# Содержание

Введение 2

1. Содержание миссии (основного предназначения) потребительской кооперации: цели, задачи, конкретные преимущества 3

2. Кооператив как хозяйственное предприятие 13

3. Миссия Общества «МБК» 16

3.1 Краткая характеристика Общества «МБК» 16

3.2 Принципы организации работы Общества. 18

3.3 Программа реализации социальных проектов 19

3.4 Интегральные показатели инвестиционной привлекательности 19

3.5 Условия распределения пай-продукта между пайщиками Общества 22

Заключение 28

Список литературы 30

# Введение

Кооперация возникла в непосредственной связи с социалистическим движением, но было бы очень ошибочно смешивать кооперацию с социализмом. Духовный отец кооперативного движения — Роберт Оуэн — называл кооперативными обществами пропагандируемые им коммунистические общины. Тем не менее первым шагом для понимания сущности кооператива является строгое разграничение последнего и социалистической общины.

Кооперативное предприятие — не благотворительное учреждение, не общество пропаганды, не политическая организация и не рабочий союз. Оно является хозяйственной организацией в интересах определенной группы лиц и, чтобы иметь успех, должно вестись так же деловито, на основе строгого коммерческого расчета.

Теоретическая и практическая значимость работы определяется их нацеленностью на преодоление имеющихся проблем по формированию и развитию организационных форм потребительской кооперации в аграрном секторе экономики, а также их оптимизацией на основе углубления и совершенствования кооперационных и интеграционных процессов.

Цель работы – рассмотреть конкретные преимущества миссии потребительской кооперации.

Задачи работы – изучить историю российской кооперации; рассмотреть кооператив как хозяйственное предприятие; определить миссию потребительского кооператива «МБК».

Структура работы. Курсовая состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы.

# 1. Содержание миссии (основного предназначения) потребительской кооперации: цели, задачи, конкретные преимущества

Под кооперациейпонимается совокупность особых общественно-хозяйственных объединений. Иначе говоря, в данном случае собирательное понятие «кооперация» включает, прежде всего, кооперативы (кооперативные общества). Это понятие охватывает также кооперативные союзы, другие кооперативные объединения, организации, предприятия и учреждения. Такая кооперация появилась лишь на определенной ступени развития кооперации как формы труда, когда лишь полтора-два столетия тому назад в английских городах начали возникать самые ранние кооперативы[[1]](#footnote-1).

Основной целью потребительской кооперации является удовлетворение потребностей широких слоев населения в необходимых товарах и услугах. Данная цель осуществляется через реализацию конкретных задач: создание крупных организаций потребительской кооперации (например, Облпотребсоюз) регулирующих деятельность потребительской кооперации, развитие сети магазинов, точек общественного питания и иных учреждений, деятельность которых направлена на удовлетворение потребностей широких слоев населения.

Главным преимуществом потребительской кооперации является то, что наряду с получением прибыли она приносит ряд социально значимых функций: удовлетворяет спрос населения, насыщает рынок необходимыми товарами и услугами, создает необходимые условия для конкуренции, а также формирует дополнительные рабочие места, тем самым, повышая уровень занятости и снимая социальную напряженность.

История российской кооперации и кооперативной системы насчитывает 170 лет с момента создания декабристами в 1831 году Большой артели, которую Международный кооперативный альянс официально признал началом кооперативного движения в России. В настоящее время процесс формирования и развития кооперации идет в направлении расширения и многообразия ее институциональных элементов и развития социально ориентированного характера их деятельности. Обслуживая в основном сельское население, она берет на себя основные функции обустройства села, формирования торговой и производственной инфраструктуры, экономической и социальной защиты населения. Традиционно приоритетное место в кооперативной системе принадлежит потребительской кооперации[[2]](#footnote-2).

В нашей стране потребительская кооперация - органичный, структурный элемент агропромышленного комплекса, представляющий собой одну из форм социальной защиты и экономической поддержки сельского населения. Как часть АПК она функционирует в соответствии с рыночными экономическими законами, которые предопределяют как особенности кооперативной сферы расширенного воспроизводства, так и специфические моменты, обусловленные взаимосвязями в АПК, так как будучи многоотраслевой хозяйственной системой потребительская кооперация участвует не только в реализации конечного продукта и услуги, но непосредственно в их создании. Таким способом потребительская кооперация способствует сокращению времени обращения продукции и всего воспроизводственного цикла. При этом целевая экономическая функция потребительской кооперации заключается в доведении материальных благ до потребителя. Этот основной процесс в его непрерывности и определяет функциональное содержание потребительской кооперации в составе АПК. Формирование и развитие взаимоотношений между потребкооперацией и отраслями агропромышленного комплекса опосредуется кооперативными связями. Они отражают совокупность организационно-экономических и социально-экономических отношений в процессе взаимодействия кооперирующихся хозяйств. Организационными формами кооперативных связей являются предприятия и организации системы АПК и потребительской кооперации[[3]](#footnote-3).

