КООПЕРАЦІЯ: ВЗАЄМОДОПОМОГА,
ДЕМОКРАТІЯ ТА МИР !

Наукова конференція
професорсько-викладацького
складу і аспірантів
навчально-наукового
комплексу «Академія»

Кооперативна модель економічного розвитку в умовах глобалізації

3-5 квітня
Львів 2012

Кооперативна модель економічного розвитку в умовах глобалізації : матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів / [ред. кол. : Башнянин Г. І., Апопій В. В., Вовчак О. Д. та ін.]. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2012. — 220 с.

Друкується за ухвалою Вченої ради Львівської комерційної академії
Протокол № 9 від 6 червня 2012 р.

Редакційна колегія:

Башнянин Г. І., д.е.н., проф. (головний редактор);
Апопій В. В., д.е.н., проф.;
Вовчак О. Д., д.е.н., проф.;
Дайновський Ю. А., д.е.н., проф. (заст. головного редактора);
Копич І. М., к.ф.-м.н., проф.;
Єлейко В. І., д.е.н., проф.;
Мізюк Б. М., д.е.н., проф.;
Ільчук О. О., к.е.н. (відпов. секретар);
Міценко Н. Г., к.е.н., проф.;
Мокій А. І., д.е.н., проф.;
Рудницький В. С., д.е.н., проф.;
Хміль Ф. І., д.е.н., проф.;
Шевчук В. О., д.е.н., проф.

Відповідальний за випуск – *д.е.н., проф. Шевчук В. О.*

© Львівська комерційна академія, 2012

ЗМІСТ

СЕКЦІЯ „ФІНАНСОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВІВ ПРОМИСЛОВИХ КРАЇН”

Чуй І. Р.
ФІСКАЛЬНО-ПОДАТКОВІ РЕЖИМИ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ РОЗВИНЕНИХ КРАЇН СВІТУ..... 9
Черкасова С. В.
КРЕДИТНІ СПІЛКИ В СИСТЕМІ ІНСТИТУЦІЙНОГО ІНВЕСТУВАННЯ..... 10
Мицак О. В.
ПИТАННЯ ВЛАСНОСТІ У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ..... 13
Сороківська М. В.
ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД..... 14
Мединська Т. В.
ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГО-СПОДАРСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ..... 17
Андрейків Т. Я.
ВІТЧИЗНЯНИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ КООПЕРАТИВІВ..... 19
Гецілевич М. Б.
УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ..... 21
Осадчук Ю. М.
ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ КООПЕРАЦІЇ НА ТЕРИТОРІЇ ПОСТРАДЯНСЬКОГО ПРОСТОРУ..... 23
Біла О. Г.
ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ І ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ..... 24
Черевко Х. Л.
РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СТРАХОВИХ КООПЕРАТИВІВ У РОЗВИТКУ СИСТЕМИ СТРАХУВАННЯ..... 26

СЕКЦІЯ „АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД”

Прохоренко К. М., Балук Н. Р., Муха С. М.
ВИЯВЛЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА РИНКУ..... 29
Іванова Л. О.
ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ КООПЕРАТИВНИМИ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ..... 31
Бойчук І. В.
ПРОЦЕС ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕРНЕТІ..... 33
Корягіна С. В.
НАПРЯМИ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД..... 35
Бук Л. М.
КОНЦЕПЦІЯ БРЕНДИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 37

Музика О. М.
ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ..... 39
Дмитрів А. Я.
НАПРЯМИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КООПЕРАТИВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ..... 41

СЕКЦІЯ „РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА ЄВРОСОЮЗУ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ”

Ковтун О. І.
КООПЕРАТИВНИЙ ВЕКТОР РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ЩОДО РОЗВИТКУ АГАРНОГО СЕКТОРУ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ..... 44
Килин О. В.
ФАКТОР КООПЕРАЦІЇ В РЕГІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ ЄС ЩОДО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД..... 48
Свелеба Н. А.
ПИТАННЯ НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС..... 49
Вірт М. Я.
ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ЩОДО РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ..... 50

СЕКЦІЯ „КООПЕРАТИВНЕ ПРАВО ТА КООПЕРАТИВНИЙ РУХ: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ”

Гелей С. Д.
ГЕНЕЗА УКРАЇНСЬКОЇ КООПЕРАТИВНОЇ ІДЕОЛОГІЇ ПРОТЯГОМ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ XIX – ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ XX СТОЛІТТЯ..... 53
Сова А. О.
КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НАДДНІПРЯНЩИНИ В ПЕРІОД УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ 1917-1921 РР.: НАПРЯМИ ТА ДОСЯГНЕННЯ... 56
Кухар В. М.
М. ГРУШЕВСЬКИЙ І НАЦІОНАЛЬНА КООПЕРАТИВНА ІДЕЯ..... 58
Клок В. І.
РОЗВИТОК СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ В ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ 1960 РР..... 60
Прокіп А. В.
УЧАСТЬ ПАЙОВИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТОВАРИСТВ І СПІЛОК (1991 – 2011 РР.)..... 62
Кендус О. З., Михальський Ю. В.
ПРАВОВІ АСПЕКТИ ПОВЕРНЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ДО МІЖНАРОДНИХ КООПЕРАТИВНИХ ПРИНЦИПІВ У ПЕРІОД СТАНОВЛЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ..... 64
Рутар С. М.
КООПЕРАЦІЯ ЯК ІНСТИТУТ ВІЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА..... 67
Вдовичин І. Я.
МИКОЛА СТАСЮК – КООПЕРАТИВНИЙ І ПОЛІТИЧНИЙ ДІЯЧ..... 69
Фігель Ю. О.
ЕВОЛЮЦІЯ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 71
Рутар Т. С.
ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В УМОВАХ ПОСТКОМУНІСТИЧНОГО ТРАНЗИТУ..... 72

Шевчук В. О.
ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ КООПЕРАТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН ДО КРИЗОВИХ ЯВИЩ 2008─2011 РР..... 75
Макогін З. Я.
ВПЛИВ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ КООПЕРАТИВІВ У КИТАЇ..... 77
Семів С. Р.
ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ..... 80

СЕКЦІЯ „ВИСОКА ЯКІСТЬ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ ТА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЯК ВАЖЛИВА КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ”

Доманцевич Н. І., Рик Л. В.
ВПЛИВ МОДИФІКУВАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ НА ФІЗИКО-МЕХАНІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ДЕРЕВИННИХ МАТЕРІАЛІВ З ОРІЄНТОВАНОЮ СТРУЖКОЮ..... 84
Семак Б. Б., Галик І. С., Семак Б. Д.
ЗАГОТІВЛЯ РОСЛИН-БАРВНИКІВ – ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО КООПЕРАТИВНОГО РИНКУ..... 86
Пелик Л. В., Гілета У. Б.
ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПОЛІЕФІРНИХ ВОЛОКОН..... 88
Ніколайчук Л. Г., Хребтань О. Б.
РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПАЛЬТОВИХ ВОВНЯНИХ ТКАНИН У ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 89
Полікарпов І. С., Терешкевич Н. А.
ГЕОТЕКСТИЛЬНІ МАТЕРІАЛИ: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ, СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ..... 91
Пушкар Г. О., Семак Б. Д.
ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КООПЕРАТИВНОГО РИНКУ ІНТЕР’ЄРНОГО ТЕКСТИЛЮ..... 93
Найвер І. Л.
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ І ЯКОСТІ ГІДРОФОБІЗАТОРІВ ДЛЯ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ..... 95

СЕКЦІЯ „ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ”

Гринів Б. В.
МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ..... 99
Семенів М. І.
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ОРГАНІЗАЦІЯХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 101
Озеран В. О., Попітіч Т. В.
ОБЛІК ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЗА РОЗРАХУНКАМИ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ У СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ОРГАНІЗАЦІЙНІЙ АСПЕКТ 104

Гайдук І. О.
ОБЛІК ДОДАТКОВИХ ПАЙОВИХ ВНЕСКІВ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ЯК ДЖЕРЕЛА УТВОРЕННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ СПОЖИВЧОГО ТОВАРИСТВА..... 107

СЕКЦІЯ „ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВСЬКО-КРЕДИТНИХ УСТАНОВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ”

Вовчак О. Д.
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ..... 110
Копилюк О. І., Музичка О. М.
МЕХАНІЗМ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ..... 112
Самура Ю. О.
НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД..... 114
Чікіта І. Б.
КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В ЄВРОПІ – ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ..... 117
Бучко І. Є.
СВІТОВИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ..... 120
Вареник В. А.
МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ..... 122

СЕКЦІЯ „ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ”

Хміль Ф. І.
ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ..... 124
Хміль Ф. І., Плеша М. І.
ОГЛЯД ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА..... 125
Пілявський А. І., Вовчак О. Д., Маців Ю. І.
АНАЛІЗ ВИТРАТНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ..... 126
Мізюк Б. М., Тучковська І. І.
ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ВИБОРУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ..... 128
Єлейко В. І., Боднар Р. Д., Демчишин М. Я.
ЕКОНОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ..... 131
Глушик М. М.
ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ... 134
Колянко О. В.
СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК ЗАСАДНИЧОЇ СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ.. 136
Ананьєв О. М.
ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА БАЗІ ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ..... 138
Миронов Ю. Б.
УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ..... 141

Белей О. І.
ЗАСТОСУВАННЯ КОМП'ЮТЕРНИХ ОПТИМІЗАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ..... 143
Папіровська Р. Р.
ОСНОВНІ НАПРЯМИ РЕІНЖИНІРИНГУ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ У ПІДПРИЄМСТВАХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ..... 147
Артищук І. В.
СИСТЕМА РИЗИКОЗАХИЩЕНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ 149
Трут О. О.
СТАНОВЛЕННЯ КООПЕРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ..... 151

СЕКЦІЯ „ПРІОРИТЕТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОСТТРАНСФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ"

Міценко Н. Г., Іванченко Г. В.
РОЗВИТОК ІНТЕГРОВАНИХ ФОРМУВАНЬ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ: НЕОБХІДНІСТЬ ТА НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО ВПЛИВУ..... 154
Блонська В. І.
ІННОВАЦІЇ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 157
Васильців Т. Г., Мандрик О. Я.
ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 159
Маринич І. А.
АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ..... 162
Масленніков О. Ю.
ФУНКЦІОНАЛЬНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ СЛУЖБИ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ..... 165
Городня Т. А.
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ..... 167
Іляш О. І., Сітка М. Р.
СОЦІАЛЬНА БЕЗПЕКА СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОЦІНКИ ВПЛИВУ ЗАГРОЗ..... 169
Гринкевич С. С., Гураль Н. Р.
СОЦІОЛОГІЧНЕ ВИМІРЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАЦІВНИКІВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЬВІВСЬКОЇ ОСС)..... 172
Заярна Н. М.
УДОСКОНАЛЕННЯ І РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 175
Лупак Р. Л.
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 178
Дуляба Н. І.
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В УМОВАХ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ..... 181

Ільчук О. О.
ПЕРЕДУМОВИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 182
Хомицький А. І.
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 184
Лазоренко І. О.
ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В ПОСТТРАНСФОРМАЦІЙНИХ УМОВАХ..... 187
Толопка Н. Б.
ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 190
Гелей Л. О.
ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО МЕТОДОЛОГІЇ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 192
Градюк Н. М.
СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ : ОСНОВНІ ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ..... 195

СЕКЦІЯ „АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ"

Мельник І. М., Хом'як Ю. М.
ПРОБЛЕМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ..... 197
Міщук І. П.
ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРНОГО СКЛАДУ ЛОГІСТИЧНИХ ФОРМУВАНЬ У СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 199
Олексин І. І.
РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ – ЯК НАПРЯМ ПОСИЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СКЕРОВАНОСТІ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ..... 202
Барна М. Ю.
ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ У СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 206
Шутовська Н. О.
ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 208
Шалева О. І.
РОЛЬ КООПЕРАТИВНОЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ТОВАРНОМУ РИНКУ..... 209
Середа С. І.
ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЗАГОТІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 212
Шиндировський І. М.
СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ..... 214
Неділька К. З.
ЕКОНОМІЧНІ І СОЦІАЛЬНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ..... 215

СЕКЦІЯ „ФІНАНСОВЕ УПРАВЛІННЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВІВ ПРОМИСЛОВИХ КРАЇН”

УДК 334.732 (100): 336.153.2

Чуй І. Р., к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту,
Львівська комерційна академія

ФІСКАЛЬНО-ПОДАТКОВІ РЕЖИМИ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ РОЗВИНЕНИХ КРАЇН СВІТУ

Світова практика оподаткування кооперативів. Як показує аналіз законодавства у світовій практиці, розвинені країни ще не сформували єдиного підходу до питання оподаткування кооперативів: деякі країни не виділяють особливих режимів оподаткування кооперативів, застосовуючи до них традиційні правила сплати корпоративного податку, деякі диференційовано оподатковують дохід членів кооперативу, отриманий у вигляді дивідендів за свою участь у діяльності кооперативної організації після їх розподілу або ж звільняють від оподаткування певні види діяльності [1, 2]. Проте, у більшості розвинених країн фінансова підтримка кооперативів реалізується у рамках певних програм шляхом встановлення системи пільгових кредитів і пільгового оподаткування [3, 4, 5].

У багатьох країнах пільгові фіскальні правила застосовуються в залежності від того, чи кооператив повністю орієнтований на обслуговування своїх членів, чи його послуги частково надаються не членам кооперативу; тоді ця діяльність оподатковується на загальних засадах. Проте, спільним для усіх країн в отриманні преференцій є регламентація комерційної чи неприбуткової мети діяльності кооперативів, а також особливі умови оподаткування соціальних кооперативів.

Необхідно зауважити особливі умови оподаткування виплачених членам кооперативів дивідендів та зменшення оподатковуваного прибутку кооперативу на суму виплачених відсотків по кредитах, наданих кооперативам їх членами.

Пільгові фіскальні режими Італії. Еволюція пільгових фіскальних режимів для оподаткування кооперативів в Італії проходила під впливом різноманітних чинників: зокрема змін у типах кооперативів чи по відношенню до зміни урядів з різними політичними орієнтаціями. В еволюції фіскально-податкових режимів виділяють 6 періодів [5]:

I) період формування Конституційного права після II Світової війни із наданням преференцій для кооперативів;

II) період (1947-1963 рр.) – найбільш сприятливий у оподаткуванні. Закон Basevi 1947 р. запровадив загальне звільнення від оподаткування прибутку кооперативів і механізм їх пільгового кредитування, а для членів кооперативу – звільнення від сплати усіх соціальних внесків;

III) період (1962-1974 рр.) впливу лівоцентристських партій. Податкові режими для кооперативів цього часу стали менш привабливими. Нова система прибуткового оподаткування базувалася на трьох позиціях: прогресивності особистого прибуткового податку, податку на прибуток корпорацій, додатковому місцевому податку на всі доходи, що відрізняються від заробітної плати;

IV) період уряду “національної солідарності” 70-их пов’язують із законом Pandolfi 1977 р., за яким оподаткування доходів кооперативів здійснюється за ставкою, що дорівнює 75% стандартної, а також із повним звільненням від оподаткування прибутку переданого у "неподільні резерви". Закон запровадив звільнення від оподаткування отриманих кооператорами привілейованих акцій;

V) період (з поч. 80-их до 1994 р.). збереження пільгових правил оподаткування кооперативів. Закон Forte (1983 р.) дозволив кооперативам організованим як акціонерні корпорації або товариства з обмеженою відповідальністю виплачувати дивіденди пропорційно сумі, наданій членами кооперативів у формі позик. З 1991 р. було запроваджено в новий тип кооперативів: соціальні з особливим податковим режимом. У 1992 р. повне звільнення від особистого прибуткового податку було надано членам кооперативів на отриманий дохід, який вони реінвестують у свої компанії;

VI) період (з 1994 р. і до сьогодні) – це період значних втрат фіскальних та договірних переваг кооперативів, зокрема щодо оподаткування заробітних виплат та грошового забезпечення членів кооперативів не за трудовими контрактами з метою запобігання податкових маніпуляцій. З 2002 р. були також скорочені фіскальні преференції по неподільних резервах великих кооперативів. Після податкової реформи 2004 р. кооперативи було розділено на: орієнтовані виключно на обслуговування своїх членів та всі інші. У 2008 р. декретом Tremonti було диференційовано частку неоподатковуваного прибутку для кооперативів різних типів та видів діяльності.

Після отримання скарг від суб'єктів євроринку про недобросовісну конкуренцію у формі преференційних режимів оподаткування для кооперативів Єврокомісія, визнаючи важливість і цінний внесок кооперативів в економіку на суспільство в цілому доводить, що кооперативи мають певні особливості, працюють в інтересах своїх членів і мають конкретні корпоративні моделі [6]. Тому кооперативи доцільно відрізняти від прибуткових компанії, особливо коли вони обслуговують своїх членів і генерують виключно з ними доходи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білий М. М. Неприбутковий статус кооперативу в системі формування та використання його фінансових ресурсів. / М. М. Білий. [Електронний ресурс]. Режим доступу – http://-www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_gum/aprer/ 2009_5_1/ 19.pdf
2. Цимбал В. О. З досвіду кооперативних законодавств країн з розвиненою ринковою економікою / В. О. Цимбал // Інноваційна економіка. –№ 4. –2010. – С. 282-286.
3. Буздалина О. Б. Потребительская кооперация в условиях глобализации мировой экономики. / О. Б. Буздалина // Налоговый вестник. – № 12. – 2002. – С. 21-24.
4. Расбоун Р. Финансирование и налогообложение кооперативов. / Р.Расбоун ; [пер. с анг.]. – М. : ИРИЦ Фермер, 1994. – 24 с.
5. Francesco Forte and Michela Mantovani. Cooperatives' Tax Regimes, Political Orientation of Governments and Rent Seeking // Journal of Politics and Law. – Vol. 2. – No. 4. – December 2009. – P. 44-57.
6. Hands off our co-ops. Co-operative News. 18 March '12: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.thenews.coop/article/hands-our-co-ops.

УДК 336.76

Черкасова С. В., к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту,
Львівська комерційна академія

КРЕДИТНІ СПІЛКИ В СИСТЕМІ ІНСТИТУЦІЙНОГО ІНВЕСТУВАННЯ

Вступ. Необхідність збільшення обсягів інвестиційних ресурсів для розвитку національної економіки актуалізує питання розвитку системи інституційного інвестування. В системі інституційного інвестування, що формується в Україні, чільне місце колективних інвесторів займають банки. Порівняно з іншими фінансовими установами ними нагромаджений най-

більший обсяг активів, що дає їм змогу виконувати роль провідних інституційних інвесторів, складаючи суттєву конкуренцію іншим інвесторам. Роль інших видів фінансових установ у функціонуванні системи інституційного інвестування в Україні поки що залишається другорядною.

Практика інвестування в розвинених країнах світу свідчить, що інвестиційні фонди, недержавні пенсійні фонди, страхові організації, кредитні спілки та інші небанківські фінансові установи можуть виконувати функції потужних інституційних інвесторів, забезпечуючи акумулювання вільних грошових ресурсів та спрямовуючи їх на розвиток економіки. Виходячи з цього, потребують дослідження сучасна практика, особливості та проблеми реалізації інвестиційної діяльності такими видами небанківських фінансових установ, як кредитні спілки.

Кредитні спілки як інституційні інвестори. Відповідно до форм та видів інвестування, що регламентовані законодавством України [1, 2, 3], можна стверджувати, що в небанківському фінансовому секторі України переважають приватно-колективне та спільне інвестування. Кредитними спілками реалізується колективне інвестування, що здійснюється такими фінансовими установами за рахунок об'єднання внесків членів спілок та вкладення їх у дозволені законодавством об'єкти інвестування.

Кредитні спілки мають право інвестувати залучені кошти у найбільш надійні фінансові активи. Такими активами вважаються депозити банків, що мають ліцензію на право роботи з вкладами громадян, цінні папери, отримання доходу за якими гарантовано КМУ, паї кооперативних банків та інші цінні папери, перелік яких визначений уповноваженим державним органом. Це означає, що кредитні спілки можуть здійснювати виключно фінансове інвестування, реалізуючи при цьому стратегію консервативного інвестора.

Для кредитних спілок інвестування є одним із видів господарської діяльності поряд з операційною та фінансовою діяльністю. Вкладення коштів у фінансові активи здійснюється кредитними спілками лише за умови наявності вільних фінансових ресурсів та їх невикористання в процесі операційної діяльності. У зв'язку з тим, що кредитні спілки є неприбутковими організаціями та зобов'язані забезпечити соціальний та фінансовий захист своїх членів, а відтак, і довірених ними коштів, законодавством України визначений особливо обережний механізм інвестування для кредитних спілок.

