

ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЕ ОБЩЕСТВО В РОССИИ: ИСТОРИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Весёлкин Вячеслав Андреевич

студент 4 курса, специальность «Экономическая безопасность» Костромской государственной
университет, РФ, г. Кострома

Consumer society in Russia: history and prospects

Vyacheslav Vesyolkin

4th year student, specialty "Economic security" Kostroma State University, Russia, Kostroma

Аннотация. В моей статье рассматривается потребительское общество как экономический субъект современного предпринимательства, описывается история его появления в России и его перспективы с учётом действующего российского законодательства и культурно-исторической преемственности.

Abstract: In my article, the consumer society is considered as an economic entity of modern entrepreneurship, the history of its emergence in Russia and its prospects are described, taking into account the current Russian legislation and cultural and historical continuity.

Ключевые слова: предпринимательство, потребительское общество, потребительская кооперация.

Keywords: entrepreneurship, consumer society, consumer cooperation.

Банкротство предприятий, обнищание населения и падение объёмов продаж во многих отраслях российской экономики диктуют новые рыночные условия. Российское предпринимательство всё ещё неспособно вывести экономику из стагнации, поэтому необходимо развитие тех организационно-правовых видов хозяйственной деятельности, которые в перспективе смогут стать высокоэффективными. Одним из таких видов, по моему мнению, может стать потребительское общество.

Целью моей работы является выявление сущности потребительского общества в России, его истории и перспектив развития с учётом законодательства и культурно-исторической преемственности.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач: раскрытие экономической сущности организационно-правовой формы потребительского общества; выявление преимуществ и недостатков потребительского общества в России.

В качестве конкретных методов исследования использовались формально-юридический метод, метод сравнительного анализа и метод сочетания исторического и логического.

История развития потребительской кооперации в России насчитывает уже больше 185 лет, в

течение которых ПК играла важнейшую роль в развитии экономики страны. Так, например, на 1 января 1917 г. численность членов-пайщиков в дореволюционной России достигала 6,8 млн. чел. А уже в советские годы во второй половине 1960-х гг. общее число членов-пайщиков достигло рекордных 53 млн. чел., на долю которых приходилось 30 % всего розничного товарооборота страны [3, с. 175].

В 1985 году потребительская кооперация получила возможность вести хозяйственную деятельность в городах, однако экономическое положение потребительской кооперации ухудшалось.

В 1988 г. был принят Закон «О кооперации в СССР», и правовое положение потребительской кооперации улучшилось, однако социально-экономических предпосылок для её развития не было создано.

К началу рыночных реформ 1991 года на долю потребительской кооперации приходилось почти 30% общего объема розничного товарооборота страны, где ей принадлежало свыше 240 тысяч предприятий, где трудились 1,5 млн человек. Организационная структура системы включала свыше 4,5 тыс. потребительских обществ, около 500 потребительских союзов, 23 млн пайщиков [1, с. 181].

В июне 1992 года принятый закон «О потребительской кооперации в Российской Федерации» признал необходимость потребительских обществ и их союзов для общества, закрепил правовые, экономические и социальные основы их деятельности, заложил предпосылки возрождения потребительской кооперации на подлинно демократической основе и использования ее хозяйственного потенциала в интересах пайщиков и обслуживаемого населения и спас старейшую кооперативную систему страны от распада.

К концу XX столетия доля потребительской кооперации в общем объеме оборота розничной торговли России составляла около 5%. Потребительская кооперация оставалась крупной социально-экономической системой рыночной экономики, имела свыше 140 тыс. предприятий, свыше 450 тыс. работников, и объединяла 12 млн. пайщиков, заинтересованных в развитии потребительских обществ и их союзов. Вот почему в XXI век потребительская кооперация вошла как крупная социально-экономическая система, востребованная населением и выполняющая необходимую обществу социальную миссию [1, с. 174].

Согласно закону РФ «О потребительской кооперации в Российской Федерации» потребительское общество есть добровольное объединение граждан и (или) юридических лиц, созданное, как правило, по территориальному признаку, на основе членства путём объединения его членами имущественных паевых взносов для торговой, заготовительной, производственной и иной деятельности в целях удовлетворения материальных и иных потребностей его членов. Оно обладает множеством преимуществ при осуществлении производственной, торговой, заготовительной, посреднической и иной деятельности в интересах пайщиков, которая не запрещена российским законодательством и способствует развитию социально-бытовой инфраструктуры [5, с. 84].

Помимо очевидной выгоды потребителей при получении товаров по ценам от производителей и самих производителей, осуществляющих хозяйственную деятельность без дополнительных издержек, можно отметить следующие преимущества. Так, например, согласно статье 346.12, части 2 Налогового кодекса РФ потребительское общество является некоммерческой организацией, которая вправе применять упрощённую систему налогообложения, что даёт ощутимое преимущество перед другими коммерческими организациями.

В то же время согласно статье 24 закона №3085-1 «О потребительской кооперации в РФ» доходы потребительского общества, полученные от его предпринимательской деятельности и учитываемые при налогообложении, можно регулировать в зависимости от того, насколько автономно будет осуществлять хозяйственную деятельность потребительское общество. Также согласно закону №3085-1 «О потребительской кооперации в РФ», а также Налоговому и Гражданскому Кодексам РФ операции между пайщиками не облагаются налогами, ведь внесение, обмен и возврат паевых взносов среди членов потребительского общества не являются выручкой и свободны от налогообложения. Помимо этого утверждение в уставе

общества низких барьеров входа и выхода путём уплаты минимальных вступительных и паевых взносов позволяет привлечь больше пайщиков, за счёт которых произойдёт увеличение имущества потребительского общества и товарооборота [2; 4].

К недостаткам потребительского общества можно отнести тот факт, что в нём не действует «Закон о защите прав потребителей». В данном случае его роль исполняют закон «О потребительской кооперации в РФ» и устав, принимаемый каждым обществом на общем собрании самостоятельно.

Поэтому государственной защиты прав потребителей обществ на сегодняшний момент не существует, есть лишь правовая защита на уровне самого общества, которое способно устанавливать свои рамки закона. Также можно сказать о том, что низкие барьеры при входе и выходе из потребительских обществ способствуют росту недобросовестных производителей среди членов-пайщиков при осуществлении хозяйственной деятельности.

Из всего вышесказанного я делаю вывод о том, что потребительское общество является очень перспективной и высокоэффективной организационно-правовой формой предпринимательства, которая требует чёткой организации ведения хозяйственной деятельности и систематизированного свода правил в виде устава.

Список литературы:

1. Вахитов К.И. История потребительской кооперации России: Учебник / К.И. Вахитов. – 3-е изд. – М.: Издательско-торговая кооперация «Дашков и Ко», 2010.
2. Закон РФ «О потребительской кооперации (потребительских обществах, их союзах) в Российской Федерации» № 3085-1 от 19.06.1992 г.
3. Кирюхин А.А. Потребительская кооперация в СССР в период перестройки: проблемы и достижения / А.А. Кирюхин. – Пермь: Вестник пермского университета, Выпуск 2(29), 2015.
4. Налоговый кодекс Российской Федерации № 146-ФЗ от 31.07.1998.
5. Теплова Л.Е. Основы потребительской кооперации / Л.Е. Теплова. – М: УП. 2-е изд. Вита-Пресс, 2005.