**Реферат**

Рыночная экономика, кооперация, кооперативное движение, рыночная экономика, конкуренция, рыночные отношения, предпринимательство, конкурентная среда, рынок труда, конкурентоспособность, потребительский интерес.

Объектом изучения явилась кооперация и рынок в современной России.

Цель данного курсового исследования заключается в изучении, на основе теоретических источников и фактического материала, развития кооперации в условиях формирования рыночных отношений.

Задачи работы:

– изучить нормативно-правовые и теоретические источники по теме исследования;

– проанализировать современные международные ценности и принципы кооперативной деятельности;

– изучить предпосылки развития кооперации

– рассмотреть проблемы потребительской кооперации на современном этапе и пути их преодоления

– раскрыть предложения по улучшению деятельности кооперации в условиях перехода к рыночным отношениям

**Оглавление**

Введение

1. Рынок в современной России

* 1. Краткая характеристика рынка
  2. Виды рынка

2. Кооперация: трудности и противоречия перехода к рыночным отношениям

2.1 Кооперация, как социально-экономическая форма хозяйствования

2.2 Предпосылки развития кооперации

3. Проблемы потребительской кооперации на современном этапе и пути их преодоления

3.1 Потребительская кооперация, как рыночная структура

3.2 Главная проблема потребительской кооперации в условиях формирования рыночной экономики

3.3 Предложения и рекомендации по улучшению деятельности кооперации в условиях перехода к рыночным отношениям

Заключение

Библиографический список

**Введение**

Переход к рыночной экономике создал новые возможности для развития всех форм кооперации – общественно-хозяйственной системы, которая по самой своей природе открыта для хозяйственной инициативы и предприимчивости, конкуренции с другими формами собственности в деле обеспечения населения необходимыми товарами и услугами.

В современных условиях смены социально-экономического и политического строя, характеризующегося становлением и расширением рыночных отношений, начинает формироваться и среда, которая востребовала кооперацию, вызвала к жизни все основные ее формы. Это, прежде всего крестьянские хозяйства, число которых возрастает и которые все больше ощущают потребность объединения своих усилий в обеспечении средствами производства, кредитами, сбыте продукции и т.д. Это касается и растущей армии самостоятельных производителей товаров и услуг, которым трудно устоять в конкурентной борьбе с соответствующими крупными структурами. Социальной базой кооперативного движения становятся колхозы и совхозы, которые преобразовываются в объединения крестьянских хозяйств или мелких крестьянских кооперативов.

В истории развития мировой цивилизации кооперация занимает особое место. Слово «кооперация» происходит от латинского «cooperation», что в переводе означает «сотрудничество, совместная деятельность, объединенное действие». Это многофункциональное понятие в современном обществе используется, если речь идет о связях людей, возникающих в быту, в производстве или других сферах трудовых отношений.

Рынок стимулирует возрождение и объединение населения как потребителей с целью более рационального и экономного удовлетворения своих потребностей в новых условиях. Исполнение в какой-то мере этих функций администрациями предприятий и профсоюзами как рудимент распределительной системы бесспорно, отпадает по мере становления настоящего рынка.

Начало 90-х годов XX столетия прочно вошел в умы россиян как период реформирования всего общества и перехода к рыночным отношениям. При рыночной организации общественного хозяйства сосуществуют различные формы собственности, свободно развиваются предпринимательство и конкуренция.

Рыночная экономика – это конкуренция товаропроизводителей, их борьба за рынки сбыта. Создание конкурентной среды – задача, входящая в набор обязательных условий формирования рынка, которая может быть решена только при активной деятельности в этом направлении, как государства, так и всех других общественно-хозяйственных формирований.

Кооперация по своей сущности является рыночной структурой, ей присущи элементы рыночной экономики. Но в силу известных причин, обусловленных принципами классовости и партийности в деятельности, российская кооперация оказалась не в полной мере подготовленной к новым условиям, определенных сменой социально-экономического и политического строя в нашей стране. Отсюда и те трудности, с которыми она встретилась на пороге XXI века.

Исходя из вышеперечисленного, мы попытаемся рассмотреть современный рынок, место в нем кооперации, ее проблемы и трудности в переходный период.

**1. Рынок в современной России**

**1.1 Краткая характеристика рынка**

Обыденное, широко распространенное понятие «рынок», под которым принято понимать место встреч продавцов и покупателей, массовой купли и продажи товаров, лишь частично отражает то глубокое содержание, которое вкладывается в слово «рынок». Категория «рынок» в широком представлении объединяет в себе несколько понятий.

**Во-первых,** рынок, – это любое место торговли товарами и услугами. Характерно, что в бытовом представлении советских людей рынок как место купли-продажи ассоциировался, прежде всего, с колхозными продовольственными рынками, рынками сельскохозяйственной и кустарной продукции, базарами, ярмарками. Магазины розничной и оптовой торговли не принято было называть рынками. Отсюда искаженное, суженное представление о рынке даже в простейшем понимании этого слова.

**Во-вторых,** в обобщенном смысле рынок есть вся совокупность процессов торговли, актов купли-продажи вне зависимости от того, где они происходят. В таком представлении рынок характеризуется многими экстерриториальными признаками, как вид продаваемых товаров, объем продаж и покупок (емкость рынка), способ торговли, уровень цен (дорогой, дешевый). Здесь уже рынок понимается как торговля в широком смысле слова, как рыночный процесс соединения продавца с покупателем.

**В-третьих,** рынок представляет систему экономических отношений между людьми, предприятиями, государствами, опирающуюся, прежде всего на принцип, согласно которому все в мире продается и покупается, обменивается на свободной основе, без принуждения, но с соблюдением правил платности. Иначе говоря, рынок – это экономические отношения, строящиеся на основе рыночных законов и принципов.

**И, наконец,** в самой универсальной трактовке понятие «рынок» ассоциируется с рыночной экономикой в целом, становится сокращением термина «рыночная экономика». Так, стало общепринятым говорить о вхождении России в рынок, о переходе к рынку.

Переход на рыночные отношения предполагает:

* разгосударствление значительной части собственности путем ее приватизации;
* создание многообразных форм собственности и хозяйствования;
* формирование самостоятельных, экономически независимых хозяйствующих субъектов, товаропроизводителей;
* преодоление монополизма и создание условий для цивилизованной конкуренции;
* обеспечение экономической свободы и развитие предпринимательства;
* свободное ценообразование;
* определенное участие государства в регулировании рыночных механизмов.

В настоящей работе под словом «рынок» мы понимаем преимущественным образом процессы обмена товаров на деньги и деньги на товары и сферу обращения, в которой имеют место такие процессы.

Объединение продавцов и покупателей, вступающих в товарообменные процессы, товарно-денежные отношения, рынок тем самым налаживает взаимодействие трех главных экономических субъектов: государства, предприятий (фирм), домашних хозяйств.

