и интенсификации деятельности, приобретения влияния на социально-ориентированном рынке продовольственных и непродовольственных товаров, повышения авторитета в вопросах социального развития, участия в экономическом развитии Российской Федерации, обеспечении ее безопасности в сфере продовольственного обеспечения.

В Концепции учитывается анализ данных статистического наблюдения развития регионов России, в том числе данных о потребительской кооперации. Реализация Концепции предполагает системность и программный подход: каждое положение (группа положений) Концепции должно быть реализовано в конкретной программе, проекте или совокупности проектов, основанных на анализе исходной ситуации и содержащих систему мер и мероприятий для достижения целей и решения задач, определенных в Концепции.

**Таким образом**, в Концепции сформулированы основные направления деятельности организаций потребительской кооперации для обеспечения стабильного поступательного развития потребкооперации, расширения и интенсификации деятельности, приобретения влияния на социально ориентированном рынке продовольственных и непродовольственных товаров, повышения авторитета и участия в решении социально-экономических проблем и обеспечения безопасности страны в сфере продовольственного обеспечения.

**2. Организационное построение потребительской кооперации**

Современная потребительская кооперация выступает как многоотраслевая социально-экономическая система, уставной целью функционирования которой, является удовлетворение личных, экономических, социальных и других потребностей своих членов-пайщиков в товарах, услугах, а также обслуживание экономических интересов объединившихся в ней товаропроизводителей и достижение определенных выгод для ее участников[[3]](#footnote-3).

Характерной особенностью деятельности потребительской кооперации является сочетание хозяйственных и социальных функций.

Именно из социально-экономической природы кооперации вытекают особенности создания и развития организационных форм потребительской кооперации. Организационная форма - есть такая управленческая конструкция, которая несет в себе как бы два начала - одно - организационно-правовая форма - узаконенная форма предприятия как хозяйственного субъекта с правами юридического лица, который, используя закрепленное за ним имущество, производит и реализует товары и услуги.

Второе — управленческая структура, то есть система последовательно соподчиненных, но параллельно работающих органов управления. Выделяются управленческие структуры:

а) внутри потребительского общества;

б) в системе «потребительское общество — союз»;

в) в системе «союз - союз».

Организационная форма является тем конструктивным элементом кооперативного производства, который придает ему следующие характерные моменты:

- обеспечивает правовую регламентацию хозяйственной деятельности кооперативного предприятия;

- включает данное производство в систему единого экономического пространства;

- организационно закрепляет управление технологическими процессами и людьми;

- определяет систему внутренних и внешних финансовых взаимоотношений участников производственного процесса;

- регламентирует механизм взаимодействия профессионального менеджмента и общественного управления.

В этой связи организационные формы потребительской кооперации отличает кооперативная самобытность, то есть статус некоммерческой организации, выполняющей социальную миссию и организующей свою экономическую деятельность на основе кооперативной идеологии, принципах и ценностях, что и определяет их потенциал и преимущества по сравнению с другими рыночными субъектами.

Потребительская кооперация как некоммерческая организация, с одной стороны фиксирует и закрепляет сложившуюся в ней систему экономических отношений между пайщиками и администрацией по поводу реализации объектов кооперативной собственности и распределению продуктов этой реализации между членами кооператива, а, с другой, определяет экономический порядок отношений с внешней средой: с государством и муниципальными органами власти через налоговую систему, финансовые и страховые организации и т. д. Поэтому потребительская кооперация, пожалуй, единственная организационная форма, которая тесно интегрирует интерес государства с его социальными группами.

Современное российское законодательство характеризует потребительскую кооперацию как систему потребительских обществ и их союзов, созданных в целях удовлетворения материальных и иных потребностей их членов.

Следовательно, она включает в себя следующие организационные формы:

- сельскохозяйственные производственные кооперативы, занимающиеся закупкой, переработкой и сбытом сельхозпродукции;

- специализированные потребительские кооперативы, которые для своих участников строят дома, гаражи, подсобные хозяйства, капитальное строительство, предоставляют кредиты, оказывают бытовые, консультационные, сельскохозяйственные и прочие услуги;

- потребительские общества, осуществляющие торговую, заготовительную, производственную и другую деятельность, в том числе и общественное питание;

- потребительские союзы (районный потребительский союз, областной, республиканский, краевой союзы, Центросоюз);

- хозяйственные общества, товарищества на вере, медицинские, образовательные и иные учреждения, а также потребительские общества, которые сами могут быть участниками хозяйственных обществ, кооперативов, вкладчиками товарищества на вере.

Системный характер потребительской кооперации дает основание выделить ее основные свойства, которые и составляют содержание хозяйственной и социальной функций организационных форм потребительской кооперации. На сегодняшний день таковыми являются самоорганизация, системность, адаптация, цикличность и локализованность.

Свойство самоорганизации - это главный способ образования кооперативных формирований любого вида. В основе самоорганизации лежит собственная инициатива и собственные средства людей, которые они добровольно объединяют между собой, чтобы решать свои насущные проблемы. Именно самоорганизация позволяет мобилизовать и включить в хозяйственный оборот неиспользуемые ресурсы на территориальном, региональном и национальном уровне для скорейшего решения экономических и социальных задач пайщиков и некооперативного населения.

Свойство системности потребительской кооперации предусматривает, что ее организационные формы (потребительские общества, их союзы) связаны друг с другом определенным образом, в первую очередь, за счет сохранения вертикальных уровней власти и управления, каналов коммуникаций и механизма принятия решений, что дает возможность проанализировать работу различных элементов структуры потребительской кооперации, к примеру, в отношении производства товаров и оказания услуг, совокупной рабочей силы, реализации единой стратегии развития и т.д.