Взаимодействие потребительской кооперации с АПК осуществляется по трем основным направлениям: торговля товарами народного потребления на селе и, тем самым, с одной стороны - обеспечение потребностей населения, составляющих основу трудовых ресурсов АПК, а с другой - содействие в реализации продукции АПК и доведение воспроизведенного цикла комплекса до завершенности; заготовка и переработка сельхозпродукции и сырья, обеспечивая, таким образом, сохранность и сбыт продукции АПК; выполнение функций социальной инфраструктуры на селе, то есть оказание услуг производственного и бытового характера[[4]](#footnote-4).

В этой связи сущность потребительской А кооперации в АПК состоит в том, чтобы помочь «сельскохозяйственным товаропроизводителям в развитии их экономики и повышении эффективности производства». Она детализируется решением таких вопросов, как закупка сельхозтехники и орудий, минеральных удобрений и семян; ремонт, обслуживание техники, выполнение определенного вида работ, которые требует специальной техники; организация рассадников, исследовательских и показательных полей, племенных ферм и целых хозяйств; организация дешевого кредита на производственные цели; обеспечение консультативно-информационными услугами и т. д. Основным результатом решения данных вопросов становится увязка в единую экономическую цепочку производства, переработки и реализации сельхозпродукции. В качестве примера можно привести конгломерат «Содействие» Рыбинского района Ярославской области, где по инициативе молочного завода 33 сельхозпредприятия, 70 предприятий торговли и общественного питания заключили договор о совместной деятельности.

Надо отметить, что на современном этапе развития потребительской кооперации России классическая ее концепция в целом подвергается определенной корректировке. Прежде всего, это касается самого изначального процесса - формирования потребительских кооперативов. Происходит это потому, что за годы советской власти произошла постепенная деформация ее концептуальных основ, прежде всего кооперативных принципов: демократического управления; открытого добровольного членства; равенства на основе «один член - один голос»; справедливого распределения прибыли и другие. В результате потребительская кооперация превратилась в формально кооперативную организацию, в которой вместо кооперативных принципов преобладал принцип распределения. Для государства она стала организацией, осуществляющей распределенческие функции в условиях массового дефицита потребительских товаров.

В настоящее время потребительские кооперативы начинают создаваться, во-первых, на проверенных историческим опытом и временем кооперативных постулатах — кооперативных принципах и ценностях. Во-вторых, 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 сельхозтоваропроизводителей и достижение определенных выгод для ее участников. Характерной особенностью деятельности потребительской кооперации является сочетание хозяйственных и социальных функций. Двойственная, социально-экономическая природа кооперации является ее глубоким, основным внутренним противоречием, накладывающим отпечаток на ее хозяйственную деятельность, социальную сущность, возможность устойчивого и стабильного развития. На дуалистический характер природы кооперации указывали многие теоретики, начиная с Р.Оуэна и Ш.Фурье. Профессор М.И. Туган-Барановский писал: «Если тело кооператива создано капитализмом, то душа кооператива вдохнута социалистическим идеалом» именно из социально-экономической природы кооперации вытекают особенности создания и развития организационных форм потребительской кооперации. В нашем понимании, 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.

При этом мы исходим из того, что 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. В-третьих, в современных условиях потребительская кооперация рассматривается как своеобразная форма организации производства (форма бизнеса), особая организационно-правовая форма предпринимательской деятельности. Предпринимательство в потребительской кооперации имеет свои особенности. Первая особенность - предпринимательство является коллективным, так как осуществляется в интересах пайщиков, но неиндивидуально ими, а в рамках кооперативных структур. Вторая особенность- предпринимательская деятельность реализуется преимущественно в сферах обращения и потребления, и лишь частично в сфере производства.

Третья особенность - целью предпринимательской деятельности потребительского кооператива является не извлечение прибыли. Хотя данное утверждение совсем не означает, что потребительский кооператив не заботится о ее получении. Скорее, наоборот, в наше время ориентация на прибыль для кооператива как субъекта рынка составляет основу его здоровой конкуренции. Для потребительского кооператива прибыль трансформируется в некую общую экономическую выгоду, которую получают его участники. Поэтому прибыль от кооперативного бизнеса в основном используется для хозяйственного укрепления потребительской кооперации и имеет ярко выраженную социальную направленность. Исходя из выше отмеченного, 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.