Государство в лице правительства закупает на рынке труда рабочую силу, необходимую для службы в государственных учреждениях и бюджетных организациях. На рынке средств производства и предметов потребления государство приобретает у производителей товары общественного, государственного пользования, в том числе вооружение, здания, машины и ряд других товаров, поступающих в результате закупок в государственную собственность и частично предоставляемых затем населению.

В качестве продавца государство продает в основном услуги, но способно продавать землю, природные ресурсы, жилье, другие товары, находящиеся в государственной собственности. Обычно объем государственных продаж на рынке существенно ниже объема государственных закупок, ибо основную долю денежных поступлений государство получает не за счет продаж на рынке, а посредством взимания налогов.

Под единым понятием «рынок» часто понимается совокупность многих типов и видов рынков, отличающихся друг от друга разнообразными признаками. Несмотря на отсутствие **общепринятой классификации рынков, их удается разделить на группы по определенным признакам, таким, как степень монополизированности (формы конкуренции), меры государственного регулирования, масштабность товарообменных процессов, региональная принадлежность, легальность, виды реализуемых товаров и услуг.** К числу наиболее важных из перечисленных классификационных признаков следует отнести формы конкуренции и виды рыночного продукта.

**Остановимся на видах (моделях) рынка,** различающихся уровнем конкурентности, зависящим в первую очередь от количества участников рынка. На таком рынке продавцы и покупатели действуют, совершают акты купли продажи в условиях так называемой **совершенной конкуренции,** отвечающей следующим условиям:

а) количество, как продавцов, так и покупателей настолько  
велико, что ни один из них и ни одна группа не способны  
существенно повлиять на рыночные процессы, прежде всего,  
цены;

б) всеми продавцами предлагаются для продажи  
одинаковые, идентичные по свойствам товары и услуги;

в) все продавцы и покупатели обладают одинаковой  
информацией о положении дел на рынке (ценах, товарах, спросе, предложении), ни один не знает больше, чем остальные;

г) покупатели и продавцы могут свободно входить на рынок и покидать его.

При соблюдении указанных условий действительно возникает равноправное положение для всех участников рынка. В силу большого количества продавцов и вытекающей отсюда ограниченности масштабов продаж каждого из них ни один не способен существенно влиять на рыночный процесс, диктовать свои условия. Продавец и стоящий за ним производитель товара могут улучшить свои позиции на подобном рынке лишь путем уменьшения затрат на производство продукции или повышения ее качества, что равносильно продаже другого товара, переводу его в иной вид.

**Наиболее типичен для современной рыночной экономики олигополистический рынок (от греческого – немногие и продаю).** Такой рынок обычно представлен несколькими относительно крупными и близкими по масштабу продаж и степени влияния участниками. Таким образом, главный, определяющий признак олигополии – немногочисленность, ограниченное число господствующих на рынке продавцов (производителей фирм). Хотя четкого количественного критерия олигополии в виде числа таких фирм нет, но обычно это число не превышает девяти и колеблется в пределах от тройки до девяти.

**1.2 Виды рынка**

**Различаются рынки прямой, непосредственной продажи товара** потребителю и **рынки косвенной, опосредованной продажи. В первом случае** производитель или владелец товара продает его потребителю, являющегося одновременно и покупателем. Акт купли-продажи напрямую соединяет производителя (обладателя) товара с его потребителем. **Во-втором,** более распространенном случае между производителем и потребителем товара стоит третья сторона – торговый посредник, соединяющий продавца с покупателем и тем самым выполняющий отдельные функции продавца. Зачастую наблюдается многоступенчатое посредничество, при котором между производителем и потребителем товара стоят несколько посредников.

В зависимости от характера воздействия государства в лице государственных органов на основных участников рыночного процесса и их взаимодействия на рынке **различают три типа рынков: нерегулируемый, регулируемый** (частично регулируемый) и **централизованно управляемый.**

**Нерегулируемый рынок,** в условиях которого практически отсутствует вмешательство государства в рыночный процесс, воздействие на производителей, посредников, потребителей как агентов торгового обмена, товарно-денежных отношений, в «чистом» виде существовал лишь на ранней стадии возникновения обмена.

В современных условиях нерегулируемый рынок можно наблюдать лишь в известном приближении в виде «толкучек», «блошиных» рынков, локальных «дворовых» торговых сделках.

Противоположностью нерегулируемого рынка является **централизованно управляемый рынок,** в котором и участники рынка и связывающие их рыночные отношения находятся под наблюдением и контролем государства, предписывающего образ действия каждого субъекта рыночного процесса.

Способ и степень регулирования рынков зависят от форм собственности на основные средства рыночных структур и на рыночный товар. В условиях, когда это государственная собственность, сам рынок превращается в так называемую государственную торговлю, практически целиком управляемую государственными органами.

Если же в рыночном хозяйстве преобладает частная, групповая, коллективная, акционерная собственность, то возможности государственного вмешательства в рыночные процессы резко ограничиваются.

Одним их признаков классификации рынков может быть его расположение, зона охвата рыночного пространства. Обычно, чем больше зона действия рынка, тем масштабнее круг процессов, происходящих в его орбите.

**Самым крупным и всеобъемлющим является мировой рынок,** включающий сферу международного обмена. Под термином «мировой рынок» понимают любые товарообменные процессы между странами, связанные с куплей-продажей множества продукции, товаров, услуг, независимо от того, кто является агентом торговых операций. Обычно рынок определенного вида товара принято называть **мировым,** если он обладает **следующими признаками.**

а) участие в рынке многих стран;

б) крупномасштабность торговых сделок;

в) регулярность товарообменных операций;  
г) ведение расчетов по торговым операциям в свободно

конвертируемой валюте.

Совокупность рынков, действующих в пределах внутри страны, обменных процессов и товарно-денежных отношений между участниками процессов на этих рынках именуют **внутренним (национальным) рынком.**

В составе внутреннего и мирового рынков могут выделяться **региональные рынки.** О региональных рынках как самостоятельных структурных образованиях принято говорить, если наблюдается формирование достаточно масштабных рыночных образований с ярко выраженными региональными признаками.

Разные **рынки различаются способом,** посредством которого товар поступает от производителя к продавцу и от продавца к покупателю, объемом единичных продаж, формами оплаты товара, а также степенью легализации рыночных процессов.

**Рынок непосредственной продажи** характеризуется тем, что продавец получает, приобретает товары и продает их за наличные деньги покупателю. Здесь могут использоваться и денежные чеки.

**Продажа за безналичные** (по безналичному расчету) деньги имеет место, когда покупка оплачивается покупателем не непосредственно, а по перечислению.

В отдельных случаях продавец отправляет товар в адрес покупателя **наложенным платежом.** При такой форме продажи покупатель может получить товар, только выкупив его посредством перечисления оплаты продавцу.