*Потребительское общество — добровольное объединение граждан и юридических лиц, созданное, как правило, по территориальному признаку, на основе членства путем объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов[[4]](#footnote-4).*

В этом определении отражены следующие черты потребительского общества:

— потребительское общество — коллективная организация, которая объединяет физических и юридических лиц на основе добровольного членства,

— начальный капитал потребительского общества создается путем объединения его членами имущественных паевых взносов, поэтому члены потребительского общества называются пайщиками;

— потребительское общество осуществляет совместную торговую, заготовительную, производственную и иную деятельность;

— цель потребительского общества — его социальная миссия — удовлетворение материальных и иных потребностей своих членов.

Потребительские общества классифицируются на виды:

а) **по территориальному признаку:**

— сельское потребительское общество — *сельпо,*

*—* городское потребительское общество — *горпо,*

*—* районное потребительское общество — *райпо*

б) **по социальному или профессиональному составу членов:**

*—* рабочее потребительское общество (рабочий кооператив) — *рабкооп****,***

*—* рыболовецкое потребительское общество (рыболовецкий кооператив) — *рыбкооп****,***

*—* студенческое потребительское общество — *студпо****,***

— ученическое потребительское общество — *учпо****.***

Потребительские общества — первичные основные организации системы потребительской кооперации. Они объединяют пайщиков и создают союзы. Если не будут созданы потребительские общества, то не будет и потребительских союзов, значит, не будет системы потребительской кооперации.

***Союз потребительских обществ*** — это добровольное объединение потребительских обществ разного уровня: районного, областного, краевого, республиканского, центрального.

Объединение потребительских обществ в союзы обеспечивает им более прочное правовое положениев регионе и в стране, а их социально-экономическая деятельность становится более организованной и защищенной в условиях рыночных отношений.

Система потребительской кооперации России представляет собой многоуровневую организационную структуру. Рассмотрим организационную структуру системы потребительской кооперации[[5]](#footnote-5).

В основу организационного построения системы потребительской кооперации положен принцип административно-территориального деления страны. Каждая организация и группа организаций находится на определенном вертикальном уровне системы потребительской кооперации.

*Первый уровень системы* образуют потребительские общества как добровольные объединения граждан (реже юридических лиц) на территории одного или нескольких населенных пунктов (сельпо, горпо).

*Второй уровень системы* занимают районные союзы потребительских обществ (райпо) — добровольные объединения потребительских обществ на территории районов.

*Третий уровень системы* составляют областные, краевые, республиканские союзы потребительских обществ — добровольные объединения потребительских обществ областей, краев, республик.

*Четвертый уровень системы* представлен Центральным союзом потребительских обществ Российской Федерации (Центросоюзом РФ), который является добровольным объединением потребительских обществ страны.

Переход с четырехуровневой на трехуровневую организационную структуру способствует сокращению числа потребительских обществ и их укрупнению, улучшает управляемость системы.

Большинство районных союзов и их потребительские общества преобразованы в районные потребительские общества — райпо.

Основное преимущество создания райпо в условиях рыночных отношений — это юнцентрация капитала, а значит, упрочение положения потребительских обществ. Районные потребительские общества — это крупные конкурентоспособные организации рыночной экономики.

Потребительские общества и потребительские союзы как юридические лица имеют специфические органы управления и контроля.

В зависимости от количества пайщиков и территориального размещения различают: потребительские общества без кооперативных участков (небольшие) и потребительские общества с кооперативными участками (крупные). Их органы управления отличаются.

**Потребительское общество без кооперативных участков** создается в тех случаях, когда количество пайщиков невелико и можно всех пайщиков привлечь для участия в общем собрании**.**

**Потребительское общество с кооперативными участками** создается тогда, когда пайщиками потребительского общества являются жители нескольких населенных пунктов и количество пайщиков велико.

Причем максимальное количество пайщиков в потребительском обществе неограниченно: на одно потребительское общество может приходиться и несколько сотен, и несколько тысяч пайщиков. В потребительской кооперации преобладают крупные потребительские общества. В таких потребительских обществах созыв общего собрания пайщиков невозможен. Поэтому в крупных потребительских обществах для обеспечения участия всех пайщиков в принятии решений создаются кооперативные участки, высшим органом управления которых являются собрания пайщиков кооперативных участков.

Кооперативным участком может быть одно село, один или два населенных пункта, одна улица города или другая территориальная структура, объединяющая определенную группу пайщиков (не более 300 человек).

***Структура органов управления и контроля потребительского общества***

*Органы управления потребительского общества без кооперативных участков (небольшого потребительского общества) следующие:*

*—* высший орган управления — *общее собрание пайщиков потребительского общества,* которое созывается не реже 1 раза в год;

— представительный орган управления — *совет потребительского общества;* совет избирается общим собранием пайщиков и осуществляет управление в период между общими собраниями пайщиков;

— исполнительный орган управления — *правление потребительского общества* назначается советом как орган профессионального менеджмента для осуществления руководства финансово-хозяйственной деятельностью;

— контрольный орган управления — *ревизионная комиссия потребительского общества,* которая избирается общим собранием пайщиков и контролирует соблюдение устава потребительского общества, его финансовую и хозяйственную деятельность.