Следовательно, роль потребительской кооперации в аграрном секторе состоит: в обеспечении условий для объединения людей, поставивших перед собой цель улучшить свое экономическое и социальное положение; в развитии кооперативного предпринимательства; в формировании интегрированных структур, так как кооперация вовлекает индивидуальных и ассоциированных сельхозтоваропроизводителей; в реализации социальной функции через создание рабочих мест, гарантированный уровень доходов; в способствовании к расширению кооперативной деятельности, развивая сбытоснабженческую, кредитную и иные виды кооперативов; в защите сельхозтоваропроизводителей от монопольных структур; в предоставлении сельским жителям возможности покупки качественных и относительно дешевых товаров и разнообразных услуг. Тем самым потребительская кооперация выступает как один из стабилизаторов рыночной экономики, поддерживая социальное равновесие в обществе, служит основой для организационно-структурной перестройки аграрного производства. Поэтому необходимость потребительской кооперации в развитии аграрной сферы состоит в том, что она, во-первых, представляет собой альтернативную форму организации аграрной сферы экономики в интересах одновременно производителей и потребителей, которой могут воспользоваться как предприятия, так и домашние хозяйства. Во-вторых, потребительская кооперация выполняет часть функций государства — социальную защиту населения, а поэтому вправе рассчитывать на государственную поддержку в своей социально-экономической деятельности. В-третьих, потребительская кооперация выступает как форма самоорганизации населения, взаимной поддержки, коллективистских начал, прямого единения бытовых и хозяйственных форм жизни. Можно сказать, что кооперативная форма в наибольшей степени соответствует менталитету сельского жителя, сложившемуся хозяйственному укладу и традициям; В-четвертых, система потребительской кооперации выступает как готовая структура и надежный партнер для реального сотрудничества с аграрно-промышленным комплексом по решению различных проблем, среди которых наиболее перспективной являются развитие национальных и местных рынков, прежде всего сельского рынка. Потребительская кооперация может активно включаться в процесс денатурализации доходов сельского населения через систему заготовок, встречной продажи товаров, комиссионной продажи, переработки сырья на давальческих основах. При этом основными задачами потребительской кооперации в агропромышленном комплексе являются:

- создание и развитие организаций торговли для обеспечения членов потребительских обществ товарами;

- закупка у граждан и юридических лиц сельскохозяйственной продукции и сырья, изделий и продукции личных подсобных хозяйств и промыслов, дикорастущих плодов, ягод и грибов, лекарственно-технического сырья с последующей их реализацией;

- производство пищевых продуктов и непродовольственных товаров с последующей их реализацией через организации розничной торговли;

- оказание членам потребительских обществ производственных и непроизводственных услуг;

- совершенствование переработки, хранения, доведения сельскохозяйственной продукции до потребителя;

- поддержание сохранившихся крупных сельскохозяйственных предприятий в составе АПК, которые нуждаются в оптимизации отношений с различными предприятиями и организациями.

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 в составе АПК. 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. О том, что потребительская кооперация начинается с самоорганизации, еще в 20-х годах XX века отмечал видный теоретик и практик российской кооперации А.В. Чаянов. Он говорил, что «основными требованиями к работе кооперативных объединений является и необходимая самодеятельность масс, и гибкость организации их работы, и способность быстрой приспособляемости и исключительная чуткость»[[5]](#footnote-5).

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. Свойство системности предполагает также, что потребительская кооперация - это многоотраслевая структура в составе АПК, которая позволяет развивать традиционные и применять диверсификационные направления в кооперативном хозяйстве с учетом социальной направленности в обслуживании сельского населения[[6]](#footnote-6).

# 2. Кооператив как хозяйственное предприятие

Напротив, кооператив есть хозяйственное предприятие, как и всякое другое. Кооператив обращается прежде всего к хозяйственному интересу человека, и в этом существенное сходство кооператива со всеми другими хозяйственными организациями капиталистической системы. В этом же и его огромная сила. По внешним признакам кооператив столь мало отличается от обычного капиталистического предприятия, что по ним невозможно определить, имеется ли перед нами кооператив или капиталистическое товарищество. Вот почему так трудно дать вполне удовлетворительное определение кооператива для целей законодательства, которое неизбежно должно исходить именно из этих внешних признаков. Возьмем, например, наиболее разработанное германское законодательство о кооперативах. Германский закон 1 мая 1889 г. определяет кооперативное товарищество как «общество с незамкнутым числом членов, имеющее своей целью содействовать путем общего предприятия хозяйству или промыслу своих членов». Наиболее определенным является первый признак (незамкнутость членов), долженствующий, по смыслу закона, проводить разграничительную линию между кооперативом и обычным торговым товариществом[[7]](#footnote-7).

Однако и этот признак дает в сущности очень мало. В каком смысле можно утверждать, что кооператив есть общество с незамкнутым числом членов? Ведь кооператив отнюдь не обязан принимать в свои члены всех желающих. Толкуя это постановление германского закона, автор известной книги о германской кооперации проф. Вигодзинский признает, что смыслу закона нисколько не противоречит, если кооператив будет принимать новых лиц в свой состав только с согласия всех своих членов. Но если так, то чем отличается кооператив от торгового товарищества, число членов которого также может быть увеличено по желанию его участников?

Затруднительность по чисто внешним юридическим признакам разграничить кооператив и капиталистическое товарищество видна также и из того, что нередко кооперативы возникают как акционерные компании или торговые товарищества иного рода. Возьмем, например, столь интересные во многих отношениях английские производительные товарищества, основанные на принципе так называемого «копартнершипа». Некоторые из этих товариществ, а именно те из них, в которых владельцами акций являются только рабочие, занятые в данном предприятии, несомненно, являются кооперативами производительного типа. Однако юридически все они просто акционерные компании, как и всякие другие[[8]](#footnote-8).