В странах с рыночной экономикой широко распространена продажа **товаров в кредит. В** редких случаях наблюдается **продажа товаров в залог** под личное имущество покупателя.

Предоставление товаров в **прокат** за определенную плату можно характеризовать как продажу на определенное время пользования.

Наконец, возможна товарообменная продажа, при которой продавцы продают товар в обмен на другие товары. Подобная купля-продажа **называется бартерной.**

По признаку объемов продаж **различают оптовый и розничный** рынок. Оптовые и розничные продажи характеризуются соответственно оптовыми и розничными ценами.

**Рынок оптовой торговли** – это купля и продажа товара в больших количествах, крупными партиями.

**Розничная торговля** представляет куплю-продажу единичных товаров, т.е. в небольшом количестве.

Наряду со степенью монополизации как критерием и признаком структуризации рынков не менее важным представляется их разделение по виду представленного на рынке товара, по объекту купли-продажи.

**Рынок продовольственных товаров** или продовольственный рынок, как ясно из его названия, предназначен для продажи продавцам и приобретения покупателями продуктов питания, продовольствия.

**Рынок жилья** распространяет свое действие на жилые помещения. Рынок жилья представляет весомую часть более крупного рынка недвижимости.

**Рынок средств производства** есть рынок орудий и предметов труда, основных и оборотных средств. **Рынок средств производства состоит из трех рынков. Во-первых,** купля и продажа зданий, сооружений, строений, помещений, используемых в производственных целях. **Во-вторых,** рынок машин, технологического оборудования, приборов и аппаратов производственного назначения. **В-третьих,** рынок сырья, материалов, энергии, полуфабрикатов, из которых и посредством которых изготовляется продукция. Рынок средств производства может быть назван рынком физического

капитала.

**Рынок денег, валюты, ценных бумаг** представляет рынок, на котором одни деньги и денежные средства продаются за

другие.

**Рынок рабочей силы** – это свободная продажа каждым трудоспособным человеком своих трудовых возможностей и свободный найм работников. Такой рынок корректнее называть рынком труда и рабочих мест.

**Рынок инноваций** – это специфическая область купли-продажи, в которой объектом торговли являются технические и социально-экономические новшества, рационализаторские предложения, изобретения, патенты, технологические нововведения. Иногда все эти объекты объединяют под единым названием **«ноу-хау», то есть достижения научно-технического** **прогресса.**

**Рынок духовного, интеллектуального продукта** распространяет свое действие на знания, культурные ценности, информацию, произведения искусства. Конечно, не все духовные ценности являются объектом купли-продажи рыночных отношений и поступают к потребителю в результате приобретения по рыночной цене. Однако, даже музейные ценности продаются, существуют выставки-продажи картин, скульптур. Книги продаются и покупаются повсеместно. Так что рынок интеллектуального продукта – объективная реальность.

**2 Кооперация: противоречия и трудности перехода к рыночным отношениям**

**2.1 Кооперация, как социально-экономическая форма хозяйствования**

Формирование рыночных отношений непосредственно связано с развитием альтернативного негосударственного сектора. Тоталитарное государство и огосударствленная экономика отрицают конструктивные принципы рыночного хозяйства – суверенность какого-либо собственника, кроме государства, и экономическую свободу хозяйствующих субъектов. В результате имело место вытеснение рыночных отношений и механизмов за пределы государственного сектора в очень незначительную нишу официальной негосударственной экономики.

Экономические отношения характеризовались следующими основными чертами:

* директивное планирование показателей развития народного хозяйства страны и отдельных регионов;
* доведение «сверху вниз» плановых заданий до всех предприятий;
* централизованное распределение материальных и финансовых ресурсов по отраслям и предприятиям страны;
* утверждение оптовых, закупочных и розничных цен соответствующими государственными органами;
* централизованное регламентирование основных положений по организации оплаты труда работников /тарифные ставки, месячные должностные ставки, районные коэффициенты и т.п./.

Следовательно, такие экономические отношения не предоставляли предприятиям возможность самостоятельно решать многие вопросы хозяйственной деятельности, ограничивали их экономическую свободу. А в результате – преимущественно экстенсивный путь развития и низкая эффективность.

Советский рынок не функционировал как система взаимосвязанных и взаимодействующих рынков – рынка предметов потребления и рынка средств производства, рынка промышленной и рынка сельскохозяйственной продукции, рынка труда, рынка товаров и финансового рынка и т.д. Активное развитие альтернативных государственных экономических структур, в основе которых лежат полноценные товарно-денежные, рыночные механизмы, модифицирует сложившиеся связи и взаимодействия всех типов в стране.

Социальный разрез рыночной структуры характеризуется соотношением государственного и негосударственного секторов рынка, ведущую роль в рамках последнего играет кооперативный рынок.

Взаимное влияние двух секторов вплоть до последнего времени было однозначно: госсектор в силу своего доминирования в значительной мере предопределял характер и тенденции развития всего негосударственного рынка в целом и кооперативного рынка в частности. Именно госсектор импульсировал рост цен на продукцию новой кооперации, в частности, из-за установленных специальных условий реализации кооперативам средств производства из государственного сектора. Извращенная система кредитно-денежного оборота, искусственные барьеры между наличным и безналичным оборотом в госсекторе вытесняли процессы «оналичивания» денег в сфере кооперативного сектора. В результате кооперативный сектор явился той сферой, в которой сосредоточились товарно-денежные, стоимостные последствия народно-хозяйственных диспропорций, возникших в госсекторе.

Распространение элементов рыночных отношений на государственный сектор, процессы разгосударствления и демократизации госсобственности, предоставление все большей хозяйственной самостоятельности субъектам производства сформулировали условия для обратного влияния кооперативного сектора и процессов, происходящих в нем, на государственный сектор.

В первую очередь это касается взаимного влияния государственного и кооперативного секторов в области уровня цен. В условиях относительной сбалансированности экономики подавляющее преобладание госсектора обеспечило бы регулирование общего уровня цен ценами госсектора. Однако в условиях инфляции, кризиса финансовой системы государства и полного развала механизма денежного обращения цены на продукцию кооперации отнюдь не регулируются таковыми в государственном секторе. Инфляционный фактор, выраженный как в избыточном платежеспособном спросе, так и в острейшем всеобъемлющем дефиците товарных рынков, играет определяющую роль в динамике цен обоих секторов экономики.

Влияние деятельности кооперации на состояние сбалансированности товарных рынков в существующих условиях неоднозначно. Эта неоднозначность является следствием, в первую очередь, обстоятельств, лежащих за рамками самого кооперативного сектора экономики: монополизм государственной собственности, структурная несбалансированность, эмиссионное финансирование бюджета и т.д.

В этих условиях в направлении равновесия действуют следующие факторы: насыщение товарных рынков потребительскими и инвестиционными товарами; аккумуляции денежных средств населения в руках его отдельных групп /вследствие более высоких уровней оплаты труда у членов кооперативов/, что ведет к перераспределению совокупного спроса на относительно более дорогие изделия, предлагаемые на потребительском рынке государственным сектором, в том числе предметы роскоши.