*В потребительском обществе с кооперативными участками (т. е. в крупном потребительском обществе) органы управления следующие:*

— высший орган управления — *общее собрание уполномоченных потребительского общества,* которое созывается не реже 1 раза в год;

— высший орган управления кооперативного участка — *собрание пайщиков кооперативного участка,* созывается не реже 1 раза в год;

— представительный орган управления — *совет потребительского общества;*

— исполнительный орган управления — *правление потребительского общества;*

— контрольный орган управления — *ревизионная комиссия потребительского общества.*

***Структура органов управления и контроля потребительского союза***

В каждом потребительском союзе (районном, национального округа, областном, краевом, республиканском, Центральном) создаются следующие органы управления:

— высший орган управления — *общее собрание представителей потребительских обществ союза;*

*—* представительный орган управления — *совет союза и президиум совета союза;*

— исполнительный орган управления — *правление союза;*

*—* контрольный орган управления — *ревизионная комиссия союза.*

Управление в организациях потребительской кооперации осуществляют **органы самоуправления** (собрания, советы, ревизионные комиссии) и **профессионального управления** (правления)

Таким образом, структура органов управления позволяет качественно, профессионально управлять организациями потребительской кооперации и реализовывать право пайщиков на управление и контроль.

Структура органов управления потребительских обществ и их союзов представлена в прил. 1

**Таким образом**, можно назвать следующие характерные черты организационных форм потребительской кооперации как социально-ориентированных хозяйствующих субъектов:

- свобода экономического выбора потребителя (открытое, доступное членство для всех);

- справедливое распределение дохода, это означает, что полученные кооперативом доходы распределяются пропорционально уровню пользования членами-пайщиками услугами кооператива; особая и своеобразная экономическая роль факторов производства.

Капиталы, которыми обладают кооперативы, выступают для них как вспомогательное средство, так как на первом плане здесь находится человек труда и основное значение придается удовлетворению насущных потребностей людей.

В основу организационного построения системы потребительской кооперации положен принцип административно-территориального деления страны. Каждая организация и группа организаций находится на определенном вертикальном уровне системы потребительской кооперации.

Основное преимущество создания райпо в условиях рыночных отношений – это концентрация капитала, а значит, упрочение положения потребительских обществ.

**3. Экономические основы деятельности потребительской кооперации**

Историческая ретроспектива и современные тенденции свидетельствуют, что в мировой практике взаимодействие экономических агентов происходит на основе сочетания рыночных и координационных механизмов. Причем, второе направление постоянно совершенствуется и углубляется под воздействием конъюнктуры рынка.

Кооперативные принципы экономической деятельности сглаживают противоречия между общественным характером труда и частным присвоением его результатов, интегрируя воедино механизмы собственности, управления и распределения доходов в кооперативах.

Эффективность кооперативной формы хозяйствования обеспечивается открытостью членства, добровольностью объединения, демократичностью при принятии решений, обязательным участием в хозяйственной деятельности, достижением совместных выгод для всех членов через приоритетность удовлетворения потребностей, пропорциональностью в распределении доходов, самостоятельностью в процессе деятельности, взаимовыгодностью при обмене результатами деятельности, содействием в повышении профессиональных знаний и активным участием в решении социально-экономических задач.

Экономическую основу социально-экономической деятельности граждан и юридических лиц, в том числе потребительских обществ и потребительских союзов, составляет имущество, которое принадлежит им на праве собственности. Собственность - это отношения по присвоению материальных благ (имущества).

В соответствии с Конституцией Российской Федерации (ст.ст.8-9 п.п.2) признаются и защищаются частная, государственная, муниципальная и иные формы собственности. Прямое упоминание кооперативной собственности отсутствует. Конституция обладает верховенством над законами и иными правовыми актами независимо от их отраслевой принадлежности. Это означает, что законодательство должно исходить из конституционных положений и ей не противоречить. Поэтому выделение кооперации в обособленный сектор экономики предполагает и законное разрешение кооперативной формы собственности.

Кооперативная собственность - это система экономических отношений, возникающих между пайщиками, а также между пайщиками и потребительским обществом по поводу добровольного обобществления ими денежных взносов (паев), владения, пользования и распоряжения имущественным потенциалом потребительского общества в целях удовлетворения материальных и иных потребностей пайщиков, которые в основном являются сельскими жителями.

В системе потребительской кооперации объединяющей основой является собственность, функционирующая как особого рода консолидированная собственность, изначально образованная из паевых взносов. Первоначальный капитал потребительского общества - это сумма небольших частных капиталов пайщиков (членов потребительского общества), соответственно, и собственность носит частный характер.

Первоначально при образовании первых потребительских обществ имущество создавали пайщики (частные лица) путем внесения паевых взносов. В дальнейшем имущество приумножалось на основе экономического участия пайщиков. Потребительские общества за счет своих взносов создали потребительские союзы. Потребительские общества - члены союзов. Поэтому собственность потребительских обществ и их союзов, а значит, собственность всей системы потребительской кооперации, по своей социально-экономической природе является частной коллективной собственностью.

Необходимо отметить, что имущество потребительских обществ и потребительских союзов накоплено многими поколениями пайщиков потребительской кооперации. Таким образом, собственность потребительской кооперации - это частная коллективная многосубъектная собственность.

После первого кругооборота капитала потребительского общества при распределении совокупного продукта и вновь созданной стоимости объект собственности делится на два уровня: производственное потребление и частное потребление, обеспечивающие кругооборот авансированного капитала и дохода.

Чистый доход, предназначенный на расщиренное воспроизводство (производственное потребление), аккумулируется в основном фонде, увеличивая неделимую часть капитала. Часть чистого дохода, предназначенная на личное потребление, выплачивается пайщикам в виде дивидендов (доходов) на капитал и не увеличивает паевой фонд (делимую часть собственности), уходит из сферы воспроизводственного процесса.