Но помимо юридической формы, и внутренняя экономическая природа кооператива имеет много общего с капиталистическим предприятием. Прежде всего по отношению ко всем стоящим вне его кооператив ничем не отличается от всякого другого предприятия и столь же строго стоит на почве своих сепаратных интересов. Продавая свои товары посторонним, кооператив так же стремится продать их по наивысшей цене и на наиболее выгодных для себя условиях, как и любой капиталистический картель. Напротив, покупая товары, кооператив стремится купить их возможно дешевле. Вообще, поскольку дело идет о других предприятиях, кооператив проникнут тем же духом защиты своих частных интересов, который царит в современном обществе[[9]](#footnote-9).

И это является необходимым условием успеха кооператива. Кооперативное предприятие — не благотворительное учреждение, не общество пропаганды, не политическая организация и не рабочий союз. Оно является хозяйственной организацией в интересах определенной группы лиц и, чтобы иметь успех, должно вестись так же деловито, на основе строгого коммерческого расчета, как и капиталистические предприятия.

В денежном капитале кооперативы нуждаются не менее, чем все остальные предприятия, и капитал получается ими не даром, но за уплату соответствующего процента. Поскольку кооператив сталкивается с денежным капиталом, он усваивает себе всю технику современной крупнокапиталистической системы. Центральные организации кооперативов нуждаются в банковских операциях и ведут их совершенно так же, как капиталистические банки, в тех же формах, которые являются обычными в крупных банках. Такой же прием оплачиваемых обычным процентом вкладов, такие же текущие счета, контокоррент и пр.

Потребительские общества, даже наиболее прогрессивные стремятся ни к чему иному, как к крупной организации розничной торговли, совершенно так же, как крупные торговые дома, с той только разницей, что последние достигают своей цели организацией товарного рынка, а потребительские общества — организацией потребителей[[10]](#footnote-10).

В особенности ярко выступает сходство кооператива с капиталистическим предприятием в отношении кооперативов к своему рабочему персоналу. Огромное большинство кооперативов пользуется наемным трудом нисколько не менее капиталистических предприятий. У них такие же директора, кассиры, бухгалтеры, высшие и низшие служащие, квалифицированные и неквалифицированные рабочие, как и в предприятиях обычного типа.

Словом, и снаружи и изнутри кооператив кажется капиталистическим предприятием. Он выступает во всеоружии капиталистической техники, стоит на капиталистической почве, и в этом его принципиальное отличие от социалистических общин, которые стремились создать хозяйственную организацию на совершенно новой хозяйственной основе[[11]](#footnote-11).

# 3. Миссия Общества «МБК»

## 

## 3.1 Краткая характеристика Общества «МБК»

Потребительское общество «МБК» (далее Общество) создано в 2003г.

Деятельность Общества направлена на удовлетворение материальных и иных потребностей пайщиков.

Для достижения своих целей Общество решает следующие задачи:

1) объединение юридических и физических лиц, с целью резкого увеличения эффективности их функционирования через фундаментальную модернизацию производства, на кооперативной и кредитной основе;

2) создание условий для привлечения капитала для финансирования проектов и программ Общества;

3) создание для каждого участника программ Общества электронного банка клиента для расчетного счета принимающего участие в накопительной программе Общества по Договору не снижаемого остатка.

4) создание информационного портала и представительства Общества в мировой сети интернет как открыто действующей виртуальной площадки в целях привлечения пайщиков, расширения географии Общества, работы с пайщиками в системе On-Line, обучения пайщиков основам международной кооперации, проведения мероприятий Общества с использованием современных телекоммуникационных средств (электронное голосование, и т.п.);

5) создание электронной биржи и выставки по сбыту, реализации и приобретению товаров, работ, услуг в интересах пайщиков Общества;

6) реализация экономических проектов и программ в Москве, Московской области, на территории РФ, стран СНГ и дальнего зарубежья;

7) пропаганда кооперативных идей, основанных на международных принципах кооперации, доведение их до каждого члена Общества, в том числе через собственные средства массовой информации;

8) оказание членам Общества всего спектра производственных, бытовых, консалтинговых и иных услуг;

9) создание условий для повышения образовательно-деловой подготовленности членов Общества, повышение культуры их потребительского поведения;

10) содействие созданию рабочих мест (в первую очередь, на дому) для членов Общества, в том числе имеющих ограниченную трудоспособность, а также слабую социальную защищенность.

Использование современных российских технологий и новых принципов создания сети сделали ее доступной по техническим возможностям и по ценам практически для всех жителей региона, а также для учреждений науки, образования, культуры и государственных структур. Характерной особенностью сети является то, что внутри сетевого пространства обеспечивается оперативное и свободное (бесплатное) общение между ее участниками. Главное отличие сети от других некоммерческих сетей - это отсутствие сетевой политики. Гражданская Сеть UrbanNet - это сеть для всех и по доступным ценам.