Противоположный эффект в плане товарно-денежной сбалансированности дает повышенная /по сравнению с государственным сектором /доля конечного продукта, идущая на оплату труда членов кооперативов. При том, что если факт увеличения этой доли – явление положительное и объективно обусловленное, указанное негативное воздействие возникает из-за невозможности для получателя дохода в кооперативном секторе иным образом инвестировать имеющиеся средства в отсутствие действующего рынка ценных бумаг и в условиях, когда ставка процента по вкладам в Сбербанке существенно ниже уровня инфляции.

Формирование единого рынка труда на фоне относительно заниженного уровня оплаты труда в госсекторе привело к усилившемуся оттоку высококвалифицированных кадров в сферу кооперативной занятости. Если раньше уровень оплаты труда в народном хозяйстве и по различным отраслям регулировался исключительно государством через тарифную систему – коэффициенты, ставки, штатное расписание – и тенденция к межотраслевому и межрегиональному выравниванию уровня оплаты труда была крайне незначительна, то в настоящее время наметилось обратное влияние уровня на рынке труда и в регионах с развитой сетью кооперативов не может не регулироваться кооперативным сектором наряду с государственным.

В результате и в рамках госсектора наметилась тенденция к росту уровня оплаты труда.

Высоко монополизировавшая структура экономики привела к возникновению и воспроизведению значительного количества товарных ниш / включая услуги /. Наличие таких ниш, неэффективных для эксплуатации их предприятиями-монополистами, – вполне закономерное явление. В странах с развитой рыночной структурой эти ниши заполняются мелким бизнесом, и, как правило, в этих сферах высок уровень конкуренции. В нашей стране количество таких ниш настолько велико, а рынок настолько дефицитен, что устремившиеся в них кооперативы пока не являются конкурентами даже в этих пределах. Монополистическая структура госсектора в определенной мере формирует тенденцию к монополизации и в рамках кооперативного сектора. Весьма показательное явление представляют собой кооперативы при промышленных государственных предприятиях, обслуживающих товарами или услугами только данное предприятие. Это классическая форма поведения малого бизнеса в условиях высоко монополизированной экономики.

**Кооперация как социально-экономическая форма хозяйства неоднородна,** в ней могут быть **выделены два принципиально различных** с точки зрения поведения **на рынке хозяйствующих субъектов.**

**Во-первых,** это предприятия коммерческого типа, создаваемые для получения прибыли на вложенный капитал и наращивания личных доходов /независимо от того, привлекается ли наемный труд или нет/. По существу, это тип частного хозяйства или партнерства.

**Во-вторых,** можно выделить и другую группу кооперативов, целью организации которых является оказание услуг членам кооператива, сокращение производимых им расходов главным образом потребительского плана, но услуги могут быть также и производственного характера. Этот тип организации не ориентирован на получение максимальной прибыли на вложенный капитал, хотя и косвенно способствует росту доходов членов кооператива. **Это классическая форма** **кооперации в чистом виде.**

**Обе группы кооперативных предприятий представляют собой товарно-ориентированные хозяйства, функционирующие в рамках** рыночных структур экономики.

Развитому рыночному хозяйству, в котором отсутствуют административные барьеры на пути перелива капитала, где частная собственность имеет официальное право на существование и функционирование и нет необходимости использовать форму кооперативов в качестве ширмы для таких хозяйств, в большей мере свойственно **развертывание кооперативов второго типа.** Объем производства этих кооперативов, как правило, невелик, рынок, на который они работают, носит локальный характер, а их конкурентоспособность обеспечивается относительно низкими ценами / за счет отказа от максимизации прибыли на капитал /. **Главной функцией кооперативов данного типа в условиях развитого рынка** является социальная амортизация – это альтернативная, не государственная и не частно-коммерческая занятость, или способ выживания в условиях острой конкуренции на рынке труда, услуг и капитала. **Основу такой кооперации составляет широкий слой индивидуальных хозяйств простого** **товарного производства.**

На начальных этапах становления рыночного хозяйства в отечественной экономике в условиях несбалансированности и наличия значительного количества товарных ниш, высокой монополизации, инфляционного давления на формирующийся рынок /как предметов потребления, так и средств производства/ еще не сформировавшегося единого рынка рабочей силы /в условиях отсутствия тенденции к эффективной занятости/ происходит преимущественно формирование кооперативов первого типа. Потребность в формировании кооперативов второго типа еще не сформировалась по причине полного отсутствия конкуренции на рынках. Необходимость в этой специфической форме социальной защиты индивидуальных товаропроизводителей еще не ощущается.

**2.2 Предпосылки развития кооперации**

В рамках кооперативного сектора формируется полноценный рынок товаров и услуг со специфической общехозяйственной конъюнктурой конкретных товарных рынков.

Кооперативный сектор представляет собой альтернативу государственному сектору экономики, однако отнюдь не во всех сферах кооперация сможет составить конкуренцию госсектору. Это связано в первую очередь со спецификой самой этой формы, ориентированной, как правило, на относительно небольшие объемы производства /даже при коммерческой ориентации предприятий/. Следовательно, надежды на возможность широкого насыщения рынка при помощи кооперативов неправомерны. Уровень фондовооружения кооперативов значительно ниже, чем государственных предприятий, доля ручного труда соответственно выше. Этим определяется объективная необходимость ориентации кооперации не мелкосерийное производство с повышенной долей ручного труда, призванное удовлетворять специфические потребности определенных узких групп населения /это могут быть группы по доходности, по месту проживания, по специфичности потребностей, ориентации на индивидуальный спрос как потребительский, так и производственный/. Именно в этих сферах кооперация может составить реальную конкуренцию предприятиям государственного сектора.

Другой сферой, где кооперативы могут широко и успешно конкурировать с государственным сектором, является сфера использования определенных научно-технических новшеств. В условиях научно-технической революции расширение сферы использования интеллектуальной собственности создает дополнительные возможности для развертывания кооперативных форм деятельности. Здесь кооперативные предприятия способны играть роль своего рода «рискового сектора» экономики, разработки которого могут широко применяться в последствии при массовом производстве.

Еще одной предпосылкой развития кооперации является наличие так называемого индивидуального спроса, не только потребительского, но и промышленного. Крупные предприятия в силу своей специфики не могут перестраивать производство также быстро, как мелкие. К тому же выполнение разовых и мелкосерийных заказов для них не выгодно. Решать такие проблемы могут не только кооперативы, но и мелкие государственные предприятия. Кооперативная собственность, основанная на групповом присвоении производимого продукта, оказывается в этом случае более эффективной.