Основними джерелами проведення інвестиційної діяльності кредитних спілок є пайовий та додатковий капітали, що призначені для фінансування статутної діяльності. На відміну від інших видів фінансових установ, кредитні спілки здійснюють свою діяльність виключно в інтересах своїх членів, що одночасно виступають у ролі засновників фінансової установи. Як фінансові установи кредитні спілки повинні забезпечувати раціональне формування своїх фінансових ресурсів, використання їх в інтересах своїх членів, належну диверсифікацію ризиків та конкурентні умови діяльності на ринку. В інвестуванні це означає, що кредитна спілка на інвестиційному ринку може виступати лише в ролі консервативного інвестора, здійснюючи обережну та виважену політику вкладення коштів.

Перехід кредитної спілки від громадської установи, що функціонує для зменшення бідності своїх членів до професійної фінансової установи досягається за допомогою кооперативної ідеї та інвестування для забезпечення фінансовими ресурсами своїх членів, що сприяє зростанню та розвитку економіки держави.

Негативні наслідки фінансової кризи суттєво погіршили умови фінансової діяльності кредитних спілок в Україні та зменшили їх інвестиційні можливості. У післякризовому періоді спостерігаються процеси скорочення кількості членів кредитних спілок, зменшення вартості активів та капіталу цих фінансових установ, зростання суми збитків за неповерненими кредитами.

Одним із негативних наслідків фінансової кризи у небанківському фінансовому секторі можна вважати зменшення ролі та значення кредитних спілок як депозитних інститутів. У докризовому періоді кредитними спілками України активно залучались кошти населення на депозитні рахунки. Щорічні темпи приросту депозитів кредитних спілок у 2006-2008 рр. коливались у межах 11,7 – 54,5 %. У 2009 р. сума коштів, залучених кредитними спілками

на депозитні рахунки, не досягла й 50 % від показника попереднього року та становила лише 2,6 млрд грн. За підсумками 2010 р. кредитним спілкам країни не вдалося відновити втрачені позиції, адже сума коштів, залучених на депозитні рахунки, становила всього 2 млрд грн. [5,6]. Тенденція до зменшення коштів населення, розміщених на депозитних рахунках кредитних спілок, свідчить про погіршення умов формування пасивів такими фінансовими установами. Це призведе до послаблення ролі кредитних спілок в інвестиційних процесах.

Результати дослідження. Проведений аналіз діяльності кредитних спілок із залучення капіталу у 2006-2010 рр. свідчить про те, що в післякризовому періоді виникли суттєві проблеми із формуванням пасивів цих кооперативних установ. За підсумками 2011 р. в секторі кредитної кооперації збереглися негативні тенденції зменшення вартості активів, обсягів кредитної та депозитної діяльності та нарощування збитків. Зазначені процеси практично унеможливлюють здійснення інвестиційної діяльності кредитними спілками на сучасному етапі.

Для більшості вітчизняних кредитних спілок інвестування вільних коштів у фінансові активи в найближчій перспективі залишиться проблемним питанням, оскільки системі кредитної кооперації до сих пір не вдалося подолати негативні наслідки фінансової кризи та відновити обсяг втрачених активів.

За висновками фахівців Світового банку недостатня роль кредитних спілок у функціонуванні українського фінансового ринку та системи інституційного інвестування, зокрема, обумовлена такими чинниками, як недостатня ресурсна база цих фінансових установ, низький рівень довіри до них з боку потенційних вкладників, відсутність єдиної стратегії розвитку національного фінансового сектора [7].

Висновки. Посилення ролі кредитних спілок у системі інституційного інвестування стане можливим за умови подолання кризових явищ у господарській діяльності цих установ, відновлення втрачених позицій на депозитному ринку, запровадження надійних та привабливих інструментів для залучення заощаджень громадян. Лише за цих умов кредитні спілки зможуть виконати функцію фінансового захисту своїх членів шляхом надання їм дешевих кредитів та примноження довірених коштів за рахунок ефективного фінансового інвестування. З макроекономічних позицій посилення ролі та значення кредитних спілок у системі інституційного інвестування сприятиме збільшенню обсягів внутрішніх інвестиційних ресурсів, зменшенню ціни інвестиційного капіталу та зростанню доходів громадян, що є учасниками кредитної кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про інвестиційну діяльність: від 18.09.1991 р.// Відомості Верховної Ради України. – 1991. – № 47.
2. Україна. Закон. Про кредитні спілки: від 20.12.2001 р. // Відомості Верховної Ради України – 2002. – № 15.
3. Україна. Кабінет Міністрів. Концепція розвитку системи кредитної кооперації: Розпорядження № 321-р. від 7.06.2006 р. // Офіційний вісник України – 2006. – № 23.
4. Ватаманюк З. Г. Розвиток інституційного інвестування в Україні / З. Г. Ватаманюк, Т. М. Кушнір. // Фінанси України. – 2007. – № 3. – С. 124 – 131.
5. Інформація про стан розвитку ринків фінансових послуг у 2010 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: < www.dfp.gov.ua. >
6. Сучасний стан та проблеми інституційного розвитку національного фінансового ринку // Ринкова система України: стан та перспективи розвитку: монографія / [за заг. ред. О. В. Макарюка, В. М. Жмайлова, Ю. І. Данька]. – Харків: Міськдрук, 2011. – С. 250-268.
7. The Development of Non-bank Financial Institutions in Ukraine. Policy Reform Strategy and Action Plan. World Bank Working Paper № 81. World Bank. Washington. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.worldbank.org.

УДК 334.735:658.14/.17

Мицак О. В., к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту,
Львівська комерційна академія

ПИТАННЯ ВЛАСНОСТІ У СИСТЕМІ ФІНАНСОВОГО УПРАВЛІННЯ

Попередні зауваження. Умови, способи та результати фінансово-господарської діяльності будь-якого суб'єкту господарювання завжди ґрунтуються і визначаються питаннями власності. Вони обумовлюють всю систему правових та економічних відносин між підприємством, найманим працівником, державою та суспільством в цілому і визначають принципи та методи здійснення фінансового управління на підприємстві.

Теоретичні аргументи. Різноманітність форм власності відображає різний ступінь розвитку продуктивних сил та організаційно-економічних відносин у різних країнах. У промислово розвинених країнах спостерігається велика різноманітність типів і форм власності. Все різноманіття форм власності можна звести до трьох груп: індивідуальна, колективна, державна. Індивідуальна включає в себе особисту власність на предмети споживання і домашнього вжитку, особисте підсобне господарство, індивідуальну трудову діяльність. У цьому типі власності всі її аспекти представлені в одній особі або сім'ї. Колективна – представлена кооперативами, колективними підприємствами, товариствами, акціонерними, публічними підприємствами та ін. Державна власність поділяється на: загальнодержавну, регіональну та місцеву. В кожній країні в залежності від адміністративного устрою та історичних особливостей встановлюється своє співвідношення між ними.

Кооперативна форма власності широко поширена в більшості країн світу і являє собою господарську та одночасно громадську організацію, що ґрунтується на кооперативній, приватно-колективній спільній власності своїх членів. Фінансовий результат, що отримується в результаті діяльності, використовується на покращення обслуговування і матеріального становища своїх членів. Серед великого різноманіття ознак кооперативів, найважливішими для ефективного фінансового управління господарською діяльністю, на нашу думку, є матеріальна участь членів кооперативів та демократичне управління і контроль.

Специфічні особливості правового статусу кооперативу, у якому його член є одночасно працівником кооперативу і його господарем, дозволяють стверджувати, що кооперативи більш здатні забезпечити майнову, матеріальну та соціальну рівність його учасників, у порівнянні з іншими організаційно-правовими формами юридичних осіб. Звичайно, жодна країна не може і не повинна бути суспільством тільки кооператорів. Багаторічний досвід розвинених промислових країн довів, що для поступального економічного розвитку великий капітал необхідний. Але кооперативи, визнані в ряді країн третім сектором економіки, беруть участь у вирішенні багатьох дуже важливих проблем суспільства: забезпеченні зайнятості, створення додаткових робочих місць, вирішення освітніх питань тощо.

Вітчизняний досвід функціонування споживчої кооперації яскраво відображає всі наслідки неефективного вирішення питань фінансового управління і власності в системі господарювання. Методи і механізми реформування споживчої кооперації в пострадянський період призвели до усунення пайовиків (власників) від контролю за процесами та результатами діяльності підприємств і організацій кооперації та нехтування їх інтересами в процесах перерозподілу власності. В результаті, управлінський персонал, що володів важелями та механізмами впливу на ці процеси, здійснював їх або неефективно, або з метою особистого збагачення, через виведення майна, реалізації за мінімальними, не ринковими цінами, отримання в оренду з правом викупу тощо. Як наслідок, це призвело до втрати переваг її діяльності як багатогалузевої структури, конкурентноздатності на ринку, вилучення коштів з обороту, збиткової роботи тощо.

Поряд з тим, досвід розвинутих країн показує, що саме кооперація – та організаційно-правова форма, яка найбільш швидко і ефективно реагує на зміни стану та динаміку зовніш-

нього середовища. Функціонування кооперативів у розвинутих країн в умовах кризи та посткризового періоду відобразило їх здатність найбільш швидко адаптуватися до зміни умов функціонування.

На нашу думку, найбільш розповсюджена в світі і юридично задекларована, але не повністю реалізована в Україні, система федеративного типу побудови організації є реальним механізмом ефективного функціонування системи. При ній повністю незалежні первинні кооперативи з індивідуальним членством співпрацюють на різних рівнях, створюючи кооперативні об'єднання з метою захисту інтересів власників кооперативів. Вона дозволяє враховувати індивідуальні особливості ринку функціонування підприємства, приймати більш оптимальні управлінські рішення стосовно операційної і фінансової діяльності, посилити контроль власника за роботою управлінських працівників через його суттєве наближення до роботи кооперативу, та потребує суттєвої зміни системи розподілу фінансового результату.

Існуюча система споживчої кооперації України через багатогалузевість, позитивний ефект синергетики як кооперативне об'єднання, має забезпечити конкурентоспроможність системи на ринку, створити умови для запровадження сучасних технологій як у виробничих, так і в управлінських процесах, що є недоступними для дрібних кооперативів, забезпечити підвищення рівня фаховості і професійності управлінського персоналу та працівників, здійснювати кооперування в кредитно-фінансовій сфері для оптимального процесу формування і використання фінансових ресурсів та забезпечити підприємствам і власникам споживчої кооперації відчувати себе конкурентноздатними учасниками ринкового середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Баженов Ю. Новый век кооперации / Ю. Баженов // Российская кооперация. Газета для пайщиков. – 2008. – № 20(540). – С.5.
2. Бенько І. Проблеми сучасного стану системи споживчої кооперації в Україні / І. Бенько // Наукові записки ТНПУ ім. В. Гнатюка. / [редкол.: А. А. Григорук, Т. Г. Дудар, С. Л. Дусановський та ін.]. – Тернопіль, 2008. – Вип. 22. – С. 155-157. – (Сер. економіка).
3. Григорьєва С. В. Споживча кооперація країн світу: зарубіжний досвід та проблеми його впровадження в Україні / С. В. Григорьєва: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.ukrcoop-journal.com.ua/2010-3/num/grigorjeva.htm
4. Егорова М. Время стабильного развития / М. Егорова. // Российская кооперация. Газета для пайщиков. – 2008. – № 10(530). – С. 1-3.
5. Кузнецов Е. Н. Консолидация и сплочение для достижений целей / Е. Н. Кузнєцов. // Российская кооперация. Газета для пайщиков. – 2008. – № 9 (529). – 8 с.
6. Процишин В.Споживча кооперація отримає західне обличчя / В. Процишин // Урядовий кур'єр. – 2011. – 13 жовтня. – С. 15-18.

УДК: 334.73:477

Сороківська М. В., к.е.н., доц.,
Львівська комерційна академія

ДЕРЖАВНА ФІНАНСОВА ПІДТРИМКА ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВІВ: СВІТОВИЙ ДОСВІД

Постановка проблеми. Перспективний розвиток вітчизняної кооперації в умовах ринкового середовища, жорсткої конкуренції, глобалізації економіки неможливий без використання досвіду кооперативного руху в країнах з розвиненою економікою. Створення державою стабільних умов господарювання кооперативів є умовою їх ефективного функціонування. Кооператив вимагає особливого підходу з боку держави, що має отримати вираження у створенні відповідної системи фінансових заходів, спрямованих на підтримку їх діяльності.

В умовах сьогодення кооперативний сектор економіки в Україні знаходиться на стадії транзитивних змін. Головна мета розвитку багатофункціонального кооперативного сектора національної економіки полягає в реалізації можливостей кооперації та ефективному використанні її потенціалу для економічного зростання економіки України [2].

Застосування прикладів розвитку споживчої кооперації у зарубіжних країнах сприятиме прискоренню адаптації споживчих кооперативів України до ринкових умов господарювання, активізації кооперативної форми міжнародної інтеграції, ліквідації внутрішніх причин і пом'якшенню зовнішніх факторів формування негативних тенденцій у сфері ЗЕД, створенню адекватної до нових умов системи державної підтримки та розвитку кооперативного сектора.

Виклад основного матеріалу. Заслуговує уваги діяльність кооперації країн ЄС, де кооперативи виконують економічні та соціальні функції. Країни ЄС досягли таких позитивних результатів у сфері кооперації завдяки суттєвій державній підтримці кооперативів та досвіду розвитку кооперативного сектора економіки в країнах ЄС.

Говорячи про досвід європейських країн, треба відзначити, що сільськогосподарські кооперативи Франції звільнені від податків з прибутку. Кооперативи Франції, відповідно до законодавства, можуть записати в свої статути право на надання послуг третім особам, які не є членами, в максимальних рамках 20% від обороту, але в даному випадку ця діяльність піддається оподаткуванню відповідно до загальної юрисдикції в тому, що стосується податку з прибутку [4].

Інноваційному розвитку французької кооперації сприяє те, що держава здійснює упродовж перших п'яти років функціонування французьких кооперативів фінансування адміністративних витрат та утримання спеціалістів, що допомагають освоювати і застосовувати в межах кооперативного об'єднання нові технології з метою покращення якості товарної продукції. Кооперативам по збереженню і пакуванню продукції надаються позики за пільговою відсотковою ставкою. У разі перевиробництва французькі кооперативи одержують фінансування для вилучення надлишкової продукції з ринку, що сприяє збалансуванню попиту і пропозиції та стабілізації цін і доходів. В окремі періоди кооперативам Франції безоплатно передавалося майно державної власності. Спеціальними стимулами наділені кооперативи зі спільного використання техніки (CUMA). Зокрема, якщо фермери-члени CUMA придбають машини і обладнання колективно, то держава компенсує 20% їх вартості. Кооперативи можуть, як і компанії загальної юрисдикції, користуватися допомогою, пов'язаною із здійсненням проектів підтримки малого і середнього бізнесу. Деякі інвестиційні проекти (придбання нового устаткування по переробці, проведення акцій по захисту навколишнього середовища або дій по підвищенню якості продукції) спільно фінансуються Францією і ЄС.

Таким чином, у Франції держава здійснює фінансову підтримку кооперативів зі спільного використання техніки, сільськогосподарських кооперативів через механізми пільгових відсоткових ставок, фінансування окремих видів витрат, забезпечення попиту на продукцію кооперативів, часткового фінансування оновлення основних засобів на інноваційних засадах.

Кооперативи, залучені в аграрну діяльність, відіграють основну роль у канадській економіці. Серед них вирізняються сільськогосподарські збутові (переробно-збутові) кооперативи, які є сучасними організаціями із своєю експертизою і спільним ринком аграрної продукції, що дає їм можливість конкурувати з великими приватними підприємствами. Ці кооперативи утримують значну частку товарного ринку в Канаді. Фінансові кооперативи, такі як кредитні спілки, формально легалізовані як аграрні кооперативи, забезпечують фермерів широкою сіткою банківського та страхового обслуговування. Кооперативи в Канаді є некомерційними по відношенню до своїх членів організаціями, не платять проценти на акцію капіталу, тому що вони діють не в інвестиційних цілях, а з тим, щоб забезпечити послуги своїм членам. Кооперативи повертають надлишок (кооперативні виплати) членам пропорційно членській економічній діяльності в кооперативах. Кооперативи забезпечують навчання своїх членів і працюють з тим, щоб досягти спільної мети [4].

Особливістю шведської економіки є роль і значення кооперативного руху в країні. Воно поширено по всій країні і займає дуже сильні позиції. Важливу роль кооперативний рух

відіграє в сільському господарстві, у промисловості, у роздрібній торгівлі, житловому будівництві та інших сферах діяльності. Шведські холдингові компанії є одними з найефективніших у Європі [5].

В Італії на сьогодні близько половини супермаркетів належать кооперації. Діяльність італійських кооперативів ґрунтується на таких принципах: обмежений розмір сукупного паю; розмір мінімального статутного фонду не фіксується; одна людина – один голос незалежно від розміру паю; наявність податкових пільг: відсутність подвійного оподаткування; протягом перших 10 років кооперативи звільняються від податку на корпорації, в подальшому діє пільгове оподаткування; передбачений мінімальний дохід пайовика, який не обкладається податком [1].

Сільськогосподарські кооперативи Польщі також користуються державною підтримкою, яка полягає в тому, що розроблено перелік груп товарів, виробництво яких підпадає під отримання державної фінансової допомоги [1].

В Україні схвалено Концепцію Державної цільової програми підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період до 2015 року, завданнями якої є: удосконалення нормативно-правової бази, що регламентує діяльність сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів; надання організаційної підтримки створенню сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів; поліпшення матеріально-технічної бази сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів.

Висновки. Проведене дослідження світового досвіду державної підтримки кооперативів засвідчує її доцільність та дозволяє виокремити такі рекомендації щодо його застосування в Україні: держава повинна сприяти участі кооперативів у різних державних програмах розвитку; об'єднанню дрібних і середніх кооперативів у регіональні товариства; утворенню змішаних кооперативно-акціонерних товариств; в Законі України Про державний бюджет повинні передбачатися обґрунтовані розміри видатків на підтримку кооперативів; необхідно розробити систему податкових пільг з метою активізації діяльності кооперативів, стимулювання їх розвитку на інноваційній основі; розробити систему спрощеного доступу кооперативів до кредитних ресурсів. Втілення та практична реалізація наведених положень сприятиме більш ефективному функціонуванню вітчизняних кооперативів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Григорьєва С. В. Споживча кооперація країн світу: зарубіжний досвід і проблеми його впровадження в Україні / С. В. Григорьєва // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2010 . – №3(42) . – С.18-22. – (Серія «Економічні науки»).
2. Стратегія економічного і соціального розвитку України (2004–2015 роки) „Шляхом Європейської інтеграції" / [авт. кол. : А. С. Гальчинський, В. М. Геєць]. – К. : ІВЦ Держкомстату України, 2004. – 416 с.
3. Про схвалення Концепції Державної цільової програми підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів на період до 2015 року : розпорядження Кабінету Міністрів України від 11.02.2009 р. № 184-р // Офіційний вісник України. – 2009. – № 14. - С. 444.
4. Статистика та аналітичні матеріали Міністерства аграрної політики та продовольства України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.minagro.gov.ua
5. Статистика та аналітичні матеріали Європейської Асоціації кооперативних банків: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.eurocoopbanks.coop

УДК 336.221:334.732:336.227:477

Мединська Т. В., к.е.н., доц. кафедри фінансів і кредиту,
Львівська комерційна академія

ПОДАТКОВЕ СТИМУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН: ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Попередні зауваження. За останній рік Центральна спілка споживчих товариств України (Укоопспілка) стала членом двох міжнародних кооперативних організацій: з 1 червня 2011 року Укоопспілка увійшла до складу асоціації «Ліга національних спілок кооперативних організацій споживчої кооперації країн Співдружності Незалежних Держав», а з 1 січня 2012 року – приєдналася до Європейського співтовариства споживчих кооперативів (Euro Coop) [8]. Членство у цій авторитетній міжнародній організації дає низку цікавих перспектив та нових можливостей, зокрема, як заявив Голова Правління Центральної спілки споживчих товариств України Владислав Гончаренко: «ми можемо використати досвід наших європейських колег для покращення роботи споживчої кооперації в Україні» [6]. У зв'язку з цими подіями варто розглянути зарубіжний досвід податкового стимулювання діяльності сільськогосподарських кооперативів (шляхом застосування податкових преференцій, знижок, диференційованих податкових ставок, тощо) і можливістю його застосування для розвитку і стимулювання вітчизняної кооперації.