Инициатор проекта - Генеральный директор Предприятия Наумова Марина Георгиевна, которая успешно занимается реализацией проекта с мая 1999 г.

В настоящее время уже проложено более 20 км сети на территории Южного Административного Округа (район Братеево), заключено 950 контрактов с пользователями, в сети постоянно работает более 2000 машин.

В перспективе планируется развитие Гражданской Сети UrbanNet в следующих муниципальных районах ЮАО: Царицыно, Орехово-Борисово-Южное, Москворечье-Сабурово.

## 3.2 Принципы организации работы Общества

Принцип 1. Целевые программы и целевые паевые и резервные фонды.

Деятельность Общества основана на выполнении Федеральных целевых программ, Областных целевых программ и др. программ различной направленности. Под каждую целевую программу создается целевой паевой фонд, имеющий обособленный субсчет на расчетном счету ПО «МБК». Создается резервный фонд.

Принцип 2. Капитализация активов.

На основе своей финансово-экономической модели, создания Резервных фондов, образования рынка и сфер потребления, созданных товаров и услуг пайщиками Общества, отображения оценочной стоимости производимого и будущего производства на балансе Общества, выступая единым расчетным и залоговым блоком по отношению к внешним контрагентам и, управляя консолидированным активом общества, обеспечить инвестиции, внебюджетное финансирование для развития целевых программ.

Принцип 3.Обмен паями.(Что произвели, то и потребили).Экономическая модель

Экономическая модель потребительского общества предусматривает такие взаимоотношения пайщиков, при которых работает основной механизм кооперации - обмен паями, выкуп пая, создание пай-продукта и кредитование пайщиков. В поле потребительского общества находятся как пайщики-производители, так и пайщики-потребители. При этом пайщик-производитель выпускает продукцию в строгом соответствии с запросом пайщика-потребителя. При этом снижаются издержки, связанные с избытком того или иного продукта, наращивается имущественный потенциал, позволяющий развивать капитализацию структур и обеспечивать заемные средства.

## 3.3 Программа реализации социальных проектов

ПРОГРАММА реализации социальных проектов основана на выше перечисленных принципах потребительской и кредитной кооперации и позволяет в сжатые сроки реализовать социально направленные проекты - Ипотека строительства жилья (Социальная ипотека). В рамках второго этапа проекта предполагется дальнейшее расширение сети на территории района Братеево и прокладка новых участков сети в районе Зябликово. Планируется прокладка 250 км оптической магистрали, что позволит Предприятию в течение расчетного срока значительно увеличить число пользователей.

Для реализации второго этапа проекта требуется привлечь до 1,5 млн. $US в виде кредитной линии.

Настоящий бизнес-план подготовлен Инвестиционной компанией "Контраст". Проектные документы выполнены в стандартах международной организации UNIDO (Организация по промышленному развитию ООН) в соответствии с требованиями Мирового банка. Все финансовые расчеты произведены с использованием лицензированного программного продукта Project Expert 7.1.

## 3.4 Интегральные показатели инвестиционной привлекательности

Основные исходные данные и цели проекта

Федеральные, областные, муниципальные программы, такие как модернизация автотранспорта России и с\х парка России, Переоснащение с\х производств, Развитие Агропромышленного комплекса в России, внедрение новейших научных, медицинских и иных технологий, развитие телекоммуникационных и информационных технологий, развития бизнеса и других социально значимых программ стратегического развития России .разработка и создание в запланированные сроки организационного и финансового механизма, способствующего приобретению гражданами-пайщиками жилья в рассрочку преимущественно за счет их собственных средств на доступных условиях рассрочки, обеспечивая надежные гарантии

Принципиальная схема программы - разработка и создание организационного и финансового механизма, способствующего:

формированию Резервного имущественного фонда посредством объединения имущественных и иных паев пайщиков;

предоставление целевых займов для создания пай-продукта и их рефинансирования.

создание рыночных условий для реализации продукции, производимой пайщиками.

создание льготных условий – рассрочки платежа на приобретения пайщиками пай-продукта.

Это позволит:

- содействовать развитию бизнеса своих пайщиков,

- содействовать производству и приобретению материальных ценностей для пайщиков, переоснащению и модернизации производств участвующих в производстве пай-продукта, преимущественно за счет собственных средств, средств Резервных фондов, средств инвесторов и других источников финансирования для развития бизнеса c условием рефинансирования на доступных условиях и обеспечения надежных гарантий для всех участников программы;

Основные задачи и этапы выполнения программы:

Задача создания самофинансирующей системы предполагает выполнение следующих основных этапов:

привлечение пайщиков – юридических и физических лиц;

создание крупных целевых паевых фондов, Резервных и иных фондов Общества (денежные средства, ценные бумаги, имущество либо имущественные или иные права, имеющие денежную оценку и др.);

регистрация паев пайщиков, в специализированном регистраторе, способствующих выпуску ценных бумаг, производных ценных бумаг и др.;

выдача беспроцентных займов пайщикам, целевое финансирование пайщиков, на условиях возврата целевых средств пай-продуктом или денежными средствами и др.