Таким образом, в воспроизводственном процессе кооперативная собственность делится на две составляющие: консолидированную совместную (неделимую) собственность и частную (делимую) собственность членов-пайщиков. Каждая из этих частей функционирует в процессах кругооборота капитала самостоятельно, имеет свои обособленные цели и средства реализации. В процессе кругооборота капитала происходит приращение только консолидированной собственности. В этом и заключается принципиатьное отличие кооперативной собственности от всех других форм собственности[[6]](#footnote-6).

Основной (неделимый) фонд, функционирующий как часть кооперативной собственности, принадлежит кооперативу в целом, является объектом коллективного пользования, причем это реализуется не за пределами, а внутри воспроизводственного процесса.

Потребительское общество создает новый субъект собственности - коллектив кооператива (но не коллектив работников, принятых на условиях найма) как юридическое лицо, организующее распределение доходов, полученных от использования коллективной собственности, и их потребление.

Согласно ст. 21.3 Закона РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» источниками ***формирования кооперативного имущества*** являются паевые взносы пайщиков, доходы от предпринимательской деятельности потребительских обществ и созданных ими организаций и др.

***Правомочие владения*** означает, что потребительское общество, накопив определенную массу имущественных ценностей, становится единственным обладателем этого имущества, оно по своему усмотрению направляет его на реализацию уставных целей.

***Правомочие пользования -*** это возможность извлечения из имущества наибольшей пользы, получения максимального эффекта от финансово-хозяйственной деятельности, обеспечивающей доходы, подлежащие распределению.

***Правомочие распоряжения*** есть право потребительского общества определять конечную судьбу своего имущества. В соответствии со ст. 30.5 Закона о потребительской кооперации таким правом обладают пайщики, за исключением распоряжения неделимым фондом.

Особенности распределения прав собственности между субъектом собственности - потребительским обществом и членами кооператива можно представить в виде.

В отношениях собственности различают объект и субъект права собственности. Объект права собственности - это то имущество, которым владеет субъект. Объектами собственности являются здания, сооружения, деньги, ценные бумаги, товары, сырьё и другое имущество.

Субъект права собственности - это лицо, которое владеет имуществом. Имуществом может владеть индивидуальное лицо (гражданин) или юридическое лицо (коллектив). В потребительской кооперации субъектами права собственности являются два вида организаций:

- потребительские общества;

- потребительские союзы.

Потребительские общества и потребительские союзы как полноправные собственники наделены законом и уставами всеми необходимыми полномочиями для осуществления социально-экономической деятельности. Поэтому каждое потребительское общество, и каждый союз потребительских обществ выступают как самостоятельный субъект права собственности и как самостоятельный субъект рыночной экономики (рис.1).

Потребительским обществам и их союзам как субъектам собственности принадлежат объекты собственности: здания, сооружения, оборудование, товары, деньги, ценные бумаги, другое имущество производственного и социального назначения, продукты интеллектуального и творческого труда.

Рис.1. Состав кооперативного имущества по субъектам права распоряжения

Потребительские общества и их союзы занимаются разными видами хозяйственной деятельности: торговлей, общественным питанием, заготовками, промышленностью, оказанием услуг. Поэтому магазины, столовые, производственные и другие хозяйственные предприятия с их оборудованием, товарами и прочими имуществом являются объектами собственности потребительских обществ и потребительских союзов.

Как было отмечено выше, организационная структура кооперативной организации определяется ее двойной природой как социальной и экономической единицы: объединение группы людей и предприятий. Кроме того, она определяется и специфической кооперативной целью - осуществление экономических интересов членов кооператива. Основная цель создания кооперативного общества - это оказание содействия членам кооператива в экономических взаимоотношениях и деятельности. К таким услугам могут быть отнесены содействие в сбыте производимой членами кооператива продукции, обеспечение помещений для хранения, предоставление транспорта, представление интересов членов на уровне оптового сбыта или розничной продажи товаров, и т. д.

По этим причинам потребительские кооперативы не являются коммерческими организациями. Однако эффективно удовлетворять экономические интересы своих членов может только экономически мощная организация, являющаяся полноценным субъектом рыночных отношений. Поэтому правление кооператива должно обеспечить соответствующий баланс между экономической эффективностью самого кооператива, с одной стороны, и эффективностью осуществления экономических интересов членов, с другой.

Управление кооперативом должно осуществляться таким образом, чтобы его члены могли максимально удовлетворять свои экономические интересы без ущерба для финансовой стабильности кооператива. Хотя извлечение прибыли не стоит на первом месте в деятельности потребительской кооперации, реализовать свои цели потребительское общество способно лишь при условии доходности своей деятельности. В условиях товарно-денежных отношений цель извлечения прибыли кооперативом будет выступать средством достижения задач, определенных уставом кооператива. Отмеченный принцип эффективности и его отличие от доходности должен находить отражение в построении таких форм организации, которые позволяли бы эффективно осуществлять экономические интересы членов.

Всесторонне экономическую эффективность кооперации можно оценить лишь с помощью показателей, определяющих масштабы и темпы прироста производства в хозяйствах-участниках кооперации, а также эффективность использования земли, фондов и средств.

Одним из показателей эффективности деятельности потребительского кооператива должна выступать прибыль или превышение доходной части кооператива над расходной. С понятием «прибыль» сочетается представление о прибыли, получаемой за счет третьего лица – в производстве за счет рабочего, в торговле за счет продавцов и покупателей. Применение этого показателя в таком его значении возможно лишь для характеристики результатов производства в сельскохозяйственных производственных кооперативах, являющихся коммерческими организациями.