В отличие от производственных кооперативов, развитие которых затруднено в силу нарушенности проблем материально-технического снабжения, кредитно-финансового обеспечения, информационно-хозяйственного обслуживания, большую роль в изменении ситуации на потребительском рынке могли бы играть **кооперативы, развивающиеся в сфере обращения: торговле, общепите, оказании услуг и т.п.** Они призваны улучшить качество жизни населения страны, которое при сопоставлении с развитыми странами характеризуется отставанием. Если сравнить отмеченный рынок услуг с подобным в развитых странах, то здесь разрыв исключительно большой. Так, душевое потребление услуг в России составляет менее 20% от уровня США, в том числе по коммунальным услугам – 21%, связи – 20%, отдыху – 44%. Несмотря на относительную дешевизну в России платных бытовых услуг /различные виды ремонта, индпошив, химчистка и т.д./, их доступность и особенно качество остаются низкими, а уровень потребления составляет 48,2% американского стандарта.

Крайне неблагополучная ситуация на продовольственном рынке страны, резкое ухудшение снабжения населения отечественной сельскохозяйственной продукцией позволяют сделать вывод, что нам необходимы торгово-посреднические кооперативы, которые позволили бы сократить потери сельхозпродукции, тем самым содействуя лучшему обеспечению ею населения страны.

Для того чтобы кооперация полнее реализовала свои возможности в решении проблемы насыщения промышленного и бытового потребительского рынка товарами и услугами, необходимо решительно преодолеть негативное отношение к кооперации. К ней нужно подходить с позиции долговременного и равноправного ее функционирования с другими, в том числе государственными предприятиями и организациями. Недопустимы дискредитация кооперативного движения, формирование негативного общественного мнения. **Кооперация – это наиболее понятная для населения форма добровольного обобществления труда, материально-технических и финансовых ресурсов, уникальный социально-экономический рычаг активизации человека, повышения материальной заинтересованности и ответственности коллективов за конечные результаты труда, усиления динамичности хозяйствования.**

**3. Проблемы потребкооперации на современном этапе и пути их преодоления**

**3.1 Потребительская кооперация, как рыночная структура**

Потребительская кооперация по своей сути – рыночная структура, внутренне ей присущи все элементы рыночной экономики. Она как составная часть нарушенного народнохозяйственного механизма не смогла выдержать небывалого в истории государства экономического прессинга и заметно сдала свои позиции по многим направлениям своей деятельности.

Одна из основных нерешенных проблем потребкооперации, приведшая к ослаблению системы, – это недостаточность денежных оборотных средств, высокие налоги, обязательные платежи и взносы. Во-вторых, нарушены нормальные коммерческие связи с поставщиками. Многих не устраивает продавать свою продукцию без предоплаты и по безналичному расчету. Другая объективная причина: как общественно-хозяйственная система, потребительская кооперация нуждается в льготных условиях своего функционирования, но со стороны государства таких условий ей предоставляется недостаточно.

Для того **чтобы потребительская кооперация стабильно работала в условиях рыночной экономики, необходимо решить ряд неотложных проблем.** Причем решение этих проблем связано с улучшением деятельности всего народнохозяйственного комплекса страны. В свете вышесказанного остановимся на некоторых из них.

**1. Прежде всего следует повысить роль пайщиков в деятельности** обществ. Как сказано в Законе 1997 года, «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». Пайщик должен не на словах, а на деле стать действительным хозяином своего кооператива. Он должен почувствовать, что в кооперативе есть его собственность, что она закреплена за ним, что он влияет на органы управления и контроля. Только после этого его отношения к потребкооперации коренным образом изменится.

Для возрождения кооперации, наряду с восстановлением прав пайщиков как собственников кооперативных средств, необходимо восстановить и потребительские общества.

Потребительские общества изначально основывались на паевых взносах. Паи помогали сохранить независимость кооператива от государства, частного капитала, делали потребительское общество экономически свободным и самостоятельным. Кредиты государства дают ему как бы экономическое право вмешиваться в деятельность потребительской кооперации. Кроме того, мы помним и о том, что в начале 30-х годов увеличение кредитов, предоставляемых потребительской кооперации государством, послужило одним из тех рычагов, который способствовал ее огосударствлению.

В настоящее время самое главное – возвращение кооперации ее истинно демократических начал и доверия пайщиков. Нельзя игнорировать мировой кооперативный опыт. В стране с развитой экономикой собственность вся частная, принадлежит пайщикам с коллективной, групповой формой хозяйствования, с выплатой «живых» дивидендов, правом влиять на положение дел в их кооперативных делах. Далекие от принципов кооперативов люди обвиняют потребительскую кооперацию в том, что кооператоры не делят всю прибыль и сразу не отдают ее пайщикам. Современного коммерсанта в первую очередь интересует прибыль.

Потребительская кооперация в России, как и во всем мире, живет по другим принципам. Даже в столь сложное время реформ ее главная цель остается неизменной – с наибольшей эффективностью обслуживать население.

2. **Оценивая социально-экономическое положение в стране,** рассчитывать на полное удовлетворение потребностей системы правительством и местными органами власти не приходится. Надо в первую очередь использовать свои собственные, внутренние возможности, опираясь на активность, деловитость, предприимчивость. Реальные источники пополнения оборотных средств – образование фонда развития потребительской кооперации, привлечение заемных средств населения и паевые взносы пайщиков.

Главный вопрос–это наличие и скорость оборачиваемости средств. Кто умеет находить деньги и способен ускорять их движение, тот решает все проблемы: старается брать товар у поставщиков на реализацию, максимально использовать сосредоточение товаров там, где покупательская способность дает большую оборачиваемость, отказывается от услуг посредников и коммерческих фирм и т.д.

Основную роль в решении всех этих сложных проблем должна играть коммерческая служба. И там, где работники этой службы подготовлены к работе в условиях рыночной экономики, знают конъюнктуру рынка, изучают потребительский спрос, работают в интересах дела, там и хорошие результаты. И примеров активного кооперативного предпринимательства немало.

В коммерческой деятельности форм, методов и приемов успешной работы безграничное множество. Главное – в умении их использовать правильно. Тогда и стимулирование работников перестает быть проблемой. При хороших результатах прямая заработная плата в несколько раз больше, да и различные повышающие коэффициенты от персональных ставок дополнительно ее увеличивают.

Самый сложный вопрос – оборачиваемость средств. Быстро продать товар и быстро получить деньги – одна из главных проблем. Требуются более глубокие меры по улучшению деятельности потребительской кооперации.