отображение оценочной стоимости на балансе Общества произведенной продукции, имущества, продукции будущего периода и другого имущества.

Обеспечение программы перевода имущества в актив и оптимизации налогообложения.

Обеспечение программы капитализации активов пайщиков.

Обеспечение программы защиты интеллектуальной собственности.

Участники программы:

В Программе принимают участие юридические и физические лица без территориальных ограничений, в т.ч.:

строительные организации;

риэлтерские компании;

банки;

инвестиционные компании и фонды;

страховые компании;

государственные и иные учреждения;

региональные отделения потребительского общества и их участки, а также сторонние организации, заинтересованные в участии.

внедрение современных российских технологий;

обеспечение высокого качества оказываемых услуг;

расширение числа пользователей сети.

Для достижения основных целей Предприятию необходимо решить следующие задачи:

получить необходимые финансовые ресурсы для реализации проекта;

приобрести необходимое оборудование и расходные материалы для создания новых участков сети;

провести частичную модернизацию и замену имеющегося оборудования;

провести эффективную целевую рекламную кампанию.

Инициаторы проекта

Инициатором проекта является Генеральный директор Предприятия Наумова Марина Георгиевна, которая имеет богатый опыт реализации и управления различными проектами. Работая директором в Исполкоме федеральных и городских программ в 1998 и 1999 годах, Наумова М.Г. была награждена правительственными наградами за ряд успешно реализованных правительственных программ и проектов. В настоящее время Предприятие, организованное Инициатором проекта в 1999 г. для реализации проекта создания и развития Гражданской Сети UrbanNet на территории Южного административного округа г. Москвы, успешно функционирует и развивается.

Разработчиком используемой технологии "Ботик" и автором технического проекта является директор Исследовательского Центра мультипроцессорных систем, директор лаборатории телекоммуникаций "Ботик", доктор физико-математических наук, профессор Университета г. Переславля Сергей Михайлович Абрамов. Аналогичный проект был успешно реализован в г. Переславле.

## 3.5 Условия распределения пай-продукта между пайщиками Общества

Выкуп (погашение) пая из целевых фондов пайщиками потребителями физическими и юридическими лицами.

Пайщик потребитель физическое лицо:

1. Выкуп Пая из целевого фонда производится на условиях внесения пайщиком Целевого Паевого взноса. Пай представлен имущественным и количественным составом. Погашения пая осуществляется на принципе внесения первоначального паевого взноса (от 0% -10 -15%- 30%) или в зависимости от условий каждой конкретной целевой программы и предоставляется рассрочка погашения пая без процентов сроком на семь лет и более предусмотренным в каждой конкретной целевой программе. На пример: стоимость пая составляет 67 000 Евро, что соответствует 3-ех (трех комнатной квартире из имеющегося Фонда жилья, построенного и будущего). Первоначальный паевой взнос, от 0%-10%-15% и т.д., оставшиеся сумма пая погашается равными долями 27 лет, данный принцип ложится в Целевую программу «Ипотека строительства жилья для трудоспособного населения», Социальная ипотека.

Пайщик потребитель - юридическое лицо:

2. Погашения пая осуществляется на принципе внесения первоначального паевого взноса (от 0% -10 -15%- 30%) или в зависимости от условий каждой конкретной целевой программы и предоставляется рассрочка погашения пая без процентов сроком на семь лет и более предусмотренным в каждой конкретной целевой программе.

Погашение Пая может, осуществляется денежными ресурсами, ценными бумагами, гарантиями, акциями, облигациями др., имуществом, произведенной продукцией и другим имуществом, имеющим денежную оценку и на других условиях предусмотренными правилами работы Целевого Фонда.

3. Выкуп (погашение) пая, приобретаемого по заявке пайщика может быть произведен на условиях внесения пайщиком минимального паевого взноса (согласно правел конкретной программы) и пользование паем как собственностью отображаемой на балансе на весь срок погашения пая, амортизации, с последующей заменой с\х техники при ее эксплуатации и старении по истечении на принципе рассрочки погашения пая данный принцип ложится в программу «Распределение тракторов и с\х машин и модернизации с\х производства».

Основные направления программы

1. Целевая программа ипотеки строительства жилья.

Основная цель программы:

– обеспечение жильем трудоспособного, социально не обеспеченного слоя населения, пенсионеров и других граждан, не имеющих возможности пользоваться услугами ипотеки.

Основной механизм программы:

Строительные организации, и другие организации и ведомства и другие участники программ - пайщики вносят по Договору Ц елевого паевого взноса в Ц елевой Фонд ипотеки жилья свое имущество не теряя прав собственности на имущество: построенные квартиры, и строительные объекты. будущие квартиры и другие объекты недвижимости, земельные участки и доли земельных участков выделенных под объект строительства и другое имущество для получения целевого займа на строительство и другие работы. Целевой паевой взнос участвует в накопительной программе Фонда, полученные доходы по Паю выдаются Целевым займом на создание пай-продукта( целевое назначение расхода средств) и или зачисляются в погашения займа. Целевой паевой взнос учитывается в специализированном регистраторе на лицевом счету пайщика.