Для характеристики же деятельности потребительских кооперативов, которые являются некоммерческими организациями, и прибыли не создают, применять этот показатель в таком его значении нецелесообразно. В составе прибыли различают процент на капитал, вознаграждение за риск, предпринимательскую прибыль. Кооперация не в состоянии освободить своих членов от необходимости отчисления процента на капитал, но зато она в состоянии снизить риск в деятельности предприятия, путём объединения усилий через ответственность её членов.

Если риск в кооперативных предприятиях сокращается, и в соответствии с этим члены кооператива избавляются от значительной части платежа из него в пользу предпринимателя, то от платежа предпринимательской прибыли члены кооператива избавляются полностью, что вытекает из самой сущности потребительского кооператива. Поэтому, если говорят, что кооператив даёт прибыль, то это выражение употребляется по аналогии с коммерческим предприятием, но имеет совершенно другой смысл.

Кооперация, таким образом, устраняет экономические и коммерческие конфликты. Продукция потребительских кооперативов продается по той же цене, что и у коммерческого субъекта рынка, но разница между продажной ценой и ценой покупки у члена сбытового кооператива возвращается ему в виде дивиденда. В кооперативном предприятии, продающем товар только своим членам, прибыль приобретает совсем иное, нежели в коммерческом предприятии значение.

Вышесказанное касалось предоставления услуг потребительскими кооперативами своим членам. Согласно закону, не менее 50 % своих услуг кооператив обязан производить для своих членов. Следовательно, если 50 и менее процентов услуг кооператив оказывает сторонним заказчикам, то в данном случае кооператив имеет прибыль, которую он опять же должен распределить между пайщиками. То есть на определенных промежутках времени эта сумма все-таки может быть названа прибылью кооператива.

**Таким образом**, экономической основой социально-экономической деятельности потребительского общества как субъекта права собственности является его имущество (объект права собственности). В примерных уставах потребительского общества с кооперативными участками и без кооперативных участков записано: Основой экономической деятельности потребительского общества является его имущество, которое принадлежит ему на праве собственности как юридическому лицу.

Потребительское общество правомочно владеть, пользоваться и распоряжаться объектами своей собственности, т.е. воздействовать на имущество желаемым образом, управлять им. Источниками формирования имущества потребительского общества являются паевые взносы пайщиков, доходы от предпринимательской деятельности потребительского общества и созданных им организаций, а также доходы от размещения его собственных средств в банках, ценных бумаг и иные источники, не запрещенные законодательством Российской Федерации.

#### 4. Пайщик – социальная основа потребительской кооперации

Пайщик - гражданин и (или) юридическое лицо, внесшие вступительный и паевой взносы, принятые в потребительское общество в предусмотренном уставом потребительского общества порядке и являющиеся его членами.

Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» определил пайщика центральной фигурой в потребительской кооперации, закрепил его основные права и обязанности. Это положение зафиксировано также в Концепции развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года.

Закон уделяет особое внимание правам пайщиков, стимулированию их роли в деятельности потребительской кооперации. Права и обязанности пайщиков фиксируются в уставах потребительских обществ[[7]](#footnote-7).

Членство пайщиков в обществе является добровольным. Пайщиками быть граждане, достигшие шестнадцати лет, и (или) юридические лица.

Пайщики имеют право:

- участвовать в деятельности общества и управлении им.

- избирать и быть избранными в органы управления и контроля, вносить предложения об улучшении деятельности общества, устранении недостатков в работе его органов;

- приобретать (получать) преимущественно перед другими и товары (услуги) в организациях торговли и бытового обслуживания общества, осуществлять на основе договоров гарантированный сбыт изделий и продукции личного подсобного хозяйства

- получать кооперативные выплаты по итогам работы за год пропорционально участию в хозяйственной деятельности общества или паевому взносу в соответствии с решением общего собрания

- завещать, но наследству паевой взнос и кооперативные выплаты без передачи правомочий пайщика;

- пользоваться услугами общества, льготами, предусмотренными для пайщиков законом и уставом. Эти льготы предоставляются за счет доходов, получаемых от предпринимательской деятельности общества;

- пользоваться объектами социального назначения на условиях определяемых органами управления общества;

- быть принятым в первоочередном порядке на работу в общество, при прочих равных условиях, в соответствии с образованием, профессиональной подготовкой и с учетом потребности в кадрах;

- получать направления на учебу в образовательные учреждения потребительской кооперации;

- получать информацию от органов управления общества об их деятельности. Полученная информация не должна быть использован во вред обществу;

- обращаться к общему собранию общества с жалобами на не правомерные действия органов управления и контроля общества;

- обжаловать в судебном порядке решения органов управления общества, затрагивающие их интересы;

- добровольно выйти из общества на основании письменном заявления, которое должно быть рассмотрено советом потребительского общества.

Общее собрание общества может устанавливать и иные права пайщиков, не противоречащие законодательству Российской Феде рации.

Таким образом, пайщики, вступив в потребительское общество, приобретают и экономические, и социальные права, и права участия в деятельности потребительского общества.

Наряду с правами пайщики имеют ряд обязанностей:

- соблюдать устав общества, решения общего собрания общества, других органов управления и органов контроля, а также уставы союзов, членом которых является данное общество, решения органе управления и органов контроля этих союзов;

- выполнять обязательства перед обществом по участию в его хозяйственной деятельности, беречь собственность общества;

- оплатить в течение установленного собранием периода паевой взнос, в ином случае членство в обществе считается несостоявшимся.

Пайщик может быть исключен из потребительского общества решением общего собрания потребительского общества в случаях невыполнения им без уважительных причин своих обязанностей, установленных Законом Российской Федерации «О потребительской кооперации» (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» и уставом общества, совершения действий, наносящих ущерб обществу.