3. **Экономические реформы потребовали изменения структуры** трудовых ресурсов. Сократился административно-управленческий аппарат. Изменилась потребность в специалистах разного профиля. Сегодня нужны не управленцы, а координаторы, высококвалифицированные экономисты, коммерсанты, юристы, финансисты, бухгалтера. Эту тенденцию подтверждает и опыт зарубежных кооперативов. На смену руководителям, которые начали разваливать организации, их хозяйственный механизм, надо, чтобы пришли новые грамотные люди, не только заинтересованные в выживании потребительской кооперации, но и обладающие коммерческими способностями. Бережного отношения к себе требуют профессиональные кадры работников системы. Важно не растерять их, организовать для них широкую систему учебы и переподготовки применительно к условиям рыночной экономики. Проблемой в работе с кадрами в настоящее время стали также социальная защита работников и социальные гарантии, которые могут быть предоставлены им при переходе к свободному рынку.

Широкие применения находят формы материального поощрения как вид социальной поддержки в условиях инфляции: выплаты ежемесячных надбавок за стаж работы в потребительской кооперации, доплаты по результатам хозяйственно-финансовой деятельности, вознаграждения по итогам работы за год, единовременные поощрения за присвоение званий заслуженного работника торговли, экономиста, строителя и т.д.

4. **Одна из неотложных проблем потребительской кооперации** – приостановка дальнейшего спада объемов хозяйственной деятельности. В последнее время снизились объемы закупок продуктов, выпуск изделий, продажа товаров народного потребления. Одновременно из-за стремительного роста цен на энергоносители, транспортные услуги, сырье, материалы, готовую продукцию, кредиты выросли издержки производства и обращения. Все это привело к сокращению доходов.

В этих условиях важной задачей потребительской кооперации является формирование собственных товарных ресурсов. В современных условиях резко повышается роль промышленной деятельности потребкооперации не только как стабильного источника увеличения товарных ресурсов, но и укрепления финансового состояния. Все еще недостаточно используются в производстве такие ценные пищевые добавки, как соевый и молочный белок, молочная сыворотка, нетрадиционные пищевые продукты, дикорастущее сырье. Широкого распространения в производстве не получили научные разработки по выпуску изделий с пониженным содержанием сахара, его частичной заменой. Остается задача возрождения винодельческого производства как высокорентабельной отрасли / рентабельность производства вина составляет 15–25 процентов, водки 25–40 процентов/.1 Производство этих товаров пока достаточно надежно обеспечивается федеральными ресурсами сырья, продукция имеет хороший спрос на рынке и обеспечивает быструю оборачиваемость денежных средств. Развивать эту отрасль заинтересованы и местные органы власти, поскольку винно-водочные изделия облагаются налогом в местный бюджет.

Система не может победить конкурентов, если не улучшить качество производимых товаров. Решение этой проблемы приобретает немаловажное значение. Вместе с тем в потребкооперации имеются предприятия, сумевшие преодолеть трудности переходного периода, которые организовали новые производства, выпускают запасные части, оборудование, торговые павильоны, теплицы, гаражи, пиломатериалы. В целях преодоления дальнейшего падения объемов закупок сельхозпродукции и сырья предполагается заготовительную деятельность построить на договорной, долговременной основе со сдатчиками, обеспечив им гарантированный сбыт продукции и предоставив льготы. Ставится задача обеспечить практическую реализацию принципа единого технологического комплекса заготовительно-перерабатывающих предприятий с циклом «закупка – переработка–поставка».

Одна из задач потребительской кооперации – развивать сферу платных услуг, которая должна рассматриваться не только с позиций ее социального значения, но и как одно из направлений укрепления экономического положения. Развитие новых услуг, ориентированных на владельцев личных подсобных и крестьянских хозяйств, арендаторов – ремонт и техническое обслуживание оборудования и садово-огородного инвентаря, выдача напрокат малой техники, строительно-ремонтные, транспортные и другие услуги должны способствовать укреплению состояния системы.

5. **Крупная проблема – возрождение опта.** Не может каждое село закупить вагон лопат, других хозяйственных и культурно-бытовых товаров, не говоря уже о галантерее, парфюмерии, одежде, обуви. Учитывая небольшие объемы магазинов, с ними непосредственно не станут иметь дело ни один крупный завод, швейная или обувная фабрика. Многие поставщики отказываются заключать договоры с каждым магазином. Во-первых, им не выгодно дробить отгрузки; во-вторых, они опасаются, что магазины окажутся неплатежеспособными. Привыкшие работать с крупными покупателями, поставщики оказались неподготовленными к новым условиям. Нет у них для этого ни компьютеров, ни средств связи.

Иллюзии, что в условиях рынка розница сможет обойтись без грамотного коммерческого посредника, постепенно уходят. Как свидетельствует мировая практика, по-другому и быть не может.

Нынешний кризис не бесконечен. И потому оптпонадобится и будет востребован в полной мере. Если конечно, думать о надежном обеспечении населения всеми нужными товарами. Чтобы укрепить систему комплексноготоргового обслуживания сельского населения, необходимо сохранить единую технологическую цепочку товародвижения:крупный кооперативный опт – сеть базовых районныхунивермагов и специализированных магазинов – сетьнебольших торговых предприятий, расположенных в сельской местности – развозная торговля в отдаленные населённыепункты.

Порочным является создание в системе потребкооперацииакционерных обществ, а тем более оптовых баз, производственных предприятий, во главе которых становятсяруководители, члены правлений. Преобразования кооперативных организаций в акционерные общества опасны уже итем, что эти объединения преследуют другие цели и могут быть безвозвратно утеряны для потребительской кооперации – деятельность же акционерного общества, по сути дела бесконтрольна.

6. **Система потребительской кооперации представляем собой** единственный, цельный организм, все составные части которого тесно связаны между собой и зависят друг от друга – поэтому ослабление позиций даже одного звена может существенно подорвать ее экономические основы. В сфере этого актуальной является проблема реформирования экономических взаимоотношений между потребительскимиобществами и союзами между собой.

Совет потребительского общества сегодня самостоятельнои никому, кроме пайщиков, не подотчетно. В этом вся суть перестройки структур звеньев системы. В этих условиях роль союзов потребительских обществ коренным образом изменилась. Из органов, дающих указания и требующих отчетов, они должны стать консультативными с высококвалифицированным аппаратом. Помогать, разъяснять, советовать, обучать, защищать интересы в органах власти – вот основной круг вопросов деятельности союзов. Не командовать отраслями и предприятиями, а определять экономическую политику, помогать становлению рыночных отношений, хотя союз по новому Закону вправе осуществлять контрольные и распорядительные функции, предусмотренные учредительным договором или уставом союза.

Практика кооперативного движения подтверждает: чем больше кооперативов вступает в союз, тем шире она может развивать свои операции и тем быстрее и легче может осуществить свои задачи.

7. **Одна из главных особенностей рыночной экономики** в ее развитом виде состоит в том, что в основе формирования и циркуляции материальных потоков лежит не только движение капитала, но и информации. Неизмеримо возросла роль союзов в обеспечении потребительских обществ широким насыщенным и доступным информационным полем, включающим сведения как сугубо конъюнктурного характера – ассортимент, объемы, качество, условия поставок и перевозок, цены и тарифы, условия оплаты и т.д., так и статистических данных, позволяющих более обобщенно оценить хозяйственную ситуацию и складывающиеся в экономике тенденции. Информационные центры союзов должны контролировать сведения о реквизитах предприятий и организаций, в том числе мировых, банковских ставках, страховых тарифах, валютных курсах, сроках проведения торгов, ярмарок, аукционов и т.п.

