

Библиографический список

1. Экономика предприятия: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям/ под ред. проф. В.Я. Горфинкеля. – 6-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ – ДАНА, 2013. – 663 с.
2. Экономика фирмы: учебник для вузов/ под ред. В.Я. Горфинкеля. – М.: Издательство Юрайт; ИД Юрайт, 2011. – 679 с.
3. Воронина, Л.П. Система грейдинга как инструмент управления трудом персонала ООО «Уралкалий-Ремонт» / Л.П. Во-

роница, М.А. Язева // Вопросы управления. – 2013. – № 4. [Электронный ресурс] www.vestnik.uapa.ru

4. Зайцева, Т.Ф. Методические основы организации оплаты труда в сельском хозяйстве / Т.Ф. Зайцева // Материалы III Международной научно-практической конференции «Аграрная наука и образование на современном этапе: опыт, проблемы и пути их решения»: сборник научных трудов. Том 1. – Ульяновск: ГСХА, 2011. – С. 67-72.

УДК 338.436

МОДЕЛИ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ ЧЛЕНОВ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО КООПЕРАТИВА

Семенов Алексей Сергеевич, аспирант

ФГБОУ ВПО «Ульяновская ГСХА им. П.А.Столыпина»

432017, г. Ульяновск, бульвар Новый Венец, 1; тел.: 8 (8422) 559501

Ключевые слова: потребительская кооперация, взаимоотношения членов кооператива, договор комиссии

В статье представлен сравнительный анализ моделей взаимоотношений членов сельскохозяйственного потребительского кооператива, основанных на вариантах реализации продукции по договору купли-продажи, договору комиссии и варианте обмена паями.

Потребительская кооперация в сельском хозяйстве представляет собой одну из форм общественного разделения труда, является сложной многофункциональной категорией. Сущность кооперации раскрывается системой элементов с четырех сторон: как форма организации труда, как институт общественных отношений, как форма организации общественного производства и как форма использования собственности на средства производства [1]. Изучение кооперационных взаимоотношений дает возможность охарактеризовать взаимодействие субъектов аграрного рынка при вступлении их в кооперационные связи и определить процесс развития кооперации. Первичным следует считать термин «взаимоотношения», который рассматривается не только как управление всеми ресурсами с целью

достижения определенной реакции участников рынка (заключение сделок, совместные трансакции, получение и распределение прибыли), но и как создание, поддержание, развитие и завершение отношений с рыночными субъектами.

Основным мотивом развития потребительской кооперации для участвующих в ней субъектов является получение эффекта от совместной деятельности, который складывается из суммы эффектов их автономного функционирования, скорректированных с учетом возникающих положительных эффектов - эффекта эмерджентности, в частности следующих его видов, возникающих при кооперации: эффект при совместной реализации продукции, эффект от совместного ведения переработки продукции, финансово-инвестиционный эффект, эффект от

организационного объединения, эффект от совместного управления собственностью.

При формировании перспективной организационно-экономической модели сельскохозяйственного потребительского кооператива следует учесть три основополагающих фактора передачи сельскохозяйственным потребительским кооперативам таких функций, как хранение, транспортировка, переработка, сбыт, снабжение.

Во-первых, это разделение труда и специализация общественного производства. Кооперативы сосредоточивают свои усилия на выполнении вышеуказанных функций, в то время как сельхозтоваропроизводители заняты основной работой – сельскохозяйственным производством.

Во-вторых, конкретная специализация кооператива и его членов позволяет получать прибыль от масштаба операций.

В-третьих, специализированные сельскохозяйственные потребительские кооперативы могут значительно снизить издержки по изучению рынка, ведению деловых операций, заключению сделок.

Организация взаимоотношений членов потребительского кооператива будет зависеть от профиля его деятельности: кооператив организует только хранение и сбыт продукции, поставляемой членами; кооператив осуществляет переработку, хранение и сбыт готовой продукции. При рассмотрении возможных моделей взаимоотношений кооператива с его членами-фермерами возможны три схемы вариантов и их возможные комбинации.

Во-первых, фермер реализует продукцию в кооператив по договору купли-продажи, в котором согласована цена, исходя из уровня цен на рынке на момент продажи. При отгрузке продукции от сельхозтоваропроизводителя в кооператив право собственности на продукцию переходит к кооперативу. Поэтому при реализации продукции покупателю налогооблагаемой базой кооператива является объем реализации продукции. Недостатком данной модели взаимоотношений членов потребительского кооператива является начисление налогов полностью со всего объема ре-

ализации и у сельхозтоваропроизводителя (члена кооператива), и у кооператива [2].

Во-вторых, вариант взаимоотношений кооператива с его членами на основе договора комиссии. Это наиболее эффективный вариант взаимоотношений кооператива с сельхозтоваропроизводителями-членами кооператива. Основным документом, регулирующим отношения, возникающие при заключении договоров комиссии, является Гражданский кодекс РФ (ГК РФ) ст. 990-1004. Согласно договору и ст. 990 ГК РФ одна сторона (кооператив) обязуется по поручению другой стороны (член кооператива) совершить одну или несколько сделок от своего имени, но за счет члена кооператива-сельхозтоваропроизводителя [3].

Основной особенностью договора комиссии является то, что при отгрузке продукции кооперативу от сельхозтоваропроизводителя право собственности на нее к кооперативу не переходит, а остается за поставщиком продукции. Важной особенностью договора комиссии является то, что продукция реализуется не собственником — сельхозтоваропроизводителем, а посредником — кооперативом, поэтому основанием для отражения в бухгалтерском учете операций по реализации продукции у фермера служит отчет кооператива о реализации продукции.