Теоретичні та емпіричні аргументи. З огляду на зарубіжну та вітчизняну практику, сільськогосподарські кооперативні підприємства мають високі потенційні економічні можливості, тому створення відповідних податкових умов та стимулів для їхньої діяльності призведе до розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, що сприятиме розвитку кооперативної діяльності в державі загалом.

Значний внесок при розгляді теоретичних і практичних проблем державного регулювання діяльності споживчої кооперації України в умовах поглиблення інтеграційних процесів внесли такі вчені, як С.м Г. Бабенко, А. І Мокій, С. Р. Семів та ін. Питання щодо вивчення зарубіжного досвіду діяльності кооперативних підприємств, у тому числі сільськогосподарських, у своїх працях розглядають Л. Молдован, В. Боднарчук, О. Зубатенко, В. Цимбал, В. Лагодієнко, М. Білий. Проте, недостатньо дослідженими і потребують подальшого аналізу та систематизації питання податкового стимулювання діяльності сільськогосподарських кооперативних підприємств зарубіжних країн.

Емпіричні результати. У наш час законодавство багатьох європейських країн передбачає податкове регулювання діяльності сільськогосподарських кооперативних підприємств шляхом застосування спеціальних податкових режимів господарювання. Аналіз нормативної бази у світовій кооперативній практиці показує відсутність єдиного підходу до оподаткування сільськогосподарських кооперативів.

Згідно з податковим законодавством країн світу, системи оподаткування за рівнем податкового стимулювання діяльності сільськогосподарських кооперативів можна умовно поділити на 3 групи [9, с. 284]: 1 група – застосовується загальна система оподаткування для усіх видів підприємств (відсутність будь-яких пільг для кооперативів), 2 група – загальна система оподаткування із застосуванням незначних податкових пільг, 3 група – спеціальні податкові режими оподаткування кооперативних сільгоспвиробників.

До 1 групи країн можна віднести Ірландію, Австрію, Швецію, Фінляндію [4]. Хоча Ірландія має одну з найкращих пільгових систем оподаткування серед усіх європейських країн, але не передбачає особливих режимів оподаткування сільськогосподарських кооперативів [5]. У Фінляндії, кооперативи засновуються – фізичними або юридичними особами будь-якої національності, проте оподатковуються на загальних засадах, як і корпоративні підприємства. Не зважаючи на те, що уряд Австрії з 2010 року зменшив ставки оподаткування для малого і середнього бізнесу, для кооперативних сільськогосподарських підприємств пільг не

передбачено [7, с. 48]. У Швеції кооперативи мають такий самий податковий статус, як і інші комерційні компанії [3, с. 142].

Особливістю оподаткування країн 2-ї групи (Німеччина, Данія, Нідерланди, Великобританія, Бельгія) є пільгове оподаткування доходів членів кооперативів, одержане у вигляді дивідендів та зменшення ставки оподаткування прибутку кооперативних підприємств [4].

Третя група є найбільш чисельною, до якої можна віднести такі країни як Іспанія, Італія, Греція, Португалія, Франція, Польща, Швейцарія, Канада. В Іспанії до сільськогосподарських кооперативних підприємств застосовується знижена ставка податку на прибуток – 26% (для інших корпорацій – 35%) [5], звільняються від оподаткування дивіденди, якщо їх розмір не перевищує 15%. Обслуговуючі кооперативи також звільняються від податку на майно, капітал. Кооперативи Греції оподатковуються на рівні комерційних структур (35%), але їм надаються пільги при купівлі нерухомості, заснуванні підприємств, не оподатковуються будь-які інвестиції та членські внески до кооперативів [2].

Досить диференційованою є система сплати прибуткового податку з кооперативів в Італії. Так, якщо на соціальні витрати та виплати винагород припадає більше 60 % усіх витрат кооперативу, то вони повністю звільняються від сплати прибуткового податку. Якщо ж на ці виплати припадає від 40 до 60 % усіх витрат, то кооперативам надається знижка з прибуткового податку у розмірі 50 % [11]. Значні податкові пільги передбачені для кооперативів у Португалії. Зокрема, вони звільнені від податку на будови (використовувані під офіси та для здійснення господарської діяльності), податку на корпорації, додаткового податку, податку на капітал [3, с. 142].

Одним із законодавчих актів Польщі з 1 січня 2007 року передбачено звільнення кооперативних виробників сільськогосподарської продукції від податку на нерухомість і прибуткового податку для юридичних осіб [1, с. 66], іншим законом звільняються від оподаткування роботи з модернізації засобів, які знаходяться у володінні сільськогосподарських кооперативів понад 5 років (з моменту їх реєстрації в органах місцевої влади) [10]. Система оподаткування сільськогосподарських кооперативів у Франції передбачає їм надання статусу неприбуткової організації, тобто кооперативи звільненні від податків з прибутку, також надається пільга в розмірі 50 % на професійне мито [1, с. 46-48].

Сільськогосподарські кооперативи в Канаді можуть бути зареєстровані як комерційні чи некомерційні організації. Відповідно, останні звільняються від оподаткування податком на прибуток і отримують відшкодування сплаченого Федерального податку на товари і послуги (ПДВ) [1, с. 48-53].

Висновки для економічної політики. Розвиток споживчої кооперації України в умовах жорсткої конкуренції та євроінтеграції неможливий без використання досвіду кооперативних підприємств зарубіжних країн. У напрямі податкового стимулювання сільськогосподарських кооперативів пропонуємо: надати кооперативам (залежно від обсягів діяльності) статусу неприбуткових організацій, застосувати знижені ставки податку на прибуток, пільгове оподаткування дивідендів членам кооперативів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Аналітичне дослідження. Досвід Канади та країн ЄС у сфері політики з підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів. – Київ, 2011. – 91 с.
2. Білий М. М. Неприбутковий статус кооперативу в системі формування та використання його фінансових ресурсів / М. М. Білий.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// nbuv.gov.ua/portal/Soc.5/19.pdf.
3. Зубатенко О. Правове забезпечення державної підтримки господарської діяльності кооперативів в Україні / О. Зубатенко // Господарське право. – № 10. – С. 141-143.
4. Матеріали досліджень комітету з питань сільськогосподарської кооперації в країнах ЄС. – Брюссель, 1995. – С. 20.
5. Офіційний сайт Державної податкової служби України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sta.gov.ua/control/uk/publish/article.

6. Офіційний сайт Укоопспілки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://coop.-com.ua/uk/2012-01-13-13-02-04/9--1.
7. Руденко Ю. М. Фінансові системи зарубіжних країн: навч. посіб. / Ю. М. Руденко. – К.: КНЕУ, 2010. – 348 с.
8. Укоопспілка. Постанова від 30.11.2011. Про вступ Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки) до Європейського співтовариства споживчих кооперативів (Euro Coop). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://document.ua/pro-vstup-centralnoyi-spilki-spozhivchih-tovaristv-ukrayini--doc80549.html.
9. Цимбал В. О. З досвіду кооперативних законодавств країн з розвиненою ринковою економікою / В. О. Цимбал. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: //nbuv.gov.ua/-portal/Soc.../282.pdf.
10. Act from 15th September 2000, Ustawa o grupach producentow rolnych i ich zwiazkach oraz o zmianie innych ustaw wraz z kolejnymi zmianami (Dz.U. 2000, Nr 88, poz. 983) with later amendments.
11. Italy: Agriculture sector. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.fao.org/countryprofiles/index.asp?lang=en&iso3=ITA&subj=4.

УДК 334.735 (100)

Андрейків Т. Я., асист. кафедри фінансів і кредиту,
Львівська комерційна академія

ВІТЧИЗНЯНИЙ І ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ КООПЕРАТИВІВ

Попередні зауваження. Створення та розвиток кооперативів у світі сьогодні розглядається як важливий засіб економічного, соціального та культурного розвитку суспільства. Це зумовлено тим, що кооперативи сприяють покращенню економічного, соціального та культурного становища осіб із обмеженими ресурсами та можливостями; підвищенню національного прибутку та зростанню зайнятості шляхом більш повного використання ресурсів; покращенню соціальних умов та розширення соціального обслуговування в житловій сфері, а також у сфері охорони здоров'я, освіти та засобів зв'язку тощо. За даними Міжнародного Кооперативного Альянсу, в світі налічується понад 120 різних видів кооперативних організацій [1].

Теоретичні аргументи. Велика кількість різновидів кооперативів зумовлює необхідність їх систематизації за певними ознаками, що дає змогу більш поглиблено вивчати природу й особливості їх окремих видів. Це, на нашу думку, найкраще вдалося зробити сучасному дослідникові кооперативного руху Марвіну А. Шаарсу, який запропонував згрупувати кооперативи за 7 ознаками, де чітко розмежовано всі їх різновиди (табл.1).

Серед різновидів кооперативів достатньо поширеними є сільськогосподарські кооперативи. На даному етапі в країнах ЄС функціонує близько 50 тисяч сільськогосподарських кооперативів, їх річний товарообіг становить більше 100 млрд. євро. Ці кооперативи вистояли у конкурентній боротьбі з приватним посередницьким капіталом і завоювали свою нішу у ланцюгу просування продукції сільськогосподарських виробників до споживачів та забезпеченні своїх членів товарами і послугами завдяки, з одного боку, кооперативній природі своїх підприємств, які належать їм, а з другого – завдяки активній державній підтримці.

Вітчизняне законодавство поділяє сільськогосподарські кооперативи за їхніми функціональними ознаками на дві групи: виробничі та обслуговуючі. Окремим законодавством регулюється робота кредитних спілок, садово-городніх кооперативів, які до сільськогосподарських кооперативів, за Законом України „Про сільськогосподарську кооперацію", не належать [2]. До обслуговуючих кооперативів відносяться переробні, заготівельно-збутові, постачальницькі, сервісні та інші.

Таблиця 1

Класифікація кооперативів за Марвіном А. Шаарсом [6]

№п/п	Групи	З них	Характерні ознаки
1	За розміром	За обсягом кооперативних операцій	Товарооборот, оборот наданих кредитів
2	За кількості членів	За кількістю членів або клієнтів кооперативу	Кількість фізичних і юридичних осіб
3	За обслуговуваною територією	Місцеві Регіональні Національні Міждержавні	Окрема місцевість(село, район, міжрайонні); Обласні, міжобласні; На рівні держави; Об'єднують членів двох і більше країн
4	За типом членства	Місцеві Централізовані Федеративні Змішані	Об'єднують членів даної місцевості, регіону; Членів місцевих і централізованих кооперативів; Членами національного кооперативу; Кооперативи різних рівнів
5	За організаційно-правовою формою	Не юридична особа Юридична особа	Організовані за принципом багаточленства і не є юридичною особою; Юридична особа
6	За способом Формування капіталу	Акціонерні Не акціонерні	Випускають акції звичайні та привілейовані; Не випускають акцій
7	За типом членів кооперативу	Виробники Соживачі Робітники Торговці	Фермери, переробники; Споживачі товарів і послуг; Працюють на власному підприємстві; Продають товари
8	За головною функцією або видом господарської діяльності	Виробничі Обслуговуючі: збутові, переробні закупівельні сервісні	Займаються господарською діяльністю; Зайняті обслуговуванням своїх членів, які є одночасно його клієнтами і власниками

Перші три групи практично охоплюють всі сторони господарської діяльності, що стосуються заготівлі, переробки, збуту сільськогосподарської сировини, а також матеріально-технічного постачання сільськогосподарської діяльності. В окрему групу виділено сервісні кооперативи, значна частина яких займається наданням таких видів послуг, які опосередковано впливають на процесс господарського виробництва, зокрема – телефонізація, газифікація, електрифікація сільської місцевості, медичні, побутові, санітарно-курортні та інші види обслуговування.

У зарубіжній практиці існує дещо відмінний підхід. Так, у Росії законодавство поділяє кооперативи на дві групи: виробничі та споживчі.

У США сільськогосподарські кооперативи поділяють на молочні, збутові, закупівельні та сервісні [5]. У Німеччині законом про кооперацію встановлено сім основних груп кооперативів, а сільськогосподарські окремо не виділяються. Водночас Німецький союз сільськогосподарських кооперативів виділяє чотири основних види кооперативів: кредитні, маркетингові, молочарські та інші (7 підвидів). В окрему групу (6 видів) об'єднують кооперативи,

не зайняті сільськогосподарською діяльністю, наприклад: будівельні, забезпечення водою, світлом, догляд за дорогами та інші [5].

Розвиток кооперації в агропромисловому виробництві України робить актуальним вивчення досвіду кооперативного руху в зарубіжних країнах, зокрема там, де вона відіграє визначну роль – Скандинавських країнах, Німеччині, Франції, Бельгії, Нідерландах, США, Канаді та ін. В цих країнах кооперативи мають велике значення в забезпеченні населення продовольчими товарами і пройшли тривалий період функціонування.

Як показує позитивний досвід вище перелічених країн, функціонування сільськогосподарських кооперативів, зокрема агросервісних, дозволило вирішити кризові явища у сільській місцевості. Основним механізмом вирішення цих проблем стала диверсифікація видів діяльності сільського населення, розробки та втілення програм сталого розвитку села.

Вони передбачають ефективне використання людських і природних ресурсів, розвиток малого і середнього підприємництва, місцевої промисловості, сільського туризму, сфери послуг і торгівлі, збереження культурних цінностей села тощо.

Висновки. Таким чином, використання зарубіжного досвіду організації та функціонування агросервісної кооперації у сільському господарстві для України може стати значним поштовхом у виході з кризової ситуації, а також для сталого розвитку сільських територій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Концепція розвитку національного кооперативного руху. – К.: Укоопспілка, 2000. – 80 с.
2. Україна. Закон. Про сільськогосподарську кооперацію №469/97 ВР 17 від 17.07.1997 // Економіка АПК. – 7. – С. 89 – 94.
3. Федеральный Закон Российской Федерации «О сельскохозяйственной кооперации» // Экономика сельского хозяйства России. –1995.– №12. – С. 111.
4. Петриков А. В. Экономические и правовые проблемы сельскохозяйственной кооперации / [А. В. Петриков, Б. И. Пошкус, Р. Г. Янбых и др.]. – М. : Научные тр. ВИАПИ. – 2000. – Вип. 1. – С. 118- 128.
5. Гончаренко В. В. Кредитна кооперація. Форми економічної самодопомоги сільського і міського населення у світі та в Україні (теорія, методологія, практика) / В. В. Гончаренко – К. : Урожай, 2001. – С. 94-96.
6. Марвін А. Шаарс. Кооперативні принципи і практика: пер. з англ. / Марвін А. Шаарс.– К. : ВОКА, 1996. –166 с.
7. Сільськогосподарські кооперативи: проект розвитку агробізнесу в країні Міжнародної Фінансової Корпорації. – Херсон, 2002. – С. 26.
8. Матеріали досліджень Загального комітету з питань сільськогосподарської кооперації в країнах ЄЕ. COGTCA Ю. – Брюссель, 1995. – 20 с.

УДК:334.735:336

Гецілевич М. Б., асп.,
Львівська комерційна академія

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ ПОТОКАМИ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

1. Актуальність теми. Особливого значення в умовах трансформаційної економіки та глобальної фінансової кризи, набуває управління фінансовими потоками підприємств, різних галузей споживчої кооперації України. В умовах кризи саме торговельні підприємства системи споживчої кооперації мають більше можливостей для стабільного функціонування. Для забезпечення такої стабільності, необхідно розробити ефективну політику управління грошо-

вими потоками як складову загальної фінансової політики та стратегії підприємства, що зменшить залежність від зовнішніх позичок і сприятиме мобілізації внутрішніх резервів.

Споживчій кооперації України властиві певні особливості, які визначають специфіку грошових потоків суб'єктів господарювання. Загальне управління фінансами споживчої кооперації здійснює правління кооперативних організацій керуючись ЗУ "Про споживчу кооперацію", "Про власність", "Про підприємств в Україні"; фінансовими законодавчими та нормативними актами; внутрішньою документацією, зокрема Статутом, рішеннями зборів пайовиків, зборів засновників, Рад спілок споживчих товариств і з'їздів споживчої кооперації України.

2. Грошові потоки. Торговельні підприємства системи споживчої кооперації, окрім власних коштів, мають можливість залучати кредити банків, інвестиційні ресурси, та не зважаючи на джерела залучення коштів, постійно зростає необхідність підвищення ефективності управління грошовими потоками на підприємстві.

Термін "грошовий потік" розкриває динамічний характер діяльності споживчої кооперації, де потоки надходження і вибуття грошових коштів мають постійний характер.

Найпростіший цикл грошових потоків у підприємств торгівлі споживчої кооперації, полягає у продажу готової продукції (товарів, робіт, послуг), що представлено виручкою або дебіторською заборгованістю, яка в подальшому погашається, а кошти спрямовуються на придбання сировини, матеріалів або товарів. Таким чином, якщо весь грошовий потік не прогнозований і не рівномірний, процес генерації коштів у споживчій кооперації є постійним.

Джерела формування грошових потоків кожного окремо взятого суб'єкта споживчої кооперації залежить від специфіки операційного циклу та галузевих особливостей підприємства [1, с. 34-38].

Дотримуючись існуючих підходів щодо функцій грошових потоків, їх слід згрупувати таким чином:

1. Загальні функції (управління грошовими потоками в рамках управлінської системи), які в свою чергу поділяються:

-розробка політики управління грошовими потоками;

-створення системи інформаційного забезпечення;

-аналіз грошових потоків;

-оптимізація;

-стимулювання до реалізації управлінський рішень;

-контроль.

2. Специфічні функції (управління грошовими потоками як спеціальної сфери управління):

-у процесі основної діяльності;

-у процесі інвестиційної діяльності;

-у процесі фінансової діяльності [4, с. 56-59].

На нашу думку, політика управління грошовими потоками є частиною загальної стратегії підприємства та являє собою сукупність прийомів і методів, спрямованих на забезпечення збалансованості необхідного обсягу грошових коштів і оптимізацію джерел їх надходження для забезпечення його платоспроможності.

Розробка політики оптимізації грошових коштів підприємств торгівлі пов'язана з такою послідовністю етапів управління грошових потоків:

1. Облік руху грошових коштів та ідентифікація грошових потоків підприємства;
2. Аналіз грошових потоків;
3. Обгрунування типу політики управління грошових потоків;
4. Планування;
5. Контролінг [2, с. 454-457].

Висновки. Досягнення ефективної діяльності торговельних підприємств споживчої кооперації, можливе лише за умов реалізації зваженої фінансової політики, спрямованої не лише на використання фінансових ресурсів на поточні потреби, а й на збалансованість і синхронізацію у просторі та у часі обсягів надходження і вибуття грошових коштів, джерел та напрямків їх використання. Діяльність фахівців повинна бути спрямована не лише на макси-

мізацію прибутковості в короткостроковому періоді, а й подальший розвиток підприємства, підвищення ліквідності та фінансової стійкості, забезпечуючи своєчасне надходження грошових коштів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бочаров В. В. Управління грошовим оборотом підприємств та корпорацій / В. В. Бочаров. – М. : Фінанси та статистика 2010. – 144 с.
2. Брікхем Є. Основи фінансового менеджменту / Є. Брікхем ; [пер. з англ.] – К. : Молодь, 2011. – 1000 с.
3. Леоненко П. М. Теорія фінансів : навч. посіб. / [П. М. Леоненко, А. А. Ільєнко, П. І. Юхименко ; за заг. ред. О. Д. Василика]. – К. : Центр навчальної літератури, 2005. – 480 с.
4. Лігоненко Л. О. Управління грошовими коштами торговельного підприємства: навч. посіб. / Л. О. Лігоненко, Г. В. Ковальчук. – К. : КНТЕУ, 2009. – 156 с.

УДК 334.735(47)

Осадчук Ю. М., викл. кафедри ХКТЕІ, асп.,
Львівська комерційна академія

ПРОБЛЕМИ РЕФОРМУВАННЯ КООПЕРАЦІЇ НА ТЕРИТОРІЇ ПОСТРАДЯНСЬКОГО ПРОСТОРУ

Вступ. Протягом усього свого існування споживча кооперація розвивалась при будь-яких урядах, у різних економічних умовах і в різних сферах діяльності людського суспільства. Сьогодні майже в усіх країнах світу люди користуються послугами кооперативів. На території пострадянського простору збереглась тенденція розвитку системи споживчої кооперації як невід'ємної складової соціально орієнтованої ринкової економіки.

У ринковому середовищі роль і значення споживчої кооперації зростає, оскільки вона сприяє соціальному захисту та економічній підтримці широких верств населення. Однак адаптація споживчої кооперації до нових умов проходить надзвичайно складно і супроводжується глибокими кризовими явищами та негативними тенденціями, які загрожують її життєдіяльності.