Целевой займ оформляется Договором целевого займа с приложениями, которые являются неотъемлемой частью данного Договора. Целевой займ выдается денежными ресурсами, и или товароматериальными ценностями без процентов. Целевой займ погашается целевым паевым взносом с рассрочкой погашения и условиями, установленными правилами работы Фонда. Лица – пайщики, участвующие в программе выкупа Пая имеют лицевой счет в Фонде, выкупают паи в рассрочку сроком на 27 лет и без процентов, становятся собственниками объектов недвижимости при полном погашении пая.

Процедура получения жилья:

- Вступление в пайщики ПО «МБК» (вступительный взнос 3000 руб. единоразово, паевой 30000 руб. единоразово).

- Выбор жилья по предложенному перечню.

- Внесение суммы целевого паевого взноса от 0%-10%-15%- 30% и более % в зависимости от категории граждан и стоимости выбранной квартиры в счет выкупа данного пая.

- Оформление документов и вселение в квартиру.

- Выплата оставшейся суммы осуществляется равными долями в течение всего срока (до 27 лет) без процентов.

- По окончании выплат квартира передается в собственность пайщика.

2. Взаимодействие с ведомствами по целевой программе «Ипотека строительства жилья»

- Ведомство предоставляет список физических лиц - потенциальных пайщиков, нуждающихся в улучшении жилищных условий;

- единым платежом вносит вступительные и паевые взносы за своих сотрудников;

- Ведомству предоставляется перечень имеющегося жилья: построенного и будущего строительства;

- Ведомство заключает договор на исполнение Целевой программы.

- Ведомство получает лицевой счет в фонде по учету обязательств перед Фондом.

- в соответствии с выбранным жильем, Ведомство вносит необходимую сумму в размере от 30% стоимости выбранного жилья для оформления документов и заселения своих сотрудников;

- выплата оставшейся суммы осуществляется равными долями в течение всего срока (до 27 лет) без процентов;

- по окончании выплат квартиры передаются в собственность пайщиков-сотрудников Ведомства,

или

- Ведомство вносит необходимую сумму для погашения Пая по условиям правил Фонда, денежными ресурсами, денежными ресурсами и ценными бумагами и др., оставшуюся сумму погашения пая вносит денежными ресурсами и или ценными бумагами, гарантиями и др. имуществом, имеющим денежную оценку.

- Ведомство вносит необходимую сумму полного погашения пая со скидкой на стоимость пая и становится собственником имущества.

3. Целевые программы развития бизнес-планов пайщиков.

УСЛОВИЯ предоставления целевых займов.

- Пайщик имеет право получить целевой беспроцентный заем в размере 70% к его целевому паевому взносу, принимаемому за 30%. При этом, если целевой паевой взнос произведен имуществом или имущественными правами, то в случае получения целевого займа, взнос пайщика принимается как 30% от оценочной стоимости вносимого имущества.

- Целевой беспроцентный заем выдается пайщику на исполнение бизнес-плана.

- Учет и перечисление денежных средств ведется на Лицевом счету пайщика конкретного ЦПФ, согласно утвержденной смете.

- Целевой беспроцентный заем выдается сроком, согласованным правилами работы Фонда.

- Погашение заема производится как денежными средствами, так и пай-продуктом, в зависимости от условий договора предоставления займа.

4. Инвестиционные программы.

ЦПФ привлекают инвестиционные средства на выполнение текущих целевых программ на следующих Условиях:

- Целевые паевые фонды (ЦПФ) привлекают от пайщика в Общества инвестиционные средства на выполнение текущих целевых программ на договорных условиях. При этом инвестор может не быть пайщиком Общества.

- Средства инвестора учитываются на его Лицевом счету в специализированном регистраторе. Бухгалтерия ведет лицевой счет инвестора.

- Денежные средства учитываются на ЦПФ той программы, в которой принимает участие пайщик-инвестор.

- Ежегодно инвестору начисляются проценты (до 25%) годовых в зависимости от условий договора инвестирования как в денежном выражении, так и в виде произведенного пай-продукта.

Таким образом, основная задача Потребительского общества «МБК» – объединение физических и юридических лиц для создания интегрированной, планомерной системы учета паев, контроля и обеспечения гарантий для исполнения Целевых программ стоящих перед Обществом способствующей развитию кредитной кооперации в России, позволяющей выполнить самые важные первостепенные задачи стоящие при выполнении целевых программ, защита интеллектуальной собственности, создание условий для привлечения инвестиций размещаемых в реальный сектор экономики-индустриальные объекты, что позволит увеличить значительно выпуск валового продукта. формирование заказа, плана выпуска того или иного продукта под конкретного потребителя, для снижения издержек производства и снижение себестоимости производимой продукции для реализации ее в основном в замкнутом цикле потребления Обществом, для отображения на балансе производителя дохода от реализуемой продукции на принципах налогового кредита. Создание высоко производительных технологических производств с направленностью глубокой переработки сырья в конечный продукт.