Сельскохозяйственная продукция, принятая на комиссию, является собственностью сельхозтоваропроизводителя, и право собственности на нее переходит от сельхозтоваропроизводителя непосредственно к покупателям, кооператив от начала и до конца исполнения своих обязательств по договору комиссии не будет являться собственником сельхозпродукции. Поэтому сельхозпродукция, принятая от сельхозтоваропроизводителя, учитывается кооперативом на забалансовом счете «Товары, принятые на комиссию». Начисление вознаграждения кооперативу за оказанную услугу по реализации должно отражаться у сельхозтоваропроизводителя в статье затрат «Издержки обращения» в бухгалтерской отчетности.

Объектом налогообложения на при-

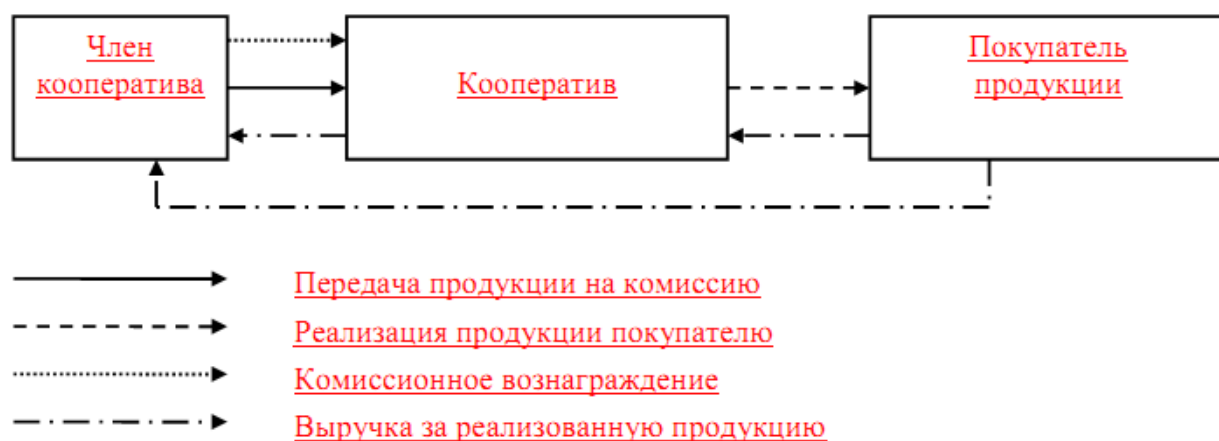


Рис. 1 – Использование договора комиссии (1 вариант)



Рис. 2 – Использование договора комиссии (2 вариант)

быль у сельхозтоваропроизводителя является прибыль, исчисленная как разница между выручкой от реализации продукции (без НДС) и затратами, относимыми на издержки обращения. В числе затрат, включаемых сельхозтоваропроизводителем в издержки обращения, отражается и сумма причитающегося кооперативу вознаграждения. При этом необходимо отметить, что согласно ст. 999 ГК РФ после исполнения поручения кооператив обязан передать сельхозтоваропроизводителю денежные средства, полученные от покупателя в качестве оплаты за реализованную продукцию по договору комиссии. В связи с тем, что право собственности на продукцию переходит от сельхозтоваропроизводителя непосредственно покупателю при получении ее покупателем, то начисление налогов производится в момент отгрузки продукции покупателю, т.е. в момент представления кооперативом отчета о реализации.

Следует отметить, что вариан-

ты взаиморасчетов кооператива с сельхозтоваропроизводителями по договору комиссии могут быть разные, в зависимости от того, на чей расчетный счет поступают денежные средства за реализованную продукцию от покупателя (рис. 1,2).

При втором варианте взаиморасчетов денежные средства поступают на расчетный счет кооператива, после чего кооператив перечисляет выручку на расчетный счет сельхозтоваропроизводителя за вычетом комиссионного вознаграждения. На практике чаще встречаются 2 варианта определения комиссионного вознаграждения:

- как разница в стоимости, предъявленной сельскохозяйственным товаропроизводителем в договоре с кооперативом, и стоимостью, установленной покупателем (разница в ценах);
- как фиксированный процент от стоимости реализованной продукции.

Налогообложение кооператива также имеет ряд особенностей. Выручкой ко-

оператива является комиссионное вознаграждение. Прибыль кооператива будет исчисляться как разница между полученным комиссионным вознаграждением и затратами, необходимыми для осуществления комиссионной деятельности.

Третий вариант системы взаимоотношений кооператива с его членами-сельхозтоваропроизводителями — это вариант обмена паями. Сельхозтоваропроизводитель поставляет продукцию в кооператив для последующей реализации, оформляя ее как дополнительный пай, вносимый им в кооператив. Затем, получая оплату за продукцию, оформляет ее как возврат пая. В данном случае пай не является доходом кооператива и не увеличивает налогооблагаемую базу [2].

В настоящее время механизм взаимоотношений членов потребительского кооператива должен формироваться с учетом специфики его деятельности. Сравнитель-

ный анализ рассмотренных схем взаимоотношений показал, что наиболее эффективен в настоящее время вариант взаимоотношений кооператива с его членами на основе договора комиссии.

Библиографический список

1. Дозорова, Т.А. Перспективы развития потребительской кооперации в АПК / Т.А.Дозорова // Вестник Ульяновской государственной сельскохозяйственной академии. - 2011. - № 4 (16). - С. 134-137.
2. Создание и организация деятельности сельскохозяйственных потребительских кооперативов: Рекомендации. — М.: ФГНУ «Росинформагротех», 2007. — 224 с.
3. Дозорова, Т.А. Организационно-экономические основы развития сельскохозяйственной потребительской кооперации / Т.А. Дозорова, Н.А. Дозорова. - Ульяновск, УГСХА. - 2011. — 112 с.