Саме тому нагальною проблемою сьогодення є розробка теоретичних та практичних аспектів удосконалення функціонування споживчої кооперації з дотриманням кооперативних принципів та засад відповідно до особливостей ринкової економіки. Потрібно проаналізувати переваги та труднощі при здійсненні кооперативної діяльності і визначити завдання стосовно основних напрямків удосконалення функціонування споживчої кооперації як соціально-економічної системи [3, с.5 - 9].

Виклад основного матеріалу дослідження. Однією з основних проблем успішного функціонування підприємств та організацій споживчої кооперації є реформування організаційно-економічного механізму управління ефективністю їх діяльності. Воно значною мірою визначається рівнем розвитку та забезпечення фінансового управління. Це питання є особливо актуальним сьогодні, коли відбуваються докорінні зміни в сфері фінансових відносин, ускладнення ринкової ситуації, постійної зміни зовнішніх і внутрішніх чинників діяльності.

На початку 1990-х рр. у зв'язку із розпадом СРСР і утворенням Співдружності незалежних держав перестала існувати Центроспілка СРСР. Наслідком цього в кожній країні створено центральний орган управління споживчої кооперації, зокрема в Російській Федерації – Центросоюз РФ, в Україні – Укоопспілка, в Республіці Білорусь – Бєлкоопсоюз і т.д. Як правило, ієрархія організаційних форм управління споживчої кооперації в усіх пострадянських країн має спільні риси і виглядає таким чином: споживче товариство – районна спілка споживчих товариств – обласна спілка споживчих товариств – Центральна спілка споживчих товариств [1, с.112 - 135].

Однак, слід зазначити, що історично створена директивна система управління залишається непорушною. Центральні органи управління продовжують нав'язувати нижчим ланкам споживчої кооперації різні плани і завдання, часто обмежуючи їх самостійність. Як і раніше, принижується роль пайовика, який зобов'язаний приймати активну участь в управлінні кооперативом, але його зв'язок з останнім залишається формальним.

На нашу думку, стратегічна перебудова організаційної структури повинна проходити у двох напрямках. По-перше – реформування господарської діяльності, по-друге – реформування управлінської організації.

1) Ключовим елементом у системі споживчої кооперації є економічні відносини, які реалізуються у процесі господарської діяльності на всіх рівнях системи. Суть даного напрямку полягає у тому, щоб адаптувати існуючі економічні механізми і запровадити сучасні методи господарювання або створити нові механізми ринкового типу на засадах самоокупності, самофінансування, комерційного розрахунку.

2) В споживчій кооперації в основному склались прості господарсько-організаційні форми – споживчі товариства. Вони не мають належної економічної і організаційної самостійності і сьогодні виявились найбільш непристосованими до ринкових умов. Тому було б доцільно оптимізувати кількість таких організацій. Практично це можливо зробити шляхом перетворення окремих господарських одиниць в юридичні особи; об'єднання одиниць однакового профілю діяльності та створення економічно самостійних об'єднань [2, с. 260].

Висновки. Отже, у подальшому реформуванні підприємств і організацій споживчої кооперації як в організаційному, так і економічному напрямках, та їх трансформації до ринкового типу, в майбутньому можливе перетворення системи споживчої кооперації на конкурентоспроможного економічного суб'єкта.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Основи кооперації / [Бабенко С. Г., Гелей С. Д., Гончарук Я. А., Пастушенко Р. Я.]. – К.: Знання, 2004. – 470 с.
2. Куцик П. О. Стратегічні напрямки реформування системи відносин споживчої кооперації / П. О. Куцик, Г. П. Красько // Науковий вісник НЛТУ України. – 2011. – № 21(5). – С. 259 – 262.
3. Чукурна О. П. Принципи реформування системи споживчої кооперації України / О. П. Чукурна // Збірник наукових праць Луцького національного технічного університету. – 2010. – №7(26). – С.3 – 14.

УДК 336.144.2 (075)

Біла О. Г., проф. кафедри фінансів і кредиту,
Львівська комерційна академія

ФІНАНСОВЕ ПЛАНУВАННЯ І ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛЬ ЯК ІНСТРУМЕНТ СТАБІЛЬНОГО РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Попередні набутки і зауваження. Питання фінансової стабільності на всіх етапах розвитку споживчої кооперації України було і є одним із першочергових. Особливої ваги воно набуло в умовах економічної кризи перехідного періоду до ринкової економіки, коли інфляція, знецінення власних обігових коштів, дороговизна банківських кредитів, падіння купівельної спроможності населення призвели до різкого падіння обсягів діяльності, неефективного використання виробничих потужностей, росту витратомісткості й збитковості, і як наслідок – до росту неплатоспроможності та втрати фінансової стійкості багатьох кооперативних підприємств [1]. За цих умов споживча кооперація України вже з середини 90-х років підвищила увагу до фінансового планування і фінансового контролю. На замовлення Укоопп-

спілки Львівська комерційна академія під науковим керівництвом О. Г. Білої розробила методичні розробки з удосконалення фінансового планування, аналізу і контролю виконання фінансових планів [2, 3, 4, 5]. Їх практичне застосування дало змогу системі зберегти і примножити власні обігові кошти та, починаючи з 2002 року ліквідувати загальну збитковість і щорічно збільшувати кількість прибуткових підприємств. На кінець 2010 року вони складали уже 99,2% проти 62,7% у 2000 році [1]. Але величина прибутку в середньому на 1 підприємство залишається незначною (19,9 тис грн у 2010 р.) та недостатньою для економічного і соціального розвитку кооперативних підприємств. Реалізоване накладання в торгівлі – основній галузі діяльності – в 2010 році лише на 0,73 відсоткових пункта до обороту перевищувало операційні витрати, що унеможливило фінансові інвестиції на розвиток і модернізацію галузі. Витратомісткість обороту кооперативних підприємств торгівлі в 1,5-2,0 рази вища аналогічних суб'єктів господарювання приватного сектору економіки.

Водночас необхідно зауважити, що зі зменшенням обсягів діяльності кооперативні підприємства основної ланки стали переважно малими підприємствами, фінансові можливості яких обмежені. На таких підприємствах функції фінансового менеджера виконують керівник і головний бухгалтер підприємства, які не в стані здійснювати весь комплекс робіт, пов'язаний з фінансовим плануванням та фінансовим контролем. Вони не складають фінансовий план як бюджет підприємства, а розробляють лише окремі фінансові показники без глибокого економічного обґрунтування і без ресурсної ув'язки основних показників бізнес-плану, що не дає належного ефекту. Такі підприємства не володіють необхідною інформаційною базою для комплексного економічно обґрунтованого фінансового планування. Тому вони не складають фінансового плану, не розробляють альтернативних рішень на випадок невиконання прогнозованих фінансових показників, що не сприяє оперативному прийняттю рішень по забезпеченню фінансової стабільності. Стабільному розвитку кооперативних підприємств не сприяє також сучасний внутрівідомчий фінансовий контроль.

Теоретичні обґрунтування. Ефективне управління фінансами можливе при плануванні всіх грошових потоків, пов'язаних з кругооборотом виробничих фондів, формуванням і використанням грошових доходів та власного капіталу підприємства. Управлінські рішення втілюються в розробку та виконання фінансових планів. Їм передує науковий аналіз тенденцій розвитку підприємства, варіативне передбачення майбутнього розвитку та оцінка можливих наслідків прийнятих рішень.

Розробка річного фінансового плану пов'язана з:

- ресурсним збалансуванням кругообороту виробничих фондів на засадах самоокупності та ліквідності боргових зобов'язань;
- створенням передумов фінансової стійкості, платоспроможності і кредитоспроможності, необхідних для забезпечення виконання прогнозованих обсягів операційної та інвестиційної діяльності;
- отриманням чистого прибутку на вкладений капітал у розмірі, необхідному для виплати дивідендів членам (учасникам) кооперативу, самоокупності (як мінімум) і самофінансування;
- розподілом чистого прибутку;
- розробкою альтернативних підходів на випадок відхилень від прогнозованих основних показників для оперативного реагування і прийняття відповідних рішень.

Економічно обґрунтований фінансовий план, узгоджений зі споживспілкою, до складу якого входить кооперативне підприємство, треба розглядати як бюджет підприємства, в якому у балансовій ув'язці відображені прогнозовані доходи, витрати і очікувані фінансові результати. Виконання бюджету дає змогу підприємству досягти фінансової стабільності, забезпечити конкурентоспроможність у ринковому середовищі.

Теоретичні основи складання фінансового плану та назрілі проблеми викладені у працях багатьох науковців, зокрема вказаних у списку використаних джерел [4, 6, 7, 8, 9, 10, 11].

Економічно обґрунтований фінансовий план для підприємства – це:

- економічний прогноз фінансової стійкості, рентабельності, платоспроможності та ліквідності;

- основа для мобілізації, розміщення та ефективного використання власного і сукупного капіталу;

- програма формування і використання чистого доходу, валового і чистого прибутку та запобігання збитковості;

- важливий інструмент управління фінансами в процесі оперативного і підсумкового контролю виконання показників плану та забезпечення стабільного розвитку кооперативних підприємств.

Висновки. Втілення в життя повноцінного фінансового планування і дієвого фінансового контролю потребує об'єднання малих підприємств у крупні фінансово сильні господарюючі суб'єкти, здатні найняти висококваліфікованих фінансових менеджерів, які володіють методикою і сучасним інструментарієм розробки фінансового плану та здійснення фінансового контролю. Варто зазначити, що налагодження комплексного підходу до розробки фінансового плану мобілізує увесь апарат управління працювати більш ефективно і результативно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Центральна спілка споживчих товариств України. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2006-2010 рр. – К.: Укоопспілка. – С. 61-90.
2. Методичні рекомендації з нормування власних оборотних коштів організацій і підприємств споживчої кооперації. – Київ: Центральна спілка споживчих товариств України, 1995. – 13 с.
3. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану організацій і підприємств споживчої кооперації. – Київ: Центральна спілка споживчих товариств України, 1998. – 23 с.
4. Методичні рекомендації зі складання фінансового плану торговельного підприємства. – К.: Центральна спілка споживчих товариств України, 2001. – 49 с.
5. Методичні рекомендації з аналізу і оцінки фінансового стану підприємств. – К.: Центральна спілка споживчих товариств України, 2005. – 91 с.
6. Біла О. Г. Фінансове планування і прогнозування: навчальний посібник / О. Г. Біла. – Львів: Компакт-ЛВ, 2005. – 312 с.
7. Порядок складання, затвердження та контролю виконання фінансових планів державних підприємств, акціонерних, холдингових компаній та інших суб'єктів господарювання, у статутному фонді яких більше 50 відсотків акцій (часток, паїв) належить державі, та їх дочірніх підприємств. // Наказ Міністерства економіки України від 21.06.2005 р. № 173.
8. Орлов О. О. Планування прибутку підприємства в умовах ринкової економіки: моногр. / О. О. Орлов, Є. Г. Рясник, Н. І. Павловські. – Хмельницький: ХНУ, 2009. – 155 с.
9. Біла О. Г. фінансове планування ц фінансова стабільність підприємств / О. Г. Біла. // Фінанси України. –2007. – №4. – С. 112-118.
10. Марцин В. С. Планування як основна складова процесу фінансової діяльності / В. С. Марцин. // Фінанси України. – 2008. – №4. – С. 23-30.
11. Крамаренко Г. О. Фінансовий аналіз і планування / Г. О. Крамаренко – К.: Центр навчальної літератури, 2003. – 224 с.

УДК 334.73:368

Черевко Х. Л., асист. кафедри фінансів і кредиту,
Львівська комерційна академія

РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СТРАХОВИХ КООПЕРАТИВІВ У РОЗВИТКУ СИСТЕМИ СТРАХУВАННЯ

1. Актуальність теми дослідження. Страховий ринок є одним з основних елементів ринкової інфраструктури. У світовій економіці ефективне функціонування страхового ринку сприяє підвищенню стійкості фінансово-економічної системи, забезпечує добробут та стабільний розвиток суспільства.

Основна частина страхових компаній є комерційними структурами, що ставлять на чільне місце прибутковість страхових операцій. Така тенденція не завжди відповідає первісному значенню страхування. Страхові компанії повинні в першу чергу виконувати соціальну функцію перерозподілу ризиків між господарськими суб'єктами на населенням, а також забезпечувати відшкодування збитків, що спричинені несприятливими подіями. На противагу цьому, страховики, прагнучи максимізувати прибуток, вдаються до зловживань, користуючись недосконалістю страхового законодавства в нашій державі. Це зокрема призводить до необґрунтованих відмов у виплаті страхового відшкодування, що підриває довіру населення до страхової системи.

Зважаючи на такі обставини, у нашій державі назріла потреба у переході страхового ринку на новий етап розвитку. Це зокрема можливо за умов поширення в Україні страхових кооперативів та товариств взаємного страхування. Основою діяльності таких форм страхових компаній є принцип взаємодопомоги. Досвід розвинених промислових країн свідчить, що така форма організації страхового бізнесу додасть лояльності та демократичності страховикам та приверне увагу споживачів страхових послуг.

2. Організаційно – правові форми ринку страхових послуг. Оганізаційно-правовими формами ринку страхових послуг у промислово-розвинутих країнах є наступні:

- Акціонерні компанії;
- Приватні підприємства і товариства;
- Державні та змішані страхові організації;
- Корпорації;
- Товариства взаємного страхування;
- Страхові кооперативи;
- Спільні підприємства [3, ст. 201].

У зарубіжній теорії та практиці термін "кооперативне страхування" використовується для визначення діяльності, що здійснюється страховими організаціями, які мають організаційно-правову форму споживчого кооперативу (тобто страховими кооперативами).

Згідно з визначеннями в економічній літературі страхові кооперативи (англ. insurance cooperatives) – це об'єднання осіб, організоване для забезпечення покриття застрахованих ризиків, що формують фонд виплат за рахунок пайових внесків і діють на неприбутковій основі. На страхових ринках промислово-розвинутих країн страхові кооперативи займають певний сегмент сектора взаємного страхування [1].

За економічною природою страхові кооперативи є дуже близькими до товариств взаємного страхування.

Спільність інтересів страхових кооперативів і товариств взаємного страхування проявляється у створенні ними спільних добровільних об'єднань з метою обміну інформацією, захисту спільних інтересів на міжнародному рівні та здійснення іншої подібної діяльності. Таке спільне добровільне об'єднання Асоціація взаємних страхових компаній та страхових кооперативів в Європі (AMICE) виникло, у січні 2008 р. шляхом злиття двох організацій – Міжнародної асоціації взаємних страхових компаній (AISAM) та Асоціації європейських кооперативів і взаємних страхових компаній (ACME) [4].

Відмінності страхового кооперативу від товариства взаємного страхування полягають у тому, що кооператив створюється на основі об'єднання його членами майнових пайових внесків; майно кооперативу поділено на паї і доходи. У суспільстві взаємного страхування майно не поділяється на частки. Крім того, доходи, отримані страховим кооперативом від підприємницької діяльності, що здійснюється кооперативом відповідно до закону та статуту, розподіляються між його членами.

Таким чином, відмінності таких організаційно-правових форм, як товариство взаємного страхування і страховий кооператив пов'язані не з методом створення страхових продуктів, а з поділом або відсутністю поділу капіталу цих організацій на частки, а також з обсягом прав членів кожної з цих організацій на отримання виплат інших, ніж страхове відшкодування.

Важливо те, що і в товаристві взаємного страхування, і в страховому кооперативі отримання прибутку не є основною метою. Члени страхового кооперативу, як і члени товариства взаємного страхування, об'єднуються для забезпечення страхового захисту своїх майнових інтересів. У всьому світі, як свідчить досвід, кооперативами можуть називатися організації, створені за принципом товариств взаємного страхування.

Страхові кооперативи поширені у таких промислово-ровинутих країнах як Німеччина, Великобританія, Іспанія, Італія, Франція, Японія. Згідно з аналітичними матеріалами, опублікованими Асоціацією товариств взаємного страхування та страхових кооперативів Європи (Association of Mutual Insurers and Insurance Cooperatives in Europe; AMICE), першість за кількістю страхових кооперативів серед країн Західної Європи утримують Нідерланди, Фінляндія та Австрія. Серед напрямків страхові кооперативи найбільшу увагу приділяють агрострахуванню, фермерському та медичному страхуванню.

Найбільш знаними страховими кооперативами промислово-розинутих країн є “Mobiliar” (Швейцарський фонд страхування майна), “Hallesche Krankenversicherung auf Gegenseitigkeit” (Кооператив з медичного страхування – Німеччина), страховий кооператив “Картаусе Іттінген” (агрострахування – Швейцарія). У Японії також поширені кооперативи, що займаються фермерським страхуванням [4].

Кооперативні страхові організації приймають всіх без виключення, гарантуючи кожному компенсацію в обумовлених контрактом випадках. Кооперативне страхування контролюється всіма членами кооперативу і тому розвивається раціонально. Малі внески роблять кооперативні страхові організації більш привабливими для страхувальників, що посилює їх конкурентні позиції на національному ринку страхування.

3. Висновки. Потреба в розвитку страхових кооперативів в Україні, як однієї з найдавніших класичних форм страхового захисту, зростає, оскільки:

- фінансовий стан потенційних страхувальників, а зокрема їх платоспроможність, гостро потребують надання їм страхових послуг на безприбутковій основі;
- потенційним страхувальникам потрібна, поряд з жорсткою регламентацією комерційного страхування, наявність більш демократичних і м’яких форм здійснення страхування, оскільки за будь-яких обставин вони ризикують власними коштами при трансфері ризику страховиком;
- потенційні страхувальники зацікавлені в тому, щоб на вітчизняному страховому ринку дійсно була присутня здорова конкуренція серед страховиків різних організаційних форм і типів;
- зростає незабезпечений попит на страхування в агропромисловому комплексі, в т.ч. на страхування сільськогосподарських виробничих ризиків внаслідок того, що вимушено монопольне, комерційне страхування не здатне в повному обсязі задовольнити потреби сільськогосподарських товаровиробників як за якістю пропонованих послуг, так і за їх високою вартістю.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Навроцький С. А. Розвиток товариств взаємного страхування в АПК / С. А. Навроцький. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://forinsurer.com/public/02/12/04/139.
2. Основи кооперації: навч. посіб. / [С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей, Я. А. Гончарук, Р. Я. Пастушенко]. – К.: Знання, 2004. – 470 с.
3. Страхування: підручник / [керівник авт. колективу і наук. ред. С. С. Осадець]. – [вид. 2-ге, перероб. і доп.] – К.: КНЕУ, 2002. – 599 с.
4. Страхування у промислово розвинутих країнах світу. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dsam.donetsk.ua/?p=660.
5. Твердомед К. Кооперативне страхування в Україні в період непу (1921–1929) / К. Твердомед // Право України. – 2003. – № 2. – С. 135–139.

СЕКЦІЯ „АСПЕКТИ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД”

УДК 339.138

Прохоренко К. М., к. е. н., доц. кафедри маркетингу,
Балук Н. Р., к.е.н, доц. кафедри маркетингу,
Муха С. М., магістр,
Львівська комерційна академія

ВИЯВЛЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПОЗИЦІЙ ОРГАНІЗАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА РИНКУ

Вступ. З кожним роком конкуренція на ринку товарів в Україні посилюється. Значною мірою це стосується і підприємств та організацій споживчої кооперації. Тому виявлення можливостей посилення конкурентних позицій цих підприємств на ринку є актуальним.

Наука і практика розробили ряд прийомів і методів дослідження даної проблеми. Перелік задач кожної конкретної ситуації полягає у виборі найбільш сприйнятливого комплексу цих методів з метою формування стабільного конкурентного потенціалу підприємства та організації.

Конкурентні позиції кооперативних організацій. Відпрацювання даної проблеми було здійснено на прикладі Здолбунівської райспоживспілки за даними 2005-2011 рр.

В першу чергу досліджуються особливості ринку споживчих товарів та становище на ньому райспоживспілки.

1. Визначається загальна тенденція на ринку. Нею виявились зростання роздрібного товарообороту, проте темпи приросту є змінними. Стабілізація цих темпів приросту вимагає активізації впливу підприємств на ринок.

2. Виявляється зміна структури учасників ринку. Спостерігається поступове зменшення кількості підприємств споживчої кооперації або через їх укрупнення, або через їх вихід з ринку, зміну форми власності. Проте частка ринку райспоживспілки не збільшилась, що свідчить про недостатньо ефективне використання власних ресурсів та потенціалу.

3. Аналізується демографічна ситуація в районі та її тенденції. Визначена стійка тенденція до зменшення кількості населення району, а це призводить до скорочення кількості фактичних та потенційних покупців і, як наслідок, до посилення конкурентної боротьби на ринку.