# Заключение

Из проделанной работы, можно сделать несколько выводов:

1.Потребительская кооперация является частью социально-экономической инфраструктуры АПК, поскольку способствует развитию социальной сферы села и достижению более высокого уровня жизни сельского населения посредством согласованного взаимодействия хозяйствующих субъектов во всей воспроизводственно-технологической цепочке. Это, в свою очередь, создает предпосылки для сбалансированного функционирования потребительской кооперации и экономики страны в целом, а также отдельных ее отраслей и структурных подразделений.

2.Предпосылками развития современной потребительской кооперация являются: во-первых, проверенные историческим опытом и временем кооперативные принципы и ценности; во-вторых, наличие совокупности личных, экономических, социальных и других потребностей членов-пайщиков в товарах и услугах, а также обслуживания экономических интересов объединившихся товаропроизводителей и достижения определенных выгод для ее участников; в-третьих, возможность реализации социальной миссии за счет ресурсов кооперативного предпринимательства.

3.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.).

4.Развитие организационных форм потребительской кооперации в составе российского АПК идет в направлении создания таких конструктивных элементов, как: обеспечение правовой регламентации хозяйственной деятельности кооперативного предприятия; включение данного производства в систему единого экономического пространства АПК; организационное закрепление управления технологическими, кадровыми, финансовыми процессами; увязка системы внутренних и внешних взаимоотношений участников кооперативного процесса; регламентация механизма взаимодействия профессионального и общественного управления.

5.Определяющими во внешней среде для развития потребительской кооперации являются факторы: наличие отраслей специализации АПК; насыщенность рынка сельскохозяйственного сырья и продовольствия ;финансово-экономические возможности пайщиков и населения; совокупный платежеспособный спрос на продукцию и услуги потребительской кооперации в сельской местности; экономический потенциал региона в целом. Действия этих факторов обусловливает необходимость применения ситуационного анализа среды при выработке форм и моделей кооперативных формирований.

# Список литературы

1. Гражданский кодекс РФ: Закон РФ от 21 октября 1994 г. // Собрание законодательства РФ. – 1994.
2. Ефремова В.Ф. Основы теории и истории потребительской кооперации: Учебное пособие. Новосибирск: СибУПК, 1999.
3. Кооперативная самобытность ХХI века: материалы Российской научно-практической конференции. – Новосибирск: СибУПК, 2001.
4. Кооперативы в России: Их роль в рыночной экономике. – М., 1995.
5. Новоселов Ю.А. Проблемы и перспективы интеграций предприятий АПК и потребительской кооперации. – Новосибирск: СибУПК, 2000. – 17с.
6. Панкратов Ф.Г. Вопросы интенсивного развития кооперативной торговли. – М., 2004.
7. Сипко Л.А., Наговицина Л.П. Актуальные проблемы потребительской кооперации. Брошюра. – Новосибирск: СибУПК, 1999.
8. Тотамианц В.Ф. Теория, история и практика потребительской кооперации. – М., 1999.
9. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. – М., 1989.
10. Фридман А.М. Хозяйственный механизм кооперативной торговли. – М.: Экономика, 2001. – 158 с.

1. Теплова Л.Е. Основы потребительской кооперации: Учебное пособие для 10-11 кл. общеобразовательных учреждений. – М.: Вита-Пресс, 2001. с. 212. [↑](#footnote-ref-1)
2. Новоселов Ю.А. Проблемы и перспективы интеграций предприятий АПК и потребительской кооперации. – Новосибирск: СибУПК, 2000. С. 17. [↑](#footnote-ref-2)
3. Кооперативы в России: Их роль в рыночной экономике. – М., 1995. С. 42. [↑](#footnote-ref-3)
4. Фридман А.М. Хозяйственный механизм кооперативной торговли. – М.: Экономика, 1991. С. 93. [↑](#footnote-ref-4)
5. Сипко Л.А., Наговицина Л.П. Актуальные проблемы потребительской кооперации. Брошюра. – Новосибирск: СибУПК, 1999. С. 17. [↑](#footnote-ref-5)
6. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации. – М., 1989. С. 88. [↑](#footnote-ref-6)
7. Потребительская кооперация – социально-ориентированная система. Новосибирск, 1999. С. 105-106. [↑](#footnote-ref-7)
8. Панкратов Ф.Г. Вопросы интенсивного развития кооперативной торговли. – М., 2004. С. 97-98. [↑](#footnote-ref-8)
9. Потребительская кооперация – социально-ориентированная система. Новосибирск, 1999. С. 107. [↑](#footnote-ref-9)
10. Сипко Л.А., Наговицина Л.П. Актуальные проблемы потребительской кооперации. Брошюра. – Новосибирск: СибУПК, 1999. С. 58. [↑](#footnote-ref-10)
11. Ефремова В.Ф. Основы теории и истории потребительской кооперации: Учебное пособие. Новосибирск: СибУПК, 1999. С. 80. [↑](#footnote-ref-11)