Пайщик – основа кооперативной организации и хозяин в потребительском обществе, поэтому реализация социальной миссии направлена, в первую очередь, на пайщиков. А поскольку пайщики и их семьи – это почти все сельское население, то можно сделать вывод, что потребкооперация практически защищает интересы всего сельского населения.

Государство непосредственно организует деятельность целого комплекса институтов публичной власти через формирование правовых механизмов ее осуществления. Система потребительской кооперации выполняет серьезный социальный заказ, обеспечивая удовлетворение потребностей миллиона пайщиков в товарах и услугах.

В Послании Президента Российской Федерации Федеральному Собранию преодоление бедности в стране рассматривается как государственная общенациональная задача, а социальная ответственность субъектов рыночной экономики как необходимое условие качественно нового экономического роста. Потребительская кооперация России, как народная некоммерческая организация, проявляет социальную инициативу и берет на себя социальную ответственность, а главное - реализует это в повседневной работе с людьми.

Развиваясь в соответствии со своими демократическими основами, потребительская кооперация представляет собой инструмент самоорганизации и духовно-нравственного объединения пайщиков, позволяющий реализовать богатый потенциал, заложенный в ее принципах деятельности и социальных идеях. Проводя образовательную, просветительскую и научно-практическую деятельность, вовлекая пайщиков в новый механизм управления, в развитие традиционных и новых видов деятельности, предоставляя возможность заработка в форме зарплаты или доходов от реализации выращенной продукции растениеводства, животноводства, сбора лекарственно-технического сырья, дикорастущих плодов, ягод - потребительская кооперация одновременно решает социальные, экономические и духовно-нравственные задачи.

Социальная миссия современной потребительской кооперации в России заключается в создании условий для решения социально-бытовых проблем и снижения социальной напряженности в обществе за счет развития как традиционных для нее отраслей (торговля, заготовки, переработка сельхозпродукции, бытовые услуги, кооперативная промышленность, подсобные хозяйства), так диверсифицированных видов деятельности (освоение новых производств, изменение организационных форм, расширение зон обслуживания, использование рыночных методов инвестиционной деятельности и др.) [[8]](#footnote-8).

Социальная миссия предприятий потребкооперации представляет собой выполнение таких видов деятельности, как:

* доставка и реализация товаров в отдаленных населенных пунктах по ценам, сложившимся в целом по району;
* ежедневная доставка хлеба в отдаленные населенные пункты;
* содержание планово-убыточных магазинов;
* доставка товаров на дом по заявкам населения, в первую очередь инвалидам и пенсионерам;
* продажа товаров по льготным ценам пайщикам и ветеранам потребительской кооперации;
* помощь в обучении пайщиков и их детей в вузах и техникумах:;
* обслуживание бюджетных организаций (школ, детских домов, больниц и др.);
* организация школьного питания;
* предоставление товарного кредита населению.

Коммерческая деятельность кооперации формирует финансовую основу для реализации ее социальной миссии. Иначе говоря, при отсутствии дохода социальная миссия невыполнима. А развитие социальной сферы приводит к росту финансово-экономического потенциала самой кооперативной организации. То есть социальная и экономическая задачи (цели) организаций потребкооперации взаимообусловлены и взаимосвязаны.

Успешная реализация деятельности организаций предполагает наличие целостной программы экономического и социального развития каждого субъекта потребительской кооперации.

Развитие потребительской кооперации по пути социальной ориентации, накопленный практический опыт реализации социальной миссии обуславливают необходимость его обобщения и осмысления, а также требуют всестороннего научного анализа проблемы, связанной с необходимостью усиления социальной направленности деятельности в условиях конкуренции. Выполнение потребительской кооперацией социальной миссии по борьбе с бедностью находит активную поддержку селян и зависит, главным образом, от эффективности управления ее многоотраслевой деятельностью.

В основе динамичного и стабильного развития потребительской кооперации лежит удовлетворение интересов основных вовлеченных групп:

**потребителей товаров и услуг** – основы экономического развития,

**работников потребительской кооперации** – движущей силы системы потребительской кооперации,

**пайщиков** – социальной основы потребительской кооперации.

**Интересы потребителей** товаров и услуг потребительской кооперации – это получение доступных и качественных товаров и услуг

**Интересы работников** потребительской кооперации – обеспечение достойного уровня жизни, условий труда, социального и пенсионного обеспечения, вознаграждения труда сообразно вложению собственных сил и средств

**Интересы пайщиков** – доступ к товарам и услугам потребительской кооперации на льготных условиях, целесообразность вложения средств в развитие потребительской кооперации

Миссия потребительской кооперации в России – участие в развитии социальной инфраструктуры, в первую очередь, на селе, обеспечение стабильного развития потребительского рынка страны за счет удовлетворения потребностей и социальной защиты, повышения занятости населения, вовлекаемого в деятельность и обслуживаемого потребительской кооперацией, укрепление безопасности России в сфере продовольственного обеспечения[[9]](#footnote-9).

Работа с пайщиками по сохранению и приумножению их численности должна расцениваться как один из основных резервов экономического развития организаций потребительской кооперации. Увеличение числа пайщиков, их экономическое и организационное участие способствуют развитию кооперации во всех направлениях:

- восстановление принципов и норм кооперативной демократии;

- рост масштабов за счет укрепления взаимодействия с пайщиками как участниками заготовительной деятельности и лояльными покупателями товаров кооперативных торговых сетей;

- рост объемов закупок сельскохозяйственной продукции и дикорастущего сырья, и, следовательно, объемов переработки и производства;

- увеличение ресурсов торговли за счет продукции пайщиков, индивидуальной трудовой деятельности, народных промыслов, охоты, рыболовства, звероводства;

- пополнение основных и оборотных средств кооперативных организаций за счет паевого фонда в результате вступления новых членов, увеличения паевого взноса, а также заемных средств пайщиков, вовлечения пайщиков в инвестирование организаций потребительской кооперации.