Сегодня необходима информация о сбыте продукции и закупочных операциях, результатах маркетинговых исследований по интересной на данный момент группе товаров и анализа надежности потенциального партнера; разнообразная аналитическая информация и данные о деятельности торговых домов и посреднических фирм; документооборот и информационная связь между предприятиями и их филиалами; сводки о торгах на ведущих биржах и коммерческая информация из других компьютерных сетей и т.п. Крупным резервом совершенствования торговли и улучшения деятельности потребительской кооперации является решение проблемы синхронного развития и взаимодействия всех отраслей рыночной инфраструктуры – банковской системы, транспорта, связи, информации.

**3.2 Главная проблема потребительской кооперации в условиях формирования рыночной экономики**

**Потребительская кооперация во многих странах получает** поддержку государства как организация, удовлетворяющая первоочередные потребности малообеспеченной части населения. В Российской Империи она тоже имела льготы, в частности, мелкие потребительские общества не облагались никакими налогами.

Сейчас настал такой момент, когда массовая сельская организация крайне нуждается в поддержке государства. Пока не удается остановить падение системы, стабилизировать финансовое положение и на этой основе улучшить материальный уровень работников. Расходы и издержки превышают получаемые доходы, причем расходы растут, а доходы сокращаются. В этих условиях необходимо добиться того, чтобы правительство прежде всего изменило условия кредитования и ослабило налоговый гнет, помогло восстановить оборотные средства кооперативных организаций, потерянные в результате инфляции. Предприятия и организации системы, имеющие рентабельность до одного процента, должны быть освобождены от уплаты налога на прибыль. Должны быть сняты всякие ограничения торговых надбавок, а если власти хотят регулировать цены на отдельные товары, то обязаны полностью возмещать связанные с этим расходы.

Представляется, что власти должны полностью взять на себя убытки всех торговых предприятий, расположенных в малочисленных глубинных поселениях. Дело административных органов – обеспечить торговое обслуживание населения. Потребительская кооперация в свое время взяла на себя обязанность государства, а теперь все заботы полностью легли на нее, и от этого несет громадные потери. Естественно, долго такое продолжаться не может. Надо возвратиться к недалекому прошлому, когда государство из своего бюджета возмещало потребительской кооперации доставку товаров в торговые предприятия, начиная с 11 километров от баз снабжения.

Сельское население испытывает определенные жизненные неудобства, трудности по сравнению с городскими жителями, к тому же еще с тех незначительных инвестиций, которые удалось вложить в экономику села, установлен налог. Власти должны снять с организаций потребительской кооперации на селе налог на имущество на временно законсервированные или выведенные в резерв объекты.

Следовало бы освободить потребкооперацию и от подоходного налога с сумм, выплачиваемых населению по заемным у них средствам. Необходимо предусмотреть выделение системе целевых кредитов по 10–20 процентов годовых. Поскольку из-за инфляции потребительская кооперация лишилась мизерных оборотных средств, правительство должно рассмотреть вопрос об их компенсации. А чтобы кооперация смогла ожить и начать вписываться в рыночные отношения, необходимо пролонгировать полученные системой кредиты в предыдущие годы и проценты по ним до 2000 года. Потребительская кооперация по предоставляемым льготам и налогообложению не должна находится ниже предприятий и организаций агропромышленного комплекса.

**Одной из главных проблем является** сохранение потребительской кооперации как сложившейся системы, проверенной ее опытам, способной обеспечить реальное обслуживание сельских жителей. В этих целях в полной мере должны быть использованы внутренние возможности и механизмы кооперации, действующие законодательные акты, а также государственная поддержка ее. Закон «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации», принятый в 1997 году, сыграл важную роль в защите интересов потребкооперации и способствовал ее сохранению в условиях перехода к рыночным отношения. Теперь предстоит большая работа по применению на практике положений этого Закона, что значительно укрепит систему.

Проблемы перехода к рынку затрагивают все отрасли народнохозяйственного комплекса страны, в том числе и потребительскую кооперацию, которая действует не в изолированном пространстве, а является неотъемлемой частью этого комплекса, поэтому все изменения в экономической и политической жизни отражаются на ее деятельности.

**3.3 Предложения и рекомендации по улучшению деятельности кооперации в условиях перехода к рыночным отношениям**

Несмотря на отдельные достижения, кооперация переживает сегодня трудные дни. Она оказалась, как и весь народнохозяйственный комплекс страны, не в полной мере готовой к переходу к рыночным отношениям, что непосредственно сказалось на ее производственной деятельности. В связи с этим нам представляется возможным сформулировать некоторые предложения и рекомендации по улучшению деятельности кооперации и повышению ее роли и значения в народнохозяйственном комплексе страны в условиях перехода к рыночным отношениям.

1. Система в современных условиях может выжить, только  
повысив эффективность работы предприятий, обеспечив  
необходимую конкурентоспособность с нарождающимися  
предпринимателями, для чего необходимо:

– увеличение количества пайщиков и индивидуальная  
разъяснительная работа о значении паевых взносов;

– ужесточение режима экономии и постоянный финансовый контроль по обеспечению полной сохранности кооперативной собственности, недопущения потерь и бесхозяйственности, полного искоренения непроизводительных расходов;

– освоение науки /искусства/ отстаивания интересов  
потребительской кооперации как на местном, так и на  
федеральном уровне.

2. С целью сохранения и возрождения потребительской  
кооперации, действующей в рамках хозяйственного комплекса  
страны, видимо, необходимо:

* обеспечение выравнивания условий жизни сельского и городского населения;
* развитие системы обеспечения сельского населения товарами и услугами на уровне, сложившемся для городского населения;
* развитие транспортных коммуникаций и систем связи на селе;
* поддержка организаций потребительской кооперации, пайщиками которых являются сельскохозяйственные производители и пенсионеры, проживающие в сельской местности; привлечение в установленном порядке организаций потребкооперации к выполнению функций по закупке и продаже сельскохозяйственной продукции, сырья и продовольствия для государственных нужд;

– освобождение потребкооперации от платежей по задолженности по рассроченным централизованным процентам, выданным в предыдущие годы, начисленным по ним процентам;

– построение своих отношений органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации с организациями потребкооперации на основе ежегодно заключаемых соглашений.