4. Виявляється динаміка та структура витрат домогосподарств регіону. Динаміка витрат зростаюча, стійка, проте в структурі витрат витрати на продтовари перевищують витрати на непродтовари у два рази. Це зумовлено невисоким рівнем доходів населення і не є сприятливим фактором підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій споживчої кооперації.

5. Досліджується фінансовий стан підприємства (організації). Результати: відсутня потрібна кількість обігових коштів, низький рівень рентабельності активів, платоспроможності і фінансової стійкості, значна залежність від зовнішніх джерел фінансування. Додаткові дослідження показали, що ці результати значною мірою є наслідком неефективного використання наявного капіталу.

6. Здійснюється прогноз роздрібного товарообороту підприємства (організації). Розрахунки показали, що тенденція росту продажу при відповідних умовах може зберегтися.

7. Аналізується ефективність товарної політики. Виявлена невідповідність структури товарообороту райспоживспілки і структури витрат домогосподарств. Зокрема, частка непрод-

товарів у роздрібному товарообігу райспоживспілки близько 9%, а в структурі витрат домогосподарств близько 32%. Висновок: товарна пропозиція непродтоварів райспоживспілки не відповідає структурі попиту на них. Недостатню ефективність товарної політики райспоживспілки підтвердив і АВС – аналіз.

8. В доповнення до аналізу товарної політики визначається ефективність управління товарними запасами, зокрема рівень покриття ними потреби в товарах та рівень оборотності товарних запасів. В райспоживспілці наявні товарні запаси покривали потребу в них лише в середньому на 79,0 %. Це викликало і зниження оборотності товарів.

9. Оцінку цінової політики доцільно здійснити за критеріями покриття, стабільності, прибутковості та конкурентоспроможності, а також за методом розрахунку цін. Критерії в незначній мірі коливались навколо критичних значень. У той час ведення торгової діяльності лише на основі цін, розрахованих витратним методом, послаблює конкурентоспроможність організації.

10. Дослідження політики розподілу потребуватиме аналізу структури каналів та оцінки кожного рівня каналів розподілу, зокрема рейтингової за допомогою експертного опитування. Наявність одного посередника гуртово-роздрібного об'єднання – спричиняє перебої з постачанням товарів, підвищення роздрібних цін та збільшення рівня витрат обертання.

11. Ще одним фактором, який має впливати на формування конкурентних переваг організації, є її політика проштовхування. В досліджуваній райспоживспілці, а також інших організаціях споживчої кооперації на реалізацію цієї політики кошти практично не виділяються, хоча мали би складати біля 3% від роздрібного товарообороту.

Оцінку стратегічних можливостей райспоживспілки доцільно здійснювати за допомогою експертних оцінок матрицею SPACE. Досліджувана Здолбунівська райспоживспілка потрапила в зону оборонного становища. Для виведення її в зону агресивного становища необхідні додаткові фінансові ресурси. В той же час за матрицею «Дженерал Електрік-МаКінзі» райспоживспілка потрапила в третій квадрат матриці «ДЕМ», що свідчить про знаходження організації в зоні розвитку. Аналіз факторів показав, що райспоживспілка має всі підстави для прийняття і застосування стратегії розвитку.

Висновки. Отримані результати переконують, що втілення в життя заходів, розроблених на основі аналізів факторів переваг, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності Здолбунівської райспоживспілки. А запропоновані підходи можуть бути використані в практиці діяльності і інших подібних організацій споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гайдук В. А. Фактори конкурентоздатності суб'єктів на товарних ринках / В. А. Гайдук // Економіка та держава. — 2007. —№ 3. — С. 21-23.
2. Васильців Т. Г. Напрями підвищення конкурентоспроможності підприємства на ринку споживчах товарів / Т. Г. Васильців // Науковий вісник ЛКА. — 2007. — № 3. — С. 26-31.
3. Голда Н. Маркетинговий аспект управління конкурентоспроможністю / Н. Голда // Галицький економічний вісник. — 2008. — № 2(17). — С. 49-55.
4. Голубков Е. П. Маркетинговые исследования : теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – М. : Финпресс, 1998. – 431 с.
5. Ткачук Г. Ю. Дослідження методичних підходів оцінки конкурентоспроможності підприємства: [Електронний ресурс] / Ткачук Г. Ю. — Режим доступу : http://www.rusnauka.com/4._SVMN_2007/Economics/19922.doc.htm.
6. Дробенко Л. Альтернативні стратегії підвищення прибутковості кооперації / Л. Дробенко // Ринок цінних паперів України. — 2009. — № 2. — С. 44-56.
7. Савченко С. М. Загальні оцінки конкурентоспроможності підприємства [Електронний ресурс] / С. М. Савченко // Національний технічний університет України “КПІ”. — Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/articles/2003/03klinko.htm.

8. Костусєв О. Тенденції розвитку конкурентного середовища на ринках послуг оптової та роздрібної торгівлі та проблеми відносин економічної залежності / О.Костусєв, В.Талах // Конкуренція (Вісник антимонопольного комітету України). — 2008. — №1. — С. 33-39.
9. Лошеню І. Р. Сучасні методи досягнення конкурентних переваг у роздрібній торгівлі / І. Р. Лошеню // Науковий вісник ПУСКУ. – 2005. – №1. – С. 125-129.
10. Маркіна І. А. Як адаптуватися до ринку: реформування споживчої кооперації / І. А. Маркіна // Вісті. ДВ. – 2006. – 3 листопада. – С. 71-75.
11. Мягких І. М. Аналіз і оцінка використання ресурсного потенціалу в системі споживчої кооперації / І. М. Мягких // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1. – С. 136-143.
12. Напрямки посилення конкурентоспроможності торговельного підприємства: [Електронний ресурс]. — Режим доступу :http:// revolution.allbest.ru/economy/0015920_0.html.

УДК 339.138

Іванова Л. О., к.е.н., доц., кафедри маркетингу,
Львівська комерційна академія

ЗАСАДИ ЕФЕКТИВНОГО ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГУ КООПЕРАТИВНИМИ ТОРГОВЕЛЬНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Вступ. Особливості використання маркетингового інструментарію в системі споживчої кооперації зумовлені як визначальними ознаками самої системи (система споживчої кооперації – це багатогалузева система, яка поєднує виробничі, заготівельні, торговельні та ін. підприємства), так і особливими сегментами споживачів (пайовики споживчої кооперації, виробники аграрної продукції, жителі сільської місцевості). Визначати і реалізовувати найпріоритетніші напрями обслуговування таких груп споживачів, всебічно задовольняти їх потреби покликані кооперативні торговельні підприємства. Для успішного виконання цих завдань в умовах ринкової економіки кооперативним торговельним підприємствам важливо не тільки вдосконалювати свою внутрішньогосподарську діяльність, але й застосовувати сучасну філософію управління, засновану на системному та ситуаційному підході. Саме такий підхід забезпечує маркетинг, який дозволяє визначати стратегію і тактику кооперативних торговельних підприємств, спрямованих на задоволення потреб ринку, орієнтацію на споживача, зміцнення позицій на ринку, підвищення на цих засадах привабливості кооперативної торгівлі.

Проблеми маркетингового планування повсякчас перебувають у дослідницькому полі закордонних і українських вчених [1,2, 5]. Чільна увага при цьому приділяється висвітленню основних аспектів плану маркетингу як розділу комплексного бізнес-плану розвитку підприємства. В сучасних умовах господарювання торговельних підприємств споживчої кооперації важливо також вміти розробляти комплекс тактичних маркетингових заходів, які дозволяють покращити їх становище в зайнятих сегментах ринку і освоювати нові, тобто мова йде про розуміння плану маркетингу не тільки в широкому, але і у вузькому смислі цього поняття.

Переважна більшість кооперативних торговельних підприємств здійснюють свою маркетингову діяльність без жодних планів, мотивуючи тим, що ринок змінюється дуже швидко, що немає фахівців і т.п. На наш погляд, проблема є глибшою і полягає у подоланні психологічного бар'єру господарських чиновників та фахівців кооперативної торгівлі щодо необхідності використання процедури маркетингового планування та її ретельної розробки.

Особливості кооперативних організацій. Навколишнє маркетингове середовище постійно впливає на функціонування кооперативних торговельних підприємств, а це потребує оперативного прийняття різноманітних маркетингових рішень. Саме для ефективної організації маркетингової діяльності кооперативних торговельних підприємств дуже важливо чітко розпланувати всі її етапи, тобто здійснювати планування маркетингу. Планування маркетингової діяльності кооперативних торговельних підприємств дає змогу:

–чітко сформулювати кінцеві цілі та завдання підприємства;

–правильно розподілити наявні ресурси;

–якнайповніше урахувати потреби цільових споживачів;

–оцінити сильні та слабкі сторони підприємства;

–розробити заходи для досягнення запланованого.

На практиці план маркетингової діяльності розробляється як складова частина стратегічного плану кооперативного торговельного підприємства. Кожне підприємство виходить з того, що його ресурси (земля, капітал, праця) обмежені, а тому необхідно використовувати їх якнайкраще. Головне завдання плану маркетингу – знайти і використати усі можливості, що дозволять зміцнити власні позиції на ринку і успішно вести конкурентну боротьбу. У практичному розмінні план маркетингу виконує такі функції: пізнавальну, координаційну, мотивацій, контрольну.

Планування маркетингу у торговельних підприємствах споживчої кооперації передбачає:

– систематичне і своєчасне виявлення потреб споживачів, щоб отримати відповіді на запитання: що вони хочуть купувати?, скільки?, коли?, як?, де?;

– постійне оцінювання ринку, змін його кон'юнктури;

– систематичний аналіз конкурентів та їх ринкових позицій, намірів конкурентів щодо ринку і споживачів для пошуку відповіді на запитання: Які сильні сторони конкурентів? Яких саме небезпек від них очікувати? Яку стратегію маркетингу стосовно цього застосувати?

– постійне дослідження сильних і слабких сторін торговельного підприємства, його можливості та небезпеки в навколишньому середовищі;

– оптимальне розміщення засобів та їх раціональне використання для реалізації маркетингових завдань.

Таким чином, план маркетингу, що базується на глибоких маркетингових дослідженнях, допоможе кооперативному торговельному підприємству розкрити власні можливості, адаптуватися на ринку, відчувати себе впевненіше в динамічному і жорсткому середовищі сучасного торговельного бізнесу. Важливо, щоб керівництво і фахівці торговельної сфери споживчої кооперації усвідомили необхідність реального планування маркетингової діяльності для того, щоб передбачити зміни навколишнього маркетингового середовища і оперативно реагувати на них, бути готовими до непередбачуваних обставин та, зрештою, мати кращу узгодженість у роботі.

В основі ефективного планування маркетингу лежить декілька принципів, які рекомендується дотримуватися кооперативним торговельним підприємствам:

1) план маркетингу кооперативного торговельного підприємства по можливості повинен бути досить гнучким і при необхідності легко адаптуватися до змін ринку;

2) плануванням повинен займатися насамперед той персонал, який потім буде втілювати в життя розроблені плани;

3) план маркетингу кооперативного торговельного підприємства повинен бути погоджений з іншими планами підприємства і забезпечувати досягнення головної мети підприємства;

4) план маркетингу кооперативного торговельного підприємства не повинен обмежувати підприємницькі ініціативи.

Водночас потрібно врахувати, що складаючи план маркетингу кооперативного торговельного підприємства не можна передбачити усі різноманітні обставини і події, що можуть виникнути. Тому контроль за реалізацією маркетингових заходів повинен стати обов'язковим аспектом роботи кооперативного торговельного підприємства. Вибір форми маркетингового контролю доцільного узгоджувати з оцінкою результатів реалізації плану маркетингу кооперативного торговельного підприємства.

Висновок. Таким чином, ефективне планування маркетингу кооперативними торговельними підприємствами дозволить чіткіше оцінювати ринкову ситуацію та її можливі наслідки, вживати заходи щодо контролю ситуації, проводити своєчасну корекцію стратегії і тактики кооперативного торговельного підприємства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Завгородняя А. В. Маркетинговое планирование / А. В. Завгородняя, Д. О. Ямпольская. — СПб.: Питер, 2002. —352 с.
2. Тарасюк Г. М. Бізнес-план: розробка, обґрунтування та аналіз / Г. М. Тарасюк. — К.: Каравелла, 2006. — 280 с.
3. Темпорал П. Роман с покупателем / П. Темпорал, М. Гротт; [под ред. Ю. Н. Контуревского; пер. с англ.] — СПб.: Питер, 2008. — 224 с.
4. Шредер К. Специализированный магазин: как построить прибыльный бизнес в розничной торговле / Кэрол Шредер; [пер. с англ.]. — М: Альпина Бизнес Букс, 2010. – 384 с.
5. Ясинський В. В. Бізнес-планування / В. В. Ясинський, О. О. Гайдей. — К: Каравела, 2004. — 233 с.

УДК 658.324:336(075.8)

Бойчук І. В., к.е.н., доц. кафедри маркетингу,
декан факультету міжнародних економічних відносин,
Львівська комерційна академія

ПРОЦЕС ПЛАНУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ІНТЕРНЕТІ

Вступ. Планування діяльності кооперативних підприємств в умовах ринкової економіки стає необхідною складовою для приведення їх роботи до вимог ринку. Використання при цьому маркетингу забезпечує основу для прийняття правильних управлінських рішень і знижує ризик, сприяє пошуку більш ефективних напрямів дій при існуванні досить обмежених фінансових можливостей у підприємствах споживчої кооперації.

Особливої актуальності за цих умов набуває використання сучасних можливостей глобальної мережі й інтернет-технологій, які активно входять у різні сфери економіки. Незважаючи на швидкі темпи розвитку Інтернету, його використання в діяльності кооперативних підприємств залишається низьким. Не всі підприємства споживчої кооперації мають вихід у мережу і електронні поштові скриньки, тим паче власні веб-сторінки.

Аналіз останніх публікацій. Виходячи з маркетингового підходу, саме продавці повинні володіти інформацією про вподобання покупців, про чинники, що впливають на попит місцевого населення, економічні та демографічні фактори, що формують товарооборот (кількість та структуру населення, розмір доходів, значимі для села події, що можуть збільшити продаж товарів магазином), про наявність і характер конкурентів [1].

На відміну від існуючої системи планування, при розробці плану на основі маркетингу існує припущення про те, що майбутнє неодмінно має екстраполюватися з минулих тенденцій розвитку. Але основою планування повинен виступати аналіз перспектив розвитку кооперативних підприємств із визначеними допущеннями про зміни на ринку товарів [2]. Ігнорування маркетингових підходів у плануванні діяльності призводить до збільшення незадоволеного попиту населення, втрати ринкових позицій, зменшення товарообороту і, як результат, погіршення фінансових показників.

Не маючи змоги проводити маркетингові дослідження споживачів, кооперативні підприємства у процесі планування повинні орієнтуватись на поетапну реалізацію можливостей використання глобальної мережі при плануванні власної маркетингової діяльності.

Маркетингові підходи для кооперативних організацій. Підвищення ефективності управління господарськими процесами в споживчій кооперації передбачає зміцнення її конкурентних позицій на ринку і реалізацію якісної соціальної політики на селі, яка згідно зі „Стратегією розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.)” вказує на задоволення потреб не тільки своїх пайовиків, а й сільського населення, що проживає в зоні обслуговування сис-

теми [3]. Одним із напрямів реалізації цієї стратегії є введення Програми інформатизації споживчої кооперації України на 2011-2015 рр., яка затверджена на XX з'їзді споживчої кооперації України [4].

Послідовність процесу формування системи маркетингу підприємства в Інтернеті на базі використання його веб-сервера і визначення специфіки проведення окремих етапів планування маркетингової діяльності в мережі розглядались нами в різних публікаціях, присвячених цій тематиці [5]. Про важливість і доцільність застосування Інтернету в повсякденній діяльності традиційних фірм різного масштабу та переваги віртуального середовища у бізнес-практиці сказано також багато [6, 7]. Проте в наукових працях ще мало приділяється уваги використанню мережі підприємствами споживчої кооперації [8], яка поки має недостатню кількість офіційних веб-сайтів, які за інформативністю і технологічністю не відповідають сучасним вимогам.

В основі процесу планування маркетингової діяльності кооперативного підприємства в глобальній мережі повинен бути його веб-сервер, для якого на початку створення обирається головна ідея. Унікальність ідеї сервера, дизайн і вибрані моделі продажів забезпечать однозначну ідентифікацію його користувачами серед безлічі інших веб-серверів Інтернету.

Наступним етапом є проведення маркетингових досліджень з метою аналізу конкурентів і придатності продукції підприємства для продажу в мережі. Як інструменти пошуку варто використовувати пошукові машини і каталоги, “жовті сторінки” і тематичні сервіси Інтернету. Доцільно також затратити час на вивчення існуючих технічних можливостей мережі на предмет вивчення новітніх технологій реалізації сервера.

При визначенні цільового сегмента споживачів доцільно скласти опис цільової аудиторії, на яку буде орієнтований веб-сервер підприємства та врахувати рівень її представлення в мережі. Після цього варто перейти до формування плану рекламної кампанії в Інтернеті для інформування всіх потенційних користувачів про представлення підприємства в мережі. Для цієї мети використовують традиційні заходи рекламування веб-сервера.

Важливим етапом планування роботи в мережі є створення бюджету для оцінки ресурсів підприємства і аналізу витрат на маркетингові заходи. Присутність у мережі через веб-сервер може принести прибуток у вигляді підвищення іміджу торгової марки підприємства, просування його товарів, залучення нових споживачів, появи нового каналу поширення продукції, поліпшення обслуговування клієнтів, зменшення збутових витрат тощо.

Формування процесу планування маркетингу на основі веб-сервера кооперативного підприємства вимагає значних інвестицій, тому необхідно знайти джерела його фінансування. Один зі шляхів вирішення проблеми є використання інвестиційних коштів, для залучення яких варто підготувати бізнес-план діяльності підприємства в Інтернеті. Він повинен давати чітке уявлення про сферу діяльності, проблеми, з якими розробники проекту можуть зіткнутися під час її ведення, і про очікувані результати діяльності.

Висновки. Планування маркетингової діяльності для кооперативних підприємств із використанням інформаційних і комунікаційних переваг Інтернету дозволяє розробляти комплекси взаємопогоджуваних заходів у сфері товарної, цінової, збутової та стимулюючої політики з урахуванням можливої реакції конкурентів та інших загроз з боку зовнішнього оточення.

Враховуючи комплексний підхід до ринкових факторів та наявності власних ресурсів, таке планування дасть змогу ефективно використовувати переваги маркетингу в господарській діяльності, гнучко реагувати на зміни попиту, аналізувати сприятливі можливості та вчасно виявляти загрози, підтримувати постійний зв'язок з фактичними і потенційними споживачами в межах своєї зони обслуговування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Юрко І. В. Планування торговельної діяльності на основі маркетингу. [Електронний ресурс] / І. В. Юрко // Українська кооперація: науковий журнал ВНЗ Укоопспілки „Пол-

тавський університет економіки і торгівлі". – № 4. – 2011. – Режим доступу: http://www.-ukrcoop-journal.com.ua/
2. Планування в підприємствах і організаціях споживчої кооперації: стан і перспективи розвитку: монографія / [за редакцією доц. А. А. Фастовець]. – Полтава: РВЦ ПУСКУ, 2008. – 157 с.
3. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) / [кер. авт. кол. С. Г. Бабенко]. – К.: Укоопспілка, 2004. – 62 с.
4. Постанова ІІІ зборів ХХ скликання Ради центральної ССТ України від 10.11.2010 (Про Програму інформатизації споживчої кооперації України на 2011-2015 роки). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.licasoft.com.ua/component/lica/.
5. Бойчук І. В. Послідовність формування системи маркетингу підприємства в середовищі Інтернету / І. В. Бойчук // Формування ринкової економіки : збірник наукових праць. – Спец. випуск: Маркетингова освіта в Україні. – К.: КНЕУ, 2011. – С.430-440.
6. Уилсон Р. Планирование стратегии Интернет-маркетинга / Р. Уилсон. – М.: Издательский Дом Гребенникова, 2003. – 264 с.
7. Хэнсон У. Internet-маркетинг/ У. Хэнсон: [пер. с англ. под ред. Ю. А. Цыпкина]. – М.: Юнити-Дана, 2001. – 527 с.
8. Литовченко І. Л. Методологічні аспекти Інтернет-маркетингу: монографія / І. Л. Литовченко. – К.: Наукова думка, 2009. – 96 с.