***Система взаимоотношений с пайщиками должна отвечать следующим требованиям:***

1. Пайщики заинтересованы в деятельности организаций потребительской кооперации. Заинтересованность обеспечивается за счет лояльности пайщика к потребительскому обществу: в части торговой деятельности – на основе постоянного приобретения товаров в магазинах потребительской кооперации; в части заготовительной деятельности – на основе постоянной сдачи продукции в организации потребкооперации.
2. Налажен учет пайщиков, в том числе их возможностей по приобретению товаров и услуг, сдаче сельскохозяйственной продукции, изготовлению собственной продукции, которая может реализовываться потребкооперацией.

Стратегия развития взаимоотношений с пайщиками должна базироваться на дальнейшем укреплении партнёрских отношений, взаимной экономической заинтересованности. С одной стороны, пайщику должен быть гарантирован сбыт сельхозпродукции, кооперативные выплаты, приобретение товаров и услуг на льготных условиях, с другой стороны, потребительскому обществу гарантирован свой покупатель, потребитель услуг, инвестор и продавец продукции сельских подворий. Стимулы для пайщиков предусматриваются при реализации программ развития торговой, заготовительной и других видов деятельности (различные скидки, дисконтные карты, увеличение размера кооперативных выплат для наиболее активных пайщиков и т.д.).

Кроме того, предоставляется зелёная улица детям пайщиков: если они идут учиться в кооперативные учебные заведения, им обеспечена материальная поддержка потребительских обществ. Это, одно из направлений кадровой политики. Её основная цель – сохранение и развитие кадрового потенциала, обеспечение высокого качества подготовки, переподготовки, повышение квалификации специалистов, создание эффективной системы социальной защиты работников потребительской кооперации.

Основной причиной снижения численности пайщиков является низкая информированность пайщиков и населения о деятельности потребительской кооперации.

В Законе указано, что одной из задач потребительской кооперации является «пропаганда кооперативных идей, основанных на международных принципах кооперации, доведение их до каждого пайщика всех потребительских обществ, в том числе через средства массовой информации».

В целях информирования пайщиков о деятельности потребительской кооперации образована газета «Российская кооперация», которая выходит с декабря 1997 года. Газета «Российская кооперация» - это газета для пайщиков, она информирует их о работе кооперативов, потребительской кооперации регионов и страны в целом.

Для повышения информированности пайщиков в магазинах, расположенных в районных центрах и на центральных усадьбах, предусмотрены уголки пайщиков, в которых имеется следующая информация: устав потребительского общества, состав участкового кооперативного комитета, информация о деятельности потребительского общества, перечень льгот для пайщиков, газета «Российская кооперация» и другие необходимые сведения.

**Таким образом,** объявленная Законом цель потребительского общества - удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков. В практической деятельности потребительских обществ это означает, что должен обеспечиваться приоритет экономических интересов пайщиков по сравнению с работниками.

Только наличие пайщиков, кроме работников системы, сохранит за потребительской кооперацией статус некоммерческой организации, которая может претендовать на федеральные и местные льготы, в том числе и в налогообложении.

Привлекательность потребительской кооперации для пайщиков и населения определяется, прежде всего, теми экономическими выгодами, преимуществами и возможностями, которые она может предоставить.

**Заключение**

Цель курсового исследования достигнута путём реализации поставленных задач. В результате проведённого исследования по теме: „ Теоретическое обоснование основ создания и деятельности потребительских обществ и их союзов “ можно сделать ряд выводов:

Потребительские кооперативы могут создаваться для достижения социальных, благотворительных, культурных, образовательных, научных и управленческих целей, в целях охраны здоровья граждан, развития физической культуры и спорта, удовлетворения духовных и иных нематериальных потребностей граждан, защиты прав, законных интересов граждан и организаций, разрешения споров и конфликтов, а также в иных целях, направленных на достижение общественных благ.

Потребительский кооператив – одна из важнейших форм кооперативного движения, посредством которой устанавливаются связь и соответствие между производством и потреблением. По сравнению с другими видами кооперации (промысловой, сельскохозяйственной) он имеет ряд особенностей.

Во-первых, в отличие от производственных видов, которые объединяют собственников или пользователей средств производства с целью производства продукции (услуг) и получения доходов, потребительский кооператив объединяет потребителей с целью удовлетворения их материальных и культурных потребностей.

Во-вторых, он не требует от своих членов обязательного личного трудового участия в их деятельности.

В-третьих, потребительские кооперативы включают в свой состав любого потребителя при условии признания им устава.

Недостаточное внимание в настоящее время к интересам организаций потребительской кооперации с одной стороны и уверенность в возможности эффективного самостоятельного существования организаций потребительской кооперации вне единой системы с другой стороны приводят к возникновению и усилению дезинтеграционных процессов. Утрачиваются экономические, транспортные, финансовые, информационные связи.

Дезинтеграционные процессы могут привести к полному исчезновению потребительской кооперации как единой системы и важного элемента социально-экономического механизма России. Организации потребительской кооперации в среднесрочной и долгосрочной перспективе могут полностью утратить конкурентные преимущества, основанные на масштабах и системном единстве.