3. Было бы желательно и целесообразно органам исполнительной власти субъектов Российской Федерации совместно с другими органами местного самоуправления рассмотреть вопросы:

– упорядочения, в пределах своей компетенции, налогообложения организаций потребительской кооперации, имея в виду освобождение или сокращение размеров налога на имущество, землю и на пользователей автодорог;

* снижение размеров тарифных ставок за используемые организациями потребкооперации энергоносители;
* создание региональных фондов для обеспечения на условиях лизинга организаций потребкооперации оборудованием для переработки сельскохозяйственной продукции, лекарственно-технического сырья, дикорастущих плодов и ягод, запланировав и включив в проекты бюджетов выделение на соответствующий год необходимых для этого финансовых средств.

4. Телевидению и радиовещанию, другим заинтересованным органам исполнительной власти целесообразно обеспечить через средства массовой информации широкое ознакомление населения с законом Российской Федерации «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» и с другими нормативными правовыми актами, регулирующими деятельность потребительской кооперации, в том числе разъяснение пайщикам их прав и обязанностей, особенно по вопросам участия их в принятии хозяйственно-финансовых решений, в контроле за деятельностью органов потребительских обществ и их союзов.

**Заключение**

Исходя из вышеизложенного, можно сделать некоторые выводы о деятельности потребкооперации в условиях перехода к рыночным отношениям.

Главным является то, что в сегодняшних тяжелых условиях основным завоеванием потребительской кооперации является то, что она сохранилась как единая система, проявила свою жизнеспособность.

Во-вторых, трудности и потери в потребкооперации связаны с тем, что превратности стихийного рынка с его безудержным ростом цен, инфляции, дороговизной банковских кредитов и другими явлениями, пагубно сказалось на деятельности большинства кооперативных организаций и предприятий. Резко упали объемные показатели в торговле, заготовках, кооперативной промышленности. Продажа товаров за последние годы сократилась против предыдущих лет более чем на одну треть, а доля потребкооперации в общем товарообороте России снизилась с 7,5 процента до 3,7 процентов. Уменьшилось производство товаров народного потребления, закупки мяса, молока, яиц, меда, овощей. Возросли лишь заготовки картофеля и плодов, что дало возможность выполнить договорные обязательства по поставкам этой продукции в федеральный продовольственный фонд.

В-третьих, кооператоры в условиях перехода к рыночным отношениям не допустили сбоев в снабжении самым необходимым. На протяжении последних лет в товарообороте сохраняется на одном уровне доля таких социально значимых товаров, как хлеб и хлебобулочные изделия, растительное масло, сахар, чай, соль, хозяйственное мыло, чулочно-носочные изделия и др. Хотя из-за низкой покупательной способности сельского населения товары культурно-бытового назначения для них стали недоступными. Если в 1991 году один проданный телевизор приходился на 22 семьи, то в 1995 году на 400 семей, один холодильник соответственно на 22 семьи и на 379 семей, одна швейная машина – на 40 и на 2000.2

В-четвертых, для правовой и финансовой защиты потребкооперации приняты Закон «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации», постановление «Вопросы потребительской кооперации», которые защитили кооперацию в последние годы. Отношения организаций потребительской кооперации с органами власти сверху донизу строятся на основе ежегодного заключаемых договоров. Это заставило властные структуры многих регионов повернуться лицом к сельскому населению, обратить внимание на его бедственное положение и оказывать кооперации помощь.

В-пятых, кооперативным предприятиям предоставлена возможность создавать фонд развития потребкооперации для пополнения оборотных средств и инвестиций. За неполные два года в этот фонд начислено около одного триллиона рублей. Большим подспорьем для потребкооперации явилось привлечение заемных средств обслуживаемого населения с отнесением выплаченных по ним процентов на издержки обращения и производства.

В-шестых, усилиями Центросоюза увеличены предельные суммы расчетов наличными деньгами с юридическими лицами с 2 до 5 млн. рублей. Сняты ограничения с сумм при расчетах с физическими лицами. Приняты решения об отнесении на себестоимость продукции расходов по образованию фонда подготовки кадров, внутрихозяйственным отчислениям, страхованию имущества. Удалось добиться исключения из налогооблагаемой базы стоимости имущества, передаваемого внутри системы с баланса на баланс.

В-седьмых, благодаря целенаправленной деятельности потребкооперации заготовительный оборот возрос в 1,6 раза, производство товаров народного потребления – в 1,7 раза. Но материально-техническая база позволяет увеличить эти объемы в 2–3 раза. Эти расчеты учитывают реальный платежеспособный спрос населения и финансовые возможности потребкооперации. Во многих регионах страны сохранились потребительские общества, их союзы, которым, несмотря на трудные условия существования, удается совместными усилиями находить пути выхода из сложившейся ситуации. В некоторых наметилась тенденция к сокращению убытков, многие становятся рентабельными, не допускают отчуждения кооперативной собственности.

**Библиографический список**

1. Теплова Л.Е., Уколова Л.В., Тихонович Н.В. Кооперативное движение: учеб. пособие для кооп. Вузов. М.: РДЛ, 2003. 304 с.
2. А.П. Макаренко, теория и история кооперативного движения, уч. пособие, ИКЦ «Маркетинг», м, 2002 – 328 с.
3. К.И. Вахитов, История потребительской кооперации России, М., 2007 г.
4. Под общей редакцией Б.Ф. Кевбрина, История потребительской кооперации РМ, уч. пособие, Саранский Кооперативный Институт – Саранск, 2005. -248 с.
5. К.И. Вахитов, Кооперация: теория, история, практика – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2006. – 560 с.
6. Н.В. Бондаренко, Р.М. Кущетеров, З.Р. Кочкарова, История и теория кооперации, учебник для студентов кооперативных вузов, 1998 г.
7. Вместе ради будущего 170 лет потребительской кооперации России. М. 2001.
8. Каширин В.В. Функции потребительской кооперации в переходной экономике // Вести Московского университета. Серия «Экономика» 1997. №1
9. Макаренко А.П. Теория и история кооперативного движения. М., 1999.
10. Макаренко А.П. Эволюция мирового кооперативного движения. М., 1994.
11. Очерки истории потребительской кооперации республики Мордовия/ Саран. кооп. ин-т; Под ред. Б.Ф. Кевбрина. – Саранск, 1996.
12. Тимошина М.Н., Плеханова Е.А. Развитие потребительской кооперации в условиях рыночных отношений: учебное пособие. Саран. кооп. ин-т РУК. – Саранск. 2007. 92 с.
13. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. М.: Экономика, 1989.
14. Уколова Л.В. Кооперативы современной России: Учеб. пособие. Белгород, 1998.
15. Федеральный закон «О внесении изменений и дополнений в Закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» (от 28 апреля 2000 г.) // Собрание законодательства РФ №18 2000.
16. Чаянов А.В. Краткий курс кооперации. М., 1925. (Репринтное воспроизведение этого издания в 1989 году)
17. Яковлев А.В. Кооперация, глобализация и развитие кооперативного сектора в России // Вопросы статистики. – 2006. №5. С, 25–33.