УДК 338.45

Корягіна С. В., к.е.н., доц. кафедри маркетингу,
Львівська комерційна академія

НАПРЯМИ МАРКЕТИНГОВОГО АУДИТУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У ПІСЛЯКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Актуальність. Запорукою успіху будь-якого підприємства на ринку є вміння знайти і задовольнити потреби споживачів. Підприємства споживчої кооперації забезпечують потреби значної частини споживачів в Україні, причому, переважно мешканців сільської місцевості. Не зважаючи на це, у сучасних конкурентних умовах господарювання кооперація втрачає свої позиції під тиском конкурентного середовища зі сторони приватних, державних та інших господарюючих суб'єктів. Тому для кооперативних підприємств стає актуальним пошук засобів підвищення конкурентноздатності та прибутковості.

На нашу думку, одним з таких засобів є аудит маркетингової діяльності як кооперації в цілому, так і її окремих структурних одиниць. З метою визначення проблем у системі маркетингу кооперативних підприємств, превентивного виявлення невідповідності їх стану вимогам ринкового середовища, а також розробки рекомендацій щодо зменшення таких невідповідностей необхідно здійснювати маркетинговий аудит.

Стан розробки проблеми в науці і практиці. Питанням маркетингового аудиту присвячені окремі праці як вітчизняних, так і закордонних вчених: О. В. Амельницька [1], Л. В. Балабанова і А. А. Балабанець [2], С. С. Гаркавенко [3], Я. Дадьо [4], Т. Є. Дерев'янченко [5], В. Кулаков і Р. Бєлоусова [7], Уілсон Обрі [8], К. Файзулаєва [9] та інші. Деякі науковці вважають, що дотепер не існує належно розробленої методології маркетингового аудиту [4]. Проблемою в даному питанні є відсутність загальноприйнятого наукового підходу до проведення аудиту маркетингу як нового виду оцінки. На сьогоднішній день існують окремі методики різних авторів з аудиту маркетингу, але в більшості своїй вони орієнтовані на контроль маркетингу [1, с.50]. Тим не менш консенсус щодо основних характеристик та методик маркетингового аудиту складається.

Теоретичні положення. Сьогодні на ринку консалтингових послуг ми зустрічаємося з різними видами аудиту. Одним з них є маркетинговий аудит, який в останні роки набуває все

більшої популярності як своєрідний засіб інспектування, ревізії маркетингової діяльності підприємства, оцінки рівня активності та контролю реалізації маркетингових рішень на підприємстві.

Напрями (складові) маркетингового аудиту, запропоновані різними авторами, наведено у таблиці 1.

Таблиця 1

Напрями (складові) маркетингового аудиту

Напрями маркетингового аудиту	Автор
– цілі і стратегії маркетингу; – маркетингове планування; – ринок і його структури; – процеси інновацій і підготовки нових продуктів; – внутрішня та зовнішня комунікації фірми; – імідж фірми; – фінансові результати маркетингової діяльності; – якісні аспекти маркетингу тощо	Я. Дадьо
– маркетингове середовище: макросередовище (демографічне, економічне, технологічне, політичне, культурне, екологічне) та мікросередовище (ринки, покупці, конкуренти, розподіл, постачальники, громадськість тощо); – маркетингові стратегії; – організація маркетингу (формальна структура, функціональна ефективність, ефективність взаємодії); – маркетингова продуктивність (прибутковість, ефективність витрат); – маркетингові функції	Ф. Котлер
– маркетингове середовище; – стратегії маркетингу; – організація служби маркетингу; – види маркетингової діяльності; – результативність маркетингу; – функціональні складові маркетингу	С. Скибінський

Якісний маркетинговий аудит повинен здійснюватися так, щоб надати можливість зрозуміти ефективність окремих систем і функцій кооперативних підприємств. Тому напрямами маркетингового аудиту повинні бути:

✓ аудит маркетингового середовища кооперативних підприємств, тобто аудит конкуренції, споживача, аудит дистрибуції, аудит постачальників і відношення громадськості;

✓ аудит маркетингової стратегії кооперативних підприємств, коли: маркетингові аудитори досліджують, чи має підприємство визначену стратегію розвитку, як підприємство реалізує свої цілі і стратегію щодо зовнішнього середовища і внутрішніх можливостей;

✓ аудит маркетингових систем кооперативних підприємств: перевіряється система маркетингової інформації, планування маркетингу, розвиток нового продукту;

✓ аудит комплексу маркетингу (4Р) підприємств споживчої кооперації: оцінюється й обговорюється як підприємство підготувало продукт, ціну, комунікацію і дистрибуцію;

✓ аудит маркетингової організації й управління підприємствами споживчої кооперації: аудитор досліджує здатність підприємства ефективно здійснювати стратегію, відносини окремих відділів між собою і ставлення до відділу маркетингу; обговорюється також, як підприємство аналізує показники ефективності маркетингової діяльності.

Висновки. Очевидно, що правильне розуміння напрямів проведення маркетингового аудиту кооперативних підприємств у після кризовий період дозволить обґрунтовано визначити методику маркетингового аудиту цих суб'єктів господарювання, що розкриває перспективи подальших наукових досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Амельницька О. В. Формування системи маркетингового аудиту на промисловому підприємстві / О. В. Амельницька // Вісник Хмельницького національного університету. – 2010, — № 6. – Т. 4 — С. 50-53.
2. Балабанова Л. В. Маркетинговий аудит системи збуту : навч. посібник / Л. В. Балабанова, А. А. Балабанець – К. : ВД "Професіонал", 2004. – 224 с.
3. Гаркавенко С. С. Маркетинг: підручник / С. С. Гаркавенко. – [6-те вид.] — К.: Лібра, 2008. – 720 с.
4. Дадьо Я. Маркетинговий аудит – засіб підвищення конкурентоздатності підприємств / Я. Дадьо // Маркетинг в Україні. – 2006. – №2. – С. 47-51.
5. Дерев'янченко Т. Є. Маркетинговий аудит підприємства (на базі верстатобудівних підприємств України): автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.01: [Електронний ресурс] / Т. Є. Дерев'янченко; Київ. нац. екон. ун-т. — К., 2003. — 18 с.
6. Корягіна С. В. Маркетинговий аудит – складник дослідження життєвого циклу розвитку підприємства / С. В. Корягіна // Вісник ЛКА. – Львів : Видавництво ЛКА, 2007. – Випуск 25. – С.423-429.
7. Кулаков В. О. Розробка маркетингового аудиту для автотранспортного підприємства / В. О. Кулаков, Р. О. Білоусова // Вісті Автомобільно-дорожнього інституту. – 2010.– № 2(11) . — С. 55-63.
8. Уилсон Обри. Аудит маркетинга / Обри Уилсон ; [пер. с англ.]. – Днепропетровск : Баланс – Клуб, 2003. – 368 с.
9. Файзулаєва К. А. Предмет, об'єкт та завдання маркетингового аудиту на підприємстві / К. А. Файзулаєва //Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2009. — №26. — С. 238-241.

УДК 339.138: 334.735

Бук Л. М., к.е.н., доц. кафедри маркетингу,
Львівська комерційна академія

КОНЦЕПЦІЯ БРЕНДИНГУ В ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Вступ. Підприємства споживчої кооперації, які сьогодні працюють в умовах гострої конкуренції, постійного насичення ринку товарами, появи все більшої кількості суб'єктів торгівлі та зростаючого рівня вимогливості покупців, повинні використовувати маркетингові інструменти, які б дозволили зберегти коло існуючих покупців та залучити нових. Одним з таких інструментів є брендинг – процес створення позитивних, довгострокових взаємовідносин з покупцями, споживачами, на основі формування прихильності до бренду. На нашу думку, це актуально як для системи споживчої кооперації в цілому (формування кооперативної ідентичності), так і, зокрема, для такої її галузі, як торгівля. Адже торгівля була ключовою галуззю роботи для споживчої кооперації з перших днів її існування, і сьогодні цей вид діяльності залишається пріоритетним. Більше 10 тисяч магазинів функціонують по всіх регіонах України. Крамниці Укоопспілки є навіть у найменших селах [1]. Власне розробка брендів торгівельних закладів споживчої кооперації має стати тим засобом індиві-

дуалізації підприємства, що дозволить сформувати сегмент лояльних клієнтів та посилити конкурентні позиції на ринку.

Зарубіжний досвід. Як свідчить зарубіжний досвід окремих країн, кооперативна торгівля може бути успішною та мати вагому частку, а окремі кооперативні торговельні бренди стали лідерами рітейлу в своїх країнах. Так, в Данії споживча кооперація займала 36,4% ринку роздрібної торгівлі, на кооперативи у Франції припадало 25% роздрібних продажів. Помітну частку кооперативна торгівля займала в Угорщині, а в Сінгапурі 55% купівель, здійснених у супермаркетах, припадало на споживчу кооперацію. При цьому, NTUC Fairprice був другим по величині роздрібним торговцем в Сінгапурі з товарооборотом в 1,65 млрд. дол. [2]. Найяскравішими прикладами кооперативних брендів у зарубіжному рітейлі можна вважати корпорацію "Eroski" та групу "Edeka". Корпорація "Eroski" із створеного у 1969 р. кооперативу перетворилася на лідера іспанського рітейлу. Вона охоплює мережу як гіпер- та супермаркетів, так і невеличких магазинів у межах Іспанії, а також низку гіпер- та супермаркетів у Франції. Під брендом "Eroski" працює понад 1000 закладів торгівлі різного формату, а також здійснюється франчайзингова діяльність [3]. А заснований у Німеччині в 1898 р. кооператив сьогодні входить у топ-10 німецьких рітейлерів. Група "Edeka" займає близько 28% ринку, з оборотом у понад 40 млрд.євро. [4].

Дослідження брендів українського рітейлу. В Україні роздрібні торговельні мережі характеризувалися швидкими темпами розвитку в докризовий період. Основними учасниками ринку рітейлу є: Fozzy group (Сільпо, Фора, Фоззи), Metro C&C Ukraine (Metro Cash&Cary), ЗАТ "Фуршет" (Фуршет), ТОВ "АТБ-Маркет" (АТБ-Маркет), Компанія "Квиза Трейд" (Велика кишеня), ТОВ "Амстор" (Амстор), ТОВ "Корпорація ПАККО" (Вопак, Пакко), ТОВ "Таврія - В" (Таврія - В), ТОВ "Мегамаркет" (Мегамаркет), Компанія "Еко" (Еко - маркет, Еко плюс, Симпатик) [5]. Сьогодні такі назви як "Сільпо", "Велика Кишеня", "Фуршет", "Барвінок" та інші можна назвати брендами українського рітейлу. Криза хоч і змусила цих гравців ринку роздрібної торгівлі переглянути свої стратегії розвитку, проте їм вдалося "вистояти" та продовжити досить успішно функціонувати. Частина з них переорієнтувалася на продаж недорогих товарів, посилила акцент на розвитку власних приватних торгових марок, але не забуваючи про важливість збереження лояльності покупців. Проте усі вони торгують переважно на території великих міст, рідко – невеликих міст, райцентрів. Сільська місцевість залишається для цих операторів ринку не цікавою. Цей факт свідчить про сприятливі можливості, вигідні конкурентні умови для створення брендів у кооперативному рітейлі, оскільки сільський ринок – традиційний для споживчої кооперації.

Розвиток кооперативної торгівлі та кроки до брендингу. Галузь торгівлі у діяльності споживчої кооперації України залишається найбільш успішною та прибутковою порівняно з іншими. Наприклад, товарооборот роздрібної торгової мережі у І півріччі 2011 р. збільшився порівняно з 2010 р. на 17,5 % (у діючих цінах) або на 7,4% (у порівнянних цінах). За цей же період чистий прибуток у галузі торгівлі зріс майже на 55%. Як і раніше, прерогативою групою у товарообороті залишаються продовольчі товари – з часткою понад 80% [6].

Саме у сфері торгівлі вже зроблені перші кроки щодо запровадження концепції брендингу. Збільшується кількість закладів торгівлі, відбувається їх модернізація. В окремих облспоживспілках магазини та коопмаркети працюють під назвами, які власне могли б претендувати на звання брендів кооперативного рітейлу. Наприклад, у Львівській ОСС – це "Леокс" (низка магазинів та маркетів). На Тернопільщині – "Теко". Зокрема, в системі споживчої кооперації цієї області функціонує 417 підприємств торгівлі, в тому числі 200 – типу "маркет" [7]. Торгівельна мережа Рівненської облспоживспілки налічує близько 800 торгівельних закладів. 65% мережі приведено до сучасних стандартів, у тому числі 57 магазинів типу маркет [8]. Марка "Рікос" Рівненської ОСС ідентифікує продукцію і заклади торгівлі, що їй належать.

Висновок. Отже, сьогодні важливим для закладів торгівлі споживчої кооперації є створення брендів – кооперативних брендів у рітейлі. В цьому аспекті важливо наголосити на розвитку такого виду як приватні торгові марки. Ними можуть бути як назви самих закладів

торгівлі, що набуватимуть статусу торгової марки, так і поширення цих назв на товари, які виготовлені підприємствами ОСС та пропонуються у її магазинах, маркетах. Спрямованість на створення брендів закладів торгівлі дозволить зміцнити їх позитивний імідж та сприятиме формуванню відповідного іміджу споживчої кооперації в цілому. В цьому напрямі вважаємо, що найдоцільніше використовувати комбінований бренд. Тобто, на вивісці, в екстер'єрі магазину, маркету бажано, щоб був присутній товарний знак Укоопспілки (як бренд-парасолька, незалежно від регіону), але основний акцент повинен робитися на індивідуальний бренд конкретної ОСС (типу "Леокс", "Теко").

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Офіційний сайт Укоопспілки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.coop..com.ua
2. Statistical Information on the Co-operative Movement. / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ica.coop/coop/statistics.html
3. Из кооператива в корпорацію: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.-tovr.ru/food/articles/1708/33658/
4. Немецкая конкуренція: [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http://produkt.by/-Text/show/milk_2011_page51
5. Патлаєнко А.В. Економічна стратегія торговельних мереж на продовольчому ринку України в умовах кризи: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://intkonf.org/patlaenko-av-ekonomichna-strategiya-torgovelnih-merezh-na-rodovolchomu-rinku-ukrayini-v-umovah-krizi/
6. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за І квартал 2011 року. – Київ, 2011.
7. Офіційний сайт Тернопільської облспоживспілки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.oss.te.ua
8. Офіційний сайт Рівненської облспоживспілки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.rivneoss.com.ua
9. Private Lable: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.retailer.ru/item/id/25247/
10. World Coop Leaders Symposium: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.-ica.coop/presidentpage/presentations/ibpresentations/World%20Coop%20Leaders%20Symposium%20Tokyo.pdf

УДК 339.37:334.735(477)

Музика О. М., ст. викл. кафедри маркетингу,
Львівська комерційна академія

ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ В РОЗДРІБНІЙ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Вступ. Основне завдання роздрібних торговельних підприємств споживчої кооперації спрямоване на задоволення потреб пайовиків та сільського населення, поліпшення їх економічного становища. Внаслідок зниження купівельної спроможності населення, скорочення попиту та його кон'юнктурних коливань, посилення конкуренції з боку великих торговельних мереж і неорганізованих посередників ускладнилися проблеми реалізації товарів та надання послуг. Це призвело до значного скорочення мереж кооперативних торговельних підприємств, зменшення обсягів їх роздрібного товарообігу, погіршення організації торговельної діяльності. Тому для надання імпульсу роздрібній торгівлі споживчої кооперації необхідно вдало формувати асортимент товарів, який пропонується до продажу населенню.

Загальні міркування. Торговельна діяльність посідає основне місце у господарському комплексі споживчої кооперації. Протягом 2001-2010 рр. можна виділити такі основні тенденції у роздрібній торгівлі споживчої кооперації:

1) темпи росту товарообороту підприємств споживчої кооперації є значно нижчими, ніж загалом по підприємствах торгівлі України;

2) частка товаробороту споживчої кооперації у роздрібному товарообороті України знизилась з 5,48% у 2001 р. до 1,56% у 2010 р.;

3) протягом 2005-2010 рр. відбулося зменшення загальної кількості магазинів споживчої кооперації (на 38,3% з 16348 од. у 2005 р. до 10092 од. у 2010 р.);

4) товарна структура обороту роздрібної торгівлі вказує на те, що підприємства роздрібної торгівлі споживчої кооперації реалізують населенню переважно продовольчі товари (у 2003-2010 рр. майже 87,0%), які фактично є базовими при формуванні асортименту магазинів, а частка непродовольчих товарів зменшилась з 20,5% у 2002 р. до 13,3% у 2010 р.

Особливості асортиментної політики. Вибір асортиментної політики в роздрібній торгівлі базується на обсязі і структурі покупок, що здійснюються покупцями, оскільки саме попит виступає основним чинником, що впливає на структуру асортименту товарів і ефективність діяльності підприємств роздрібної торгівлі. Здійснений аналіз структури обороту роздрібної торгівлі продовольчими товарами свідчить про те, що основними асортиментоутворюючими товарними групами є тютюнові вироби (10,8%), горілка та лікеро-горілчані вироби (10,61%), хлібобулочні вироби (6,61%), м'ясо копчене, солоне та ковбасні вироби (6,53%), пиво (5,97%), а в групі непродовольчих товарів переважають будівельні матеріали (2,34%), засоби для миття, чищення та догляду (1,34%), посуд та столові набори (1,16%), парфюмерно-косметичні товари (1,04%) та неелектричні побутові товари (0,73%).

Невідповідність представленого в магазинах асортименту є результатом відсутності асортиментної політики, сформованої незалежно від потреб ринку, фінансового стану організацій споживчої кооперації і їх стратегічних цілей. Ефективна асортиментна політика дозволила б забезпечити не тільки задоволення попиту конкретних груп споживачів, але і залучення нових, зростання чисельності лояльних покупців, гнучке реагування підприємств на вимоги ринку, забезпечення стійкого функціонування підприємств роздрібної торгівлі в конкурентному середовищі.

Асортиментна політика в роздрібній торгівлі споживчої кооперації повинна являти собою комплекс взаємозв'язаних управлінських рішень, метою яких є проведення визначених операцій для визначення позицій окремих товарів підприємств роздрібної торгівлі з урахуванням особливостей попиту населення і можливостей формування товарної пропозиції. Дослідження покупців, конкурентів та постачальників, визначення рівня цін на товари повинні дозволити визначити обсяг і структуру попиту, вибрати та обґрунтувати місця розташування підприємств роздрібної торгівлі, сформувати асортимент товарів. З іншого боку, визначення обсягу закупівель товарів, вибір постачальників, розробка умов постачання товарів, контроль за виконанням умов постачання товарів забезпечать підприємства роздрібної торгівлі товарами відповідно до виявленого попиту, наявних видів і типів магазинів.

Формування асортиментної політики в роздрібній торгівлі споживчої кооперації також повинно відбуватись на основі врахування чинників: макросередовища (природо-кліматичні, демографічні, соціально-економічні, науково-технічні, політико-правові); мікросередовища (конкуренти, постачальники, покупці) та внутрішнього середовища (тип і торгова площа магазину, форма торговельного обслуговування, технічна оснащеність, ресурси підприємства).

Висновки. Отже, для формування асортиментної політики роздрібним торговельним підприємствам споживчої кооперації необхідно:

– використовувати прогресивні методи продажу товарів (дослідження показують, що на підприємствах роздрібної торгівлі споживчої кооперації переважно використовується метод продажу товарів "через прилавок");

– асортимент товарів для магазинів будувати на основі методів ABC, XYZ-аналізу, котрі дозволять виявити найбажаніші товарні групи, встановити співвідношення між ними, визначити види і різновиди по кожній з них;

– цінову політику підприємства, визначення конкретних товарних груп, партій постачань і частоти доставки товарів формувати з врахуванням типу та місця розташування роздрібних торгових підприємств;

– позиціонувати товари в торговому залі, виявляти потенційний попит на основі оцінки споживачами асортименту товарів і формування потреб споживачів, що дасть змогу оцінити відповідність асортименту товарів вимогам споживачів;

– з метою вивчення попиту на окремі товарні групи необхідно постійно здійснювати моніторинг покупок споживачів, вивчати незадоволений попит.

Використання зазначених дій у практичній діяльності торговельних підприємств дозволить вирішити проблеми формування асортиментної політики в роздрібній торгівлі споживчої кооперації, що сприятиме її стійкому розвитку в умовах змінного та динамічного конкурентного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берман Б. Розничная торговля: стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс ; [пер. с англ.]. – [8-е изд.]. – М. : Вильямс, 2003. – 1183 с.
2. Основы маркетинга / [Филипп Котлер, Гари Армстронг и др. ; [пер. с англ.] – М. : Вильямс, 2003. – 1197 с.
3. Пономарьова Ю. Категорійні засади формування асортиментної політики торговельного підприємства / Ю. Пономарьова // Маркетинг і реклама. – 2005. – №11. – С. 30-37.
4. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організації системи Укоопспілки за 2004-2010 рр.