Потребкооперация может стать серьезной силой не только в достижении индивидуальных целей потребителей, работников системы потребкооперации и пайщиков, укрепления их личного благосостояния и социальной защищенности, но и реализации общегосударственных задач, приоритетных национальных проектов, решении проблем государственной безопасности нашей страны в сфере продовольственного обеспечения и занятости населения.

Потребкооперация может стать основным проводником (оператором) в реализации государственных задач по замещению импортной продукции продукцией отечественных сельскохозяйственных производителей.

Упорядочение формирования собственности, владения, пользования и распоряжения ею должно привести к определенному результату - возрождению всех субъектов отношений в потребительской кооперации как эффективных собственников, экономически заинтересованных в сохранении и приращении кооперативного имущества и рациональном его использовании.

В настоящее время сложились условия для перехода на качественно новый уровень определения содержания социальной миссии потребительской кооперации: от «борьбы с бедностью» – к «примеру, достижения благополучия и повышения благосостояния». Основное предназначение потребительской кооперации не может быть подменой социальных функций государства.

Вместе с тем, социальная парадигма потребительской кооперации обеспечивает необходимые условия для включения её текущей социальной деятельности как элемента и составной части в реализацию государственной социальной политики на условиях партнерства.

Список использованных источников

1. Конституция РФ
2. Гражданский Кодекс Российской Федерации
3. Закон Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах и их союзах) в РФ» от 19 июня 1992 года N 3085-1 (в ред. Федеральных законов (в ред. Федерального закона от 21.03.2002 N 31-ФЗ).
4. Указ Президента РФ «О коммерциализации деятельности предприятий потребительской кооперации в Российской Федерации» от 16 февраля 1992 года N 144 (в ред. Указов Президента РФ от 22.12.1997 N 1365, от 21.10.2002 N 1209).
5. Постановление Правительства РФ от 24 января 1994 г. N 24 «Вопросы потребительской кооперации Российской Федерации»(в ред. Постановления Правительства РФ от 20.02.2002 N 121).
6. Постановление Правительства РФ от 7 января 1999 г. N 24 г. «О повышении роли потребительской кооперации в обеспечении населения продовольствием» (с изм., внесенными Постановлением Правительства РФ от 17.03.2000 N 235).
7. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года.
8. Вахитов, К.И. Организационные и уставные основы системы потребительской кооперации// К.И. Вахитов. История потребительской кооперации России: Учеб. пособие. - М., 1998.
9. Данилова, Л.И. Собственность потребительской кооперации: особенности формирования и владения./ Л.И. Данилова // Региои: экономика и социология.- 2008.- №2, С. 244—254.
10. Законы Российской Федерации о кооперации. Уставы потребительских обществ. – Белгород: Изд-во Белгородского университета потребительской кооперации „Кооперативное образование“, 2000.
11. Петухов В.М. Организационно-уставные вопросы деятельности потребительской кооперации/ В.М. Петухов, В.В. Рыньков. - М.: Экономика, 2002.
12. Потребительский кооператив// Некоммерческие фонды и организации: Правовые аспекты. - М., 1997.
13. Работаем для людей. Интервью председателя Совета Шебекинского райпо Игнатова И. М. / Красное знамя, 1 июля 2005г.
14. Сухова, Л. Ф., Любенкова, Е. П. Система экономических показателей оценки социальной миссии потребительской кооперации./ Л. Ф.Сухова, Е. П. Любенкова //Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика», 2005, №1.
15. Семернева, Е. С. Элементы публичности в создании и деятельности потребительских обществ и их союзов./ Е. С. Семернева //Конституционные основы организации и функционирования институтов публичной власти в Российской Федерации. -Екатеринбург : Изд-во УрГЮА, 2001. -С. 388 – 390.
16. Теплова, Л. Е. Основы потребительской кооперации./ Л. Е. Теплова - М.: Вита-Пресс, 2001.
17. Устав потребительского общества: [Образец]// Юридические лица: Правовое положение, порядок создания, учредительные и внутренние документы. - М., 2000.
18. Эльдиев М. Органы управления кооперативом/ М Эльдиев., Б.Лишанский // Экономика сел. хоз-ва России. - 1998. - № 4.
1. Потребительский кооператив// Некоммерческие фонды и организации: Правовые аспекты. - М., 2004.С.45. [↑](#footnote-ref-1)
2. "Российская газета", N 139, 19.06.1992. [↑](#footnote-ref-2)
3. Вахитов К.И. Организационные и уставные основы системы потребительской кооперации. История потребительской кооперации России: Учеб. пособие. - М., 2002.С.123-128. [↑](#footnote-ref-3)
4. Ст.1. ФЗ "О потребительской кооперации в Российской Федерации", [↑](#footnote-ref-4)
5. Петухов В.М. Организационно-уставные вопросы деятельности потребительской кооперации/ В.М. Петухов, В.В. Рыньков. - М.: Экономика, 2002. С.76-78. [↑](#footnote-ref-5)
6. Данилова Л.И. Собственность потребительской кооперации: особенности формирования и владения. // Региои: экономика и социология.- 2008.- №2, С. 244—254. [↑](#footnote-ref-6)
7. Теплова Л. Е. Основы потребительской кооперации. - М.: Вита-Пресс, 2001. С.135. [↑](#footnote-ref-7)
8. Сухова Л. Ф., Любенкова Е. П. Система экономических показателей оценки социальной миссии потребительской кооперации./ Сборник научных трудов СевКавГТУ. Серия «Экономика».- 2005.- №1. -С.102. [↑](#footnote-ref-8)
9. Концепция развития потребительской кооперации Российской Федерации до 2015 года. [↑](#footnote-ref-9)