УДК 659

Дмитрів А. Я., асист. кафедри маркетингу,
Львівська комерційна академія

НАПРЯМИ ЗДІЙСНЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ КОМУНІКАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ КООПЕРАТИВНИМИ ПІДПРИЄМСТВАМИ

Вступ. Кооперативні підприємства – це підприємства, що утворюються зазвичай двома або більше засновниками та діють на основі об'єднання майна учасників, їх спільного управління справами на основі кооперативних прав. Найбільш авторитетним визначенням сутності кооперативу є наступне: кооператив – це група осіб, які добровільно об'єднались, щоб задовольнити спільні економічні, соціальні та культурні потреби і прагнення за допомогою підприємства, що перебуває у їх спільній власності та під демократичним управлінням та контролем [1, с. 13]. Головною метою діяльності кооперативу як господарюючого суб'єкта є отримання прибутку в результаті здійснення різних видів діяльності.

У XXI столітті в Україні кооперативна діяльність не втрачає своєї актуальності, не зважаючи на те, що левову частку економічного сектору займають підприємства інших типів організаційних форм. У світі кооперативний рух також продовжує активно розвиватись, про що свідчить проголошення ООН 2012 року Міжнародним роком кооперативів під гаслом: „Кооперативні підприємства будують кращий світ" [2].

Необхідність розвитку маркетингових комунікацій. Функціонуючи в умовах конкурентної боротьби за ринки збуту своєї продукції та послуг підприємства споживчої кооперації у своїй діяльності повинні застосовувати всі актуальні інструменти розвитку бізнесу. Найбільш дієвим інструментом на сьогоднішній день для досягнення комерційного успіху є маркетинг. Маркетингова діяльність кооперативного підприємства не повинна суттєво відрізнятись від аналогічної діяльності товариства з обмеженою відповідальністю, чи акціонерного товариства, чи суб'єктів інших форм власності. Завданням даної статті є виявлення

найбільш ефективних шляхів здійснення маркетингових комунікацій кооперативними підприємствами із потенційними та наявними покупцями. У статті розглядатимуться різні способи маркетингових комунікацій як ключовий елемент успіху кооперативного підприємства на конкурентному ринку.

Позиціонування кооперативних організацій на ринку. У розвинутому світовому суспільстві кооперативи є значними економічними суб'єктами в національній економіці. Так, у Бельгії кооперативні аптеки займають 19,5% фармацевтичного ринку, канадські кооперативи виробляють 35% світового обсягу виробництва кленового цукру, на Кіпрі кооперативи охоплюють 30% сектору банківських послуг, у Японії 91% всіх фермерів є членами кооперативів, у Польщі 75% молочної продукції виробляється у кооперативах, а у Новій Зеландії цей показник сягає 90% [3].

В Україні силами кооперативного руху створено 15% торгівельних ринків [4], майже 7% м'яса та м'ясопродуктів, понад 2 % овочів та 3,5% фруктів реалізовуються через українські кооперативні підприємства (на основі [4] та [5]). Потужний потенціал кооперативного сектору для ефективної реалізації потребує активного застосовування концепції маркетингу, зокрема комплексу маркетингових комунікацій для забезпечення популяризації діяльності кооперативних підприємств.

Маркетингові комунікації є четвертим елементом комплексу маркетингу. Комунікації здійснюють тоді, коли вже вироблено якісний товар або послугу (проведено комплекс робіт щодо розробки упакування, дизайну, розробки гарантійних та сервісних зобов'язань тощо), коли визначено ціну на цей продукт та можливі способи маніпулювання нею, коли вже проведено роботу щодо налагодження системи дистрибуції, тобто товар, який компанія просуватиме на ринку, вже можна придбати у роздрібній мережі. Отже, маркетингові комунікації – це заключний етап у відкритому циклі розробки комплексу маркетингу.

Головними елементами кластичної маркетингової стратегії проштовхування, тобто побудови маркетингових комунікацій, є рекламування, стимулювання збуту, персональний продаж, а також паблік рілейшнз. Для вітчизняних кооперативів на даному етапі їхнього розвитку найбільш ефективними засобами маркетингових комунікацій є реклама та заходи стимулювання збуту. Оскільки діяльність споживчих товариств проводиться у різних сферах, це, зокрема, торгівля, виробництво, готельний бізнес, ресторанний бізнес, освіта та наука, страхові та банківські послуги, медіа-засоби та ін., то набір інструментів ефективних комунікацій залежить від виду діяльності та повинен охоплювати цілий ряд заходів. Для прикладу розглянемо діяльність споживчого товариства, що займається виробництвом продуктів харчування. Отже, стратегічною метою комунікаційної політики для такого кооперативу є збільшення обсягів продажу та підвищення популярності кооперативу. Головним об'єктом маркетингових комунікацій для виробничого кооперативного підприємства повинні бути не посередницькі підприємства, як це видається на перший погляд, а безпосередньо кінцеві споживачі. Комунікаційне звернення у вигляді реклами чи заходів стимулювання збуту, яке спрямовує кооператив до кінцевих споживачів, призведе до підвищення попиту, а це, у свою чергу, підвищить попит серед організацій-споживачів на продукцію підприємства.

Головними ознаками позиціювання своєї продукції на ринку для кооперативного виробника повинні стати наступні: заклик покупців до підтримки вітчизняного виробника, а особливо – місцевого; заклик покупців до сприяння у збереженні та збільшенні робочих місць; якість продукції, що виготовляється виключно із місцевої сировини; позиціювання на основі доступної ціни.

Для кооперативу, що виробляє товари безпосереднього вжитку, тобто ті, які швидко обертаються, доцільно застосовувати засоби масової реклами, які мають масову аудиторію, тобто так звану "споживацьку пресу". Головними засобами споживацької реклами є преса, радіо, телебачення, а також зовнішня реклама [6, с. 77]. Використовуючи зазначені вище аспекти позиціювання за основу при формування комунікаційної політики, необхідно обрати ефективні заходи комунікацій. У кооперативних маркетингових комунікаціях варто особливу увагу приділити допоміжним рекламним засобам, які є менш витратними у порівнянні із

масовими. Допоміжні рекламні засоби поділяють на дві категорії: необхідні та неформальні [6, с. 199]. Виділяють майже два десятки типів допоміжних рекламних засобів, серед яких найбільш об'ємними є рекламна література та реклама на місці продажу.

Одною з основних перешкод на шляху впровадження маркетингу у діяльність вітчизняних кооперативних підприємств є недостатній рівень фінансування, а особливо від цього потерпає бюджет маркетингових комунікацій, оскільки на нього часто вже не залишається коштів після проведення робіт по розробці товару та його розподілу на ринку.

Висновки. Маркетингові комунікації – це будь-яка форма повідомлень, котрі кооперативне підприємство може використовувати для інформування чи нагадування про свої товари. Комплекс інструментів маркетингових комунікацій дає можливість кооперативному підприємству побудувати свою ефективну стратегію проникнення на ринок та утримання конкурентних позицій. Подальших досліджень потребує вивчення засобів стимулювання збуту та заходів побудови зв'язків із громадськістю, які доцільно використовувати у кооперативному секторі, зокрема на виробничих кооперативних підприємствах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Основи кооперації: навчальний посібник / [С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей, Я. А. Гончарук, Р. Я. Пастушенко]. – К.: Знання, 2004. – 470 с.
2. Офіційний сайт Міжнародного кооперативного альянсу. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.ica.coop/al-ica/.
3. Statistical Information on the Co-operative Movement [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міжнародного кооперативного альянсу (International Co-operative Alliance). Режим доступу: http://www.ica.coop/coop/statistics.html.
4. Офіційний сайт Укоопспілки. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.coop.com.-ua/uk/2011-12-06-11-51-13.
5. Офіційний сайт Державного комітету статистики України. [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/.
6. Джефкінс Ф. Реклама : практичний посібник / Ф. Джефкінс; [доповнення і редакція Д. Ядіна]; [пер. з 4-го англ. вид.]. – К.: Знання, 2008. – 565 с.
7. Балабанова Л. В. Паблік рилейшнз : навч. посібник / Л. В. Балабанова, К. В. Савельєв. – К.: Видавничий дім "Професіонал", 2008. – 528 с.

СЕКЦІЯ „РЕГІОНАЛЬНА ЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА ЄВРОСОЮЗУ ЯК ЧИННИК РОЗВИТКУ ЄВРОПЕЙСЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ”

УДК 334.732:332.142:(061.1ЄС+477)

Ковтун О. І., к.е.н., доц., зав. кафедрою регіональної економіки ,
Львівська комерційна академія

КООПЕРАТИВНИЙ ВЕКТОР РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ЩОДО РОЗВИТКУ АГРАРНОГО СЕКТОРУ: УРОКИ ДЛЯ УКРАЇНИ

Вступ. Вплив регіональної політики ЄС на соціально-економічний розвиток його регіонів сьогодні здійснюється через підтримку кооперативного руху та стимулювання розвитку обслуговуючої кооперації шляхом кластеризації регіонального малого та середнього бізнесу (на противагу крупним холдингам), особливо в аграрному секторі економіки. Відтак, у країнах-членах ЄС кластеризація стала однією з умов підвищення конкурентоспроможності економіки регіонів та держави. Цікавим у цьому плані є досвід члена ЄС, найближчого сусіда України − Польщі. Особливо актуальним є перейняття Україною такого досвіду в організації успішного, ефективного і конкурентоспроможного фермерського бізнесу в аграрному секторі на рівні регіональних економік у переддень здійснення тут (в Україні) революційної земельної реформи, що передбачає запровадження ринку землі та існування загроз щодо монополізації цього (аграрного) сектора економіки декількома олігархічними кланами нових землевласників-латифудистів, із випливаючими із цього усіма негативними для розвитку села, с/е наслідками.

Особливості польського досвіду. Отже, в якості таких нових кооперативних форм організації агробізнесу в Польщі стали ринкові організації фермерів – «групи (тобто кластери) с/г виробників», що представляють собою вертикально організовані добровільні організації, основною метою яких є спільний продаж продукції учасників. Така спільна реалізація виробленої продукції покращує ринкові позиції членів групи (кластера), хоча й може на початку призводити до зростання цін. Окрім цього це дозволяє фермерам підвищити кількість та якість виробленої продукції, знизити транзакційні витрати, перерозподілити прибуток, який раніше отримували посередники, обмінюватися передовим досвідом господарювання та знаннями. При цьому членство в таких групах (кластерах, кооперативах) виробників не передбачає змін у правах власності на засоби та предмети праці учасників, а у колективній власності знаходиться лише прибуток, отриманий від спільної діяльності.

Засобом який регламентує діяльність таких кластерів Польщі є «Закон про с/г групу виробників та їх відносини». В ньому зазначено зокрема, що “групами с/г виробників є організації, що утворюються с/г виробниками з метою реалізації на ринку с/г продукції, виробленої фермерами, адаптації її до ринкових вимог, покращення ефективності діяльності фермерських господарств, а також якості виробленої ними продукції, захист НПС”.

Згідно з цим законом, який адаптовано до вимог законодавства ЄС, виробники с/г продукції мають право утворювати союзи (об’єднуватися в групи, кластери) за умов дотримання таких вимог: група повинна бути законодавчо оформлена; вона може об’єднувати виробників лише однієї категорії продукції, або груп продукції, визначених на законодавчому рівні; група повинна здійснювати економічну діяльність, жоден із членів не повинен мати більше 20% голосів у загальних зборах; основною діяльністю групи має бути спільна реалізація

продукції, виробленої індивідуально фермерами-членами групи; мінімальний період участі у групі виробників не може бути коротшим за 3 роки з моменту реєстрації у адміністрації воєводства; члени групи зобов'язані продавати всю власно вироблену продукцію тієї категорії або групи продукції, щодо виробництва якої вони об'єднувалися; група дотримується умов щодо мінімального обсягу продукції (залежно від продукції або групи продукції), виробленої членами, та мінімальної кількості членів групи. При цьому в законі не регламентовано особливої організаційно-правової форми для таких кластерів (груп територіально локалізованих виробників), що обумовлює, що такі об'єднання можуть мати як неформальний характер, так і зареєстровану форму економічного або соціального підприємництва відповідно до польського законодавства: асоціація, ТзОВ, союз та кооператив. До речі, двом останнім формам з боку учасників кластерних об'єднань надається перевага. Вказаним законом, крім регламентації обов'язків як членів групи, та і самої групи, передбачені певні форми державної підтримки їх діяльності: пільгові умови отримання інвестиційного кредиту, забезпечення (гарантування) кредиту Агентством із реструктуризації та модернізації с/г, звільнення від оподаткування робіт із модернізації засобів, які знаходяться у володінні групи понад 5 років, з моменту реєстрації в органах місцевої влади, надання субсидій (допомоги) понад 5% від вартості річного обороту в 1-й та 2-й роки, а потім 4%, 3% та 2% у наступні роки для груп з річним оборотом нижче 1 млн євро, та 2,5%, 2,5%, 2%, 1,5% та 1% від річного обороту для груп з оборотом більшим 1 млн євро. При цьому розмір допомоги (субсидій) на одну групу не може бути більшим 100 тис євро у перший та 2-й роки, 80тис євро У 3-й, 60 тис євро на 4-й рік, та 50тис євро на 5-й рік. Допомога виплачується Агентством із реструктуризації та модернізації с/г.

Способи державної підтримки. Умови підтримки кластерів груп виробників с/г продукції, зокрема овочів та фруктів, були адаптовані до вимог законодавства ЄС і передбачають право вибору підтримки на загальних умовах або через спеціальний режим.

Отримання таких субсидій сприяє розвитку кооперативного руху через підвищення прибутковості господарської діяльності. Відповідно, такий фінансовий стимул сприяв інтенсивному формуванню та розвитку груп (кластерів, кооперативів) виробників с/г продукції Польщі після її входження в ЄС. Так їх кількість зросла з 2004 року з 85 до 509 в 2009 році. При цьому зауважимо, що фермерські господарства об'єднувалися в кластери за територіально-виробничим та історичним принципом, обираючи при цьому різну організаційно-правову форму, однак надаючи перевагу союзам і кооперативам. І ці кооперативи, кооперативний рух, особливо після відкриття аграрного ринку країни, пов'язаного із її вступом в ЄС, в багатосекторному с/г, яке в Польщі в основному є індивідуальним, *закріпили* досягнення її продовольчої незалежності, *забезпечили* збільшення експорту, зменшення імпорту в кількісному асортименті, отримання позитивного сальдо торгівлі с/г, динамічний та ефективний розвиток с/г країни, стабілізацію темпів його зростання, зменшення витрат і збитків. І як результат на сьогодні Польща завдяки кооперативам повністю забезпечує себе продовольчими товарами, тут постійно покращується харчування та якість життя населення.

Відтак, запроваджена у Польщі політика щодо підтримки становлення та розвитку кооперативних організацій фермерів (*метою яких є,* зокрема, адаптація с/г продукції до ринкових умов, тобто товару до структури попиту на основі достовірної інформації, концентрація пропозиції та організація продажу на ринку с/г продукції, виробленої фермерами, покращення ефективності господарювання ферм, а також якості їх продукції, планування виробництва з урахуванням кількості та якості, охорона НПС шляхом застосування нових технологій виробництва та ін.) стала успішною альтернативою крупним агрохолдингам на шляху стимулювання конкурентоспроможного аграрного сектору її економіки. Така політика щодо заохочення формування кооперативних організацій – регіональних кластерів малих і середніх виробників с/г продукції є вкрай актуальною і для України як країни із перехідною економікою, в якій ідея кооперації та кооперативів була спотворена помилками в управлінні як у період до початку, так і під час проведення ринкових реформ.

Корисні аналогії. На основі досвіду ЄС, зокрема Польщі, щодо стимулювання розвитку кооперативного руху в аграрному секторі економіки, зазначимо, що важливим моментом, який треба врахувати при запроваджені цього досвіду в Україні є те, що законодавчі акти, які будуть регламентувати створення та діяльність таких нових форм кооперативної взаємодії бізнесу не повинні нав'язувати суб'єктам кластеризації (кооперації) будь-якої особливої юридичної форми господарської діяльності, так як власне за такого підходу вони зможуть пристосовувати вибір юридичних форм господарської діяльності до інвестованого капіталу та рівня гарантій та захисту, пов'язаних із відповідними формами.

Курс на кластеризацію малого і середнього бізнесу та підтримку кооперативного руху в ЄС, закладений у регіональній політиці ЄС, зокрема і насамперед щодо аграрного сектору економіки регіонального рівня, обумовлений такими *основними перевагами* від об'єднання дрібних с/г товаровиробників у кооперативи, що своєю чергою забезпечуються відповідними, передбаченими для них, *преференціями:*

- лише група (кластер, союз або кооператив) фермерів як потужна організація здатна закуповувати значні обсяги товарів та послуг та реалізовувати великі обсяги продукції. Відтак кластер (як певне кооперативне об'єднання) має переваги при укладанні договорів на закупівлю сировини та реалізацію виробленої продукції;
- можливість обміну досвідом між фермерами щодо ефективності ведення с/г діяльності;
- зростання рівня дохідності виробництва;
- захист від ринкової кон'юнктури на певний вид продукції та можливість розробки стратегічних планів розвитку (як кожного фермера зокрема, так і кооперативу загалом);
- поява можливості щодо спільного інвестиційного кредитування розвитку виробництва;
- можливості отримування фінансової допомоги (за умови дотримання вимог законодавства) як із держбюджету, так і за програмами розвитку с/г, що діють у рамках ЄС;
- можливості отримання пільгових кредитів на здійснення інвестицій у с/г виробництво, переробку продукції, надання виробничих послуг;
- можливість отримання звільнення від податків або зниження податкової ставки на будівництво нових, а також реконструкцію діючих споруд, модернізацію МТБ, які використовуються в межах діяльності, що визначена статутом підприємства на термін до 5 років з дати внесення кооперативу до держреєстру груп (кластерів) виробників с/г продукції ;
- офіційно зареєстровані кооперативи як групи виробників (кластери), а також безпосередньо фермери-члени кластера можуть отримувати як матеріально-технічну, так і організаційно-інформаційну підтримку від держави: професійні тренінги, модернізацію ферм, сертифікацію продукції щодо систем якості харчової продукції; інформаційну діяльність та діяльність з просування товарів на ринок, економічну, юридичну підтримку та дорадництво фермерів, диверсифікацію економічної діяльності у напрямі розвитку зеленого туризму тощо.

Проблеми українського законодавства. На жаль, в Україні, на відміну від ЄС і його члена, нашого найближчого сусіда, Польщі, у цьому напрямку (кооперування в аграрному секторі економіки, який є пріоритетним з позиції виробничої спеціалізації України в системі міжнародного поділу праці) поки що значного прогресу не спостерігається. Зокрема, попри законодавчу декларацію (згідно з Законів України "Про кооперацію", "Про споживчу кооперацію" та "Про с/г кооперацію"), що "держава… максимально сприяє розвитку і зміцненню господарської самостійності кооперативів" в Україні по сьогоднішній день: а) відсутні єдиний узгоджений напрям і чітка національна стратегія у питаннях розвитку обслуговуючої кооперації як складової сталого розвитку сільських територій; б) існують суперечності у чинному законодавстві, яке регулює питання обслуговуючої кооперації; в) не вирішені питання із оподаткуванням та урегулюванням податкового статусу обслуговуючих кооперативів; г) немає розуміння на низовому (місцевому) рівні щодо суті обслуговуючої кооперації та її значення як дієвого засобу досягнення економічного добробуту селян та сільських територій загалом; в) мізерне бюджетне асигнування на підтримку обслуговуючих кооперативів (у Державному бюджеті на 2011 рік було передбачено лише 5 млн. грн. бюджетних

асигнувань на підтримку обслуговуючої кооперації, виділення яких уже 22 червня цього року було скасовано постановою № 704 КМ України «Про скорочення кількості та укрупнення державних цільових програм») тощо.

Висновки. Кооперативний рух та кооперація в аграрному секторі економіки України (як найефективніша організаційно-правова форма співпраці людей на засадах спільної діяльності, соціально-економічна форма самоорганізації та взаємодопомоги селян, форма/система самозахисту їхніх соціальних та економічних прав та інтересів, форма самооборони від монополістів та нечесної конкуренції, форма забезпечення якості продукції), які дадуть можливість вижити дрібному с/г виробнику (а це виробники понад 70% с/г продукції повсякденного споживання) та вирішити цілу низку с/е проблем села (забезпечення господарств МТР, високотехнологічне обслуговування с/г виробництва, формування товарних партій виробленої продукції та допомога у її вигідній реалізації, розвиток соціальної сфери села, навчально-просвітницька робота, підвищення продуктивності за рахунок впровадження нових технологій, сортів, племінної справи тощо, побудова соціальної інфраструктури для своєї громади тощо) мають стати пріоритетною соціально-економічною проблемою-завданням державної регіональної політики, яка потребуватиме багатьох зусиль на усіх рівнях управління.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алексик Т. І. Сільскогосподарська обслуговуюча кооперація : словник-довідник / [Т. І. Алексик, В. Є. Андрієєвський В. Є., Величко Т. І. та ін.; за заг. ред. Р. Я. Корінця, М. П. Гриценка, М. Й. Маліка]. − Львів : НВФ "Українські технології", 2010. – 160 с.
2. Волик А. М. Розвиток постачальницько-збутової кооперації в зарубіжних країнах / А. М. Волик // Економіка АПК. – 1998. – №9. – С. 89-94.
3. Досвід Канади та країн ЄС у сфері політики підтримки розвитку с/г обслуговуючих кооперативів : Аналітичне дослідження: [Електронний ресурс] / Міністерство аграрної політики та продовольства України, 2011. – Режим доступу : http://agroconf.org/sites/default/files/dosvid-kanady-es-polityky-pidtrymky-sh-obslugovujuchy-kooperatyviv1_0.pdf.
4. Зіновчук В. В. Кооперативна ідея в сільському господарстві України і США / В. В. Зіновчук. – К.: Логос, 1996. – 220 с.
5. Кооперування та агропромислова інтеграція фермерського виробництва. Аграрний сектор України: [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://agroua.net/economics/documents/-category-97/doc-116/.
6. Сільскогосподарська кооперація світу в цифрах і фактах: [Електронний ресурс] / Режим доступу : http://www.minagro.kiev.ua/page/?10099.
7. Сільскогосподарські обслуговуючі кооперативи : створення і діяльність / [ред кол.: М. П. Гриценко (відп. ред.) та ін.] – К.: КОАДС. 2005. – 68 с.
8. Смоленюк А. П. Обслуговуюча сільськогосподарська кооперація : теорія і практика / А. П. Смоленюк // Інноваційна економіка. – 2012. – № 2 (28). – С. 64-69.
9. Щодо досвіду розвитку кооперації в аграрному секторі Польщі : Аналітична записка: [Електронний ресурс] / НІСД при Президентові України. − Режим доступу : http://www.niss.gov.ua/articles/424/#_ftnref2.

УДК 334.735 : 316.008.8(4)

Килин О. В., к.е.н., доц. кафедри регіональної економіки,
Львівська комерційна академія

ФАКТОР КООПЕРАЦІЇ В РЕГІОНАЛЬНІЙ ЕКОНОМІЧНІЙ ПОЛІТИЦІ ЄС ЩОДО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНОГО ПАРТНЕРСТВА В ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Кооперація і соціальне партнерство. Соціальне партнерство як система взаємозв'язків між представниками найманих працівників (переважно професійними спілками) — з одного боку, роботодавцями та їх об'єднаннями — з другого, і державою та органами місцевого самоврядування — з третього, знаходить своє відображення у взаємних консультаціях та переговорах на взаємоузгоджених принципах з метою дотримання прав та інтересів працівників, роботодавців і держави.

Найкраще забезпечує реалізацію ідей соціального партнерства кооперація як специфічна форма організації економічної діяльності людей і організацій з метою спільного досягнення певних зазначених цілей, зокрема щодо ідеї соціального партнерства, задоволення спільних потреб, сприяння членам організацій у різних сферах діяльності (виробництво, інфраструктурне обслуговування, вирішення соціальних питань, захист інтересів учасників кооперації, соціальне партнерство).

Функції європейських кооперативів. У цьому контексті в ЄС кооперація проявила себе як найкращий приклад організації, що поєднує господарські та соціальні цілі. В доповнення до політики підприємництва, кооперативи виконують важливу роль для вирішення питань соціального партнерства в регіонах, де є економічні труднощі, оскільки вони мають ідеальну організаційну структуру для збільшення зайнятості та зміцнення соціальної єдності. Динамічне поширення кооперації є важливим не тільки для досягнення господарських цілей, а й тому, що, виконуючи значну роль у вирішенні економічних і соціальних проблем регіонів та галузей з економічними труднощами, особливо в тих, де приватновласницька ініціатива недостатня або ж відсутня, кооперативи можуть створити робочі місця, захистити працівника і стимулювати розвиток економіки. Тому, місцева влада в ЄС ідентифікує кооперативну форму господарювання як ефективний засіб досягнення збалансованого розвитку на основі солідарності. Саме через це Європейська комісія в справах зайнятості і соціальних питань визнала, що існує нагальна потреба в докладені зусиль на рівні ЄС до посилення ролі кооперативів у розробці соціальної політики [1, с. 36].

Відповідно, у багатьох європейських країнах на сучасному етапі кооперативні об'єднання залучені до тристороннього соціального діалогу, тобто вони вирішують соціальні питання у партнерстві з профспілками і державними органами. Наприклад, кооперативи Кіпру співпрацюють із профспілками та державою – комітетом з нагляду за розвитком кооперативних товариств; у Данії створені тристоронні комітети, в яких кооперативна спілка SALA бере участь як соціальний партнер міжгалузевого соціального діалогу; в Греції трьохсторонній діалог здійснюється з питань діяльності страхових і персоналу сільськогосподарських кооперативів; в Ірландії створено соціальне товариство, в якому кооперативи разом із профспілками й урядовими інституціями вирішують соціальні питання; в Італії галузеві кооперативні спілки беруть участь у роботі постійних комісій, у рамках яких здійснюється трьохсторонній соціальний діалог. Такі приклади участі кооперативів у тристоронньому соціальному діалозі характерні для значного числа європейських країн, у тому числі і для нових країн-членів як, наприклад, Польща [4, с.16–24].

Висновки. На жаль, долучення вітчизняної кооперації до процесу соціалізації суспільних відносин в Україні, є недостатнє. В цьому контексті, на сучасному етапі, є необхідним вивчення досвіду Європейських країн, де кооперативний рух використовують як соціально зорієнтовану систему для вирішення питань, пов'язаних із реалізацією ідей соціального партнерства. Зокрема, на це спрямована програма «Європейський проект: Кооперативи Європи -

Соціальна програма партнера (SPP)»,у якій відзначається, що КЄ підтримують політику ЄС з питань зайнятості та вважають Європейський соціальний діалог важливим засобом вирішення соціальних проблем.

Об'єднання «Кооперативи Європи» є міжгалузевим і має загальноєвропейську структуру, куди входять організації, які самі є складовою та визнаною частиною структур соціального партнерства в країнах-членах, мають типові структури в країнах-членах, що забезпечують їх участь у соціальному діалозі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Європейська хартія: [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cginreg994300.
2. Європейськасоціальнахартія (переглянута) і законодавство України про соціальний захист: [Електронний ресурс]. – Режим доступу :http / www. Referatik. Com. ua/ manual / ukr/7 / 77 / 3758 /.
3. Social partner programme SPP: Intermediary Report. Praga, 18–19 june 2007. – P.36.
4. Рада прийняла закон про ратифікацію Європейської соціальної хартії: [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://ua.proua.com/news/2006/09/14/164428.html.

УДК 334.734:339.92

Свелеба Н. А., к.е.н., доц. кафедри регіональної економіки,
Львівська комерційна академія

ПИТАННЯ НАУКОВО-ВИРОБНИЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В КОНТЕКСТІ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС

Регіональні аспекти кооперативної діяльності. Сучасна науково-виробнича кооперація є вагомим інструментом реалізації регіональної політики ЄС щодо формування європейської економічної моделі розвитку інноваційного типу.

Питання про важливість та форми організації науково-виробничої кооперації неодноразово піднімалось і розглядалось на засіданнях Європарламенту, Лісабонському саміті країн ЄС.

В цьому контексті майже всі країни ЄС здійснюють реалізацію національних та регіональних програм кластеризації, метою яких є впровадження в країнах членах економіки знань та збезпечення на основі інноваційних кластерів конкурентоспроможності, що перевищує показники економік США та Японії. Про значення інновційних кластерів в організації взаємодії науки і виробництва на основі корпоративних принципів для Європейської економіки свідчить той факт, що в липні 2006 року схвалено «Маніфест кластеризації в країнах ЄС» та в 2008 році прийнято «Європейський кластерний Меморандум».

Кластери наукового і виробничого секторів економіки виступають тією формою внутрішньої інтеграції та кооперування, що здатна забезпечити як стійкість, так і синергетичний ефект протидії ударам глобальної економічної кризи.

Нове покоління програм Європейської регіональної політики на 2007-2013 рр. пропагує підхід, що базується на регіональних науково-виробничих, інноваційних кластерах та розробляє заходи сприяння їх розвитку:

- створення промислових парків і технопарків як інфраструктури для розвитку кластерів;
- здійснення цілоьвих інвестицій для розвитку кластерів;
- реалізації заходів податкового регулювання;
- зниження адміністративних бар'єрів.

Сьома рамкова програма з наукових досліджень і розвитку технологій 2007-2013 рр., має найбільші за всю попередню історію ЄС обсяги фінансування, засвідчує, що Європа повинна збільшити внесок у свої дослідження до 3% європейського валового доходу й поліпшити використання можливостей в області передачі наукових результатів у нові продукти, про-

цеси і послуги. Механізми програми передбачають широків можливості для науково-виробничої кооперації.

Ефект реалізації такого підходу включає конкретні результати:

- випуск товарів кінцевого споживання або виробничого призначення з кардинально покращеними споживчими властивостями або нових видів товарів;
- розроблення у сфері матеріального виробництва нових технологічних процесів, у тому числі впровадження інтенсивних та ресурсозберігаючих технологій, створення для них нового обладнання та комп'ютерних систем управління;
- комп'ютеризація традиційних і створення нових технологій у сфері інтелектуальної діяльності (проектно-конструкторська діяльність, науково-технічна і патентно-ліцензійна інформація, фінансова, кредитна система, бізнес, освіта, культура, охорона здоров'я);
- створення і розвиток широкої сфери інформаційних послуг як виробничого характеру, так і для повсякденної діяльності населення (комерційні бази даних і банки знань, експертні системи, аналіз конюктури ринку та маркетингова інформація про можливі поставки споживачів, напрями ефективного розміщення капіталу, зайнятості).

Висновки. Науково-виробнича кооперація забезпечує обєктивний процес глобалізації наукових знань і напрямів їх матеріалізації у вирбництві. Цей процес сприяє об'єднанню науково-технічного потенціалу країн членів ЄС і його подальшого розвитку, метою якого є підвищення загального рівня життя населення, розв'язання проблем екології, здоров'я, освіти. Сучасні організаційні формим взаємодії науки і вимробництва не тільки впливають на глобалізацію інноваційної сфери, але й створюють умови для зміни стилю та методів управління й організації діяльності бізнесу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Соколенко С. И. Производственные системы глобализации: сети, альянсы, партнерства, кластеры. / С. И. Соколенко. – К.: Колос, 2009. – 546 с.
2. Создание и функционирование кластеров: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://subcontract.by/content/view/10/1/1/
3. Шумпетер Й. Теория экономического развития: (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры) / Й. Шумпетер; [пер. с нем. В. С. Автономова и др. ; общ. ред. А. Г. Милейковского; вступ. ст. А. Г. Милейковского, В. И. Бомкина]. — М.: Прогресс, 1982. — 455 с.

УДК 334.735:332.12(477+4)

Вірт М. Я., к.е.н., в.о. доц. кафедри регіональної економіки,
Львівська комерційна академія

ЗАСАДИ РЕГІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ЩОДО РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ

Важливість кооперативних принципів. Необхідність розвитку кооперативного руху у європейському суспільстві визначена Міжнародною організацією праці у 2002 році, яка прийняла Рекомендацію «Про сприяння розвитку кооперативів». У ній відзначено, що при розробці й перегляді застосовуваного до кооперативів законодавства, регіональної політики й нормативно-правових актів уряди повинні проводити консультації з кооперативними організаціями. Крім цього, уряди країн членів ЄС мають полегшити доступ кооперативам до послуг підтримки з метою їх зміцнення та підвищення життєздатності як господарюючих суб'єктів, визнавати роль кооперативів і їхніх організацій, розвиваючи відповідні механізми, що сприяють створенню та зміцненню кооперативів на національному і регіональному рівні,

залежно від обставин вживати заходів, які сприяють доступу кооперативів до джерел фінансування, інвестицій та кредитів.

Важливість кооперативного руху неодноразово підкреслювалось і Організацією Об'єднаних Націй. Так, у Резолюції Генеральної Асамблеї ООН 44/58 „Національний досвід у сфері сприяння кооперативного руху" (1989 р.), а також доповідях Генерального секретаря ООН на 49-й (1994 р.) та 51-й (1994 р.) сесії Генеральної Асамблеї ООН відзначалось вагоме значення кооперативів для світового соціально-економічного розвитку. В зв'язку з цим ООН прийняла рішення щорічно в першу суботу липня відзначати Міжнародний день кооперації.

Генеральна Асамблея ООН своїми резолюціями „Кооперативи в процесі соціального розвитку" неодноразово, у 2002, 2003, 2007 роках, підкреслювала, що кооперативи, особливо в умовах глобалізації та мультивекторної інтеграції національних економік, є ефективним механізмом покращення життя і боротьби з бідністю. А на 64-й сесії Генеральної Асамблеї ООН, що відбулась у грудні 2009 р., була резолюцією з такою назвою "Кооперативи в процесі соціального розвитку", ще раз було підкреслено важливе значення кооперативів у покращенні життя широких верств населення, у зв'язку з цим, 2012 рік був проголошений міжнародним роком кооперативів.

Механізми урядової підтримки. Зважаючи на вагоме соціально-економічне значення кооперативів і рекомендації урядів членів ЄС, в умовах ризику другої хвилі світової фінансової кризи, яка неодмінно призведе до суттєвого падіння рівня життя населення, доцільно запроваджувати політику активної підтримки національного кооперативного руху.

У західних країнах існує ряд механізмів урядової підтримки, якими можуть скористатись кооперативи. Також існує багато регіональних ініціатив, спрямованих на підтримку кооперативного сектору. Зокрема, урядові програми передбачають автоматичне право на отримання сільськогосподарськими кооперативами підтримки в рамках програми. Так, у Польщі кооперативи сільськогосподарських виробників можуть сподіватись на фінансову допомогу кошти, які призначені на організацію і підтримку їх адміністративної діяльності в перші п'ять років від дня адміністративного рішення, яке б підтверджувало виконання групою умов, які визначені у Законі "Про групи сільськогосподарських виробників та їх об'єднання".

Також з розширенням сфери діяльності і функцій кооперативи одержали доступ до участі у багатьох програмах, які фінансуються бюджетами різних рівнів. Наприклад, сільськогосподарські кооперативи у країнах ЄС отримали фінансування на: організацію переорієнтації використання сільськогосподарської продукції на невиробничі цілі; підтримку виробництва біопалива кооперативними заводами; підтримку дій щодо підвищення якості продукції; підтримка соціальних акцій кооперативів та інші.

Пропагандою та розширенням діяльності кооперативів, наданням інформаційно-методичної підтримки кооперації та підтримки при прийнятті заходів щодо розвитку, контролю і підготовці спеціалістів для кооперативних підприємств у західних країнах займаються як державні, так і місцеві органи влади. Так, у Франції на вищому рівні влади методичне та інформаційне забезпечення кооперативів здійснюють: Міністерство сільського господарства та інші Міністерства в межах своїх повноважень, Сільськогосподарські палати, Національна конфедерація сільськогосподарських кооперативів, а на регіональному – Регіональні Федерації, Конфедерація сільськогосподарської кооперації.

Країни-члени ЄС розв'язали проблеми дотримання стандартів якості та збуту продукції вирощеної фермерами, шляхом підтримки створення ними прозорої постачальницької, заготівельно-збутової інфраструктури на засадах кооперації та її інтеграції з торгівлею, підприємствами харчової та переробної промисловості.

Чітка, прозора, зрозуміла, та, насамперед, передбачувана податкова політика у західних країнах дає можливості планувати та стимулювати кооперативам свою діяльність на багато років вперед. Наприклад, у Франції немає податку на результат діяльності кооперативів і кооперативних об'єднань, професійне мито сплачується у розмірі 50% до встановленого для суб'єктів підприємництва, немає податків з прибутку і сплати професійного мита для кооперативів типу CUMA. У Польщі згідно Закону "Про групи сільськогосподарських виробників

та їх об'єднання" передбачив з 2007 року податкове звільнення кооперативів від податку на нерухомість і прибуткового податку для юридичних осіб.

Ще однією формою підтримки розвитку кооперативного сектору в країнах ЄС є надання кредитної лінії для кооперативів. Зокрема, у Франції надаються кооперативним організаціям довгострокові (на 25 років) та середньострокові кредити (на 10 років), а у Польщі кредитування сільськогосподарських кооперативних підприємств здійснюється на умовах: максимальний термін кредиту до 15 років; ставка кредиту не може становити більше 1,5% облікової ставки, що приймається від банків до переобліку через Національний Польський Банк; період погашення кредиту наступає через 3 роки.

Висновки. Підсумовуючи, можна зазначити, що належна багаторівнева державна підтримка кооперації у країнах ЄС - ось один із ключових елементів позитивного стану справ, практично відсутність такої підтримки в Україні – ось наші реалії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Грищенко М. П. Фінансово-економічний механізм створення обслуговуючих кооперативів в курортно-рекреаційній галузі: [Електронний ресурс] / М. П. Грищенко. – Режим доступу : htpp: // www.nbuv.gov.ua/portal/soc...2/20.pdf.
2. Досвід Канади та країн ЄС у сфері підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів : Аналітичне дослідження: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : htpp: // http://agroconf.org/sites/default/files/dosvid-kanady-es-polityky-pidtrymky-sh-obslugovujuchy-kooperatyviv1_0.pdf.
3. Регіональна політика ЄС після його розширення : Аналітичні оцінки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : htpp: // uz.niss.gov.ua/articles/421/.
4. Заходи поглиблення співпраці споживчої кооперації України з європейськими кооперативними організаціями як чинник прискорення євро інтеграції: [Електронний ресурс]. – Режим доступу : htpp: // old.niss.gov.ua/Monitor/Monitor18/03.htm.
5. Прохорова В. М. Світовий досвід формування регіональної економічної політики: [Електронний ресурс] / В. М. Прохорова. – Режим доступу : www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvuu/-Ekon/2011_33_sv1/SOURCE/32.pdf.

СЕКЦІЯ „КООПЕРАТИВНЕ ПРАВО ТА КООПЕРАТИВНИЙ РУХ: ІСТОРІЯ, СУЧАСНІСТЬ, ПЕРСПЕКТИВИ”

УДК 334.735(091)(477)

Гелей С. Д., д.і.н., проф., зав. кафедри історії і політології,
Львівська комерційна академія

ГЕНЕЗА УКРАЇНСЬКОЇ КООПЕРАТИВНОЇ ІДЕОЛОГІЇ ПРОТЯГОМ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ XIX – ПЕРШОЇ ПОЛОВИНИ XX СТОЛІТТЯ

Самобутність кооперації. Кооперація як самобутнє явище в історичному поступі людини – продукт двох взаємопов’язаних чинників: кооперативної ідеї, що визначає суть і напрями кооперативної діяльності та практичної кооперативної роботи, яка збагачує і розвиває кооперативну ідею. Продуктом взаємодії цих чинників є теорія кооперації та її ідеологія. Різні аспекти названої проблеми частково розробляли Ф. Щербина, С. Бородаєвський, М. Туган-Барановський, М. Драгоманов, М. Зібер, С. Подолинський, І. Франко, С. Кузик, Б. Мартос, І. Витанович, А. Жук, Ю. Павликовський. В названій статті автором зроблена спроба узагальнити накопичені знання з цієї проблеми і простежити генезу української кооперативної думки протягом другої половини XIX – першої половини XX століття.

Етапи розвитку ідеологічних засад. Формування кооперативної ідеології в Україні відбувалося у декілька етапів. На першому етапі, що охоплював 60-70-ті роки XIX ст., спостерігаємо кристалізацію в суспільній свідомості кооперативної ідеї в найширшому її розумінні, як господарської співпраці та взаємодопомоги. „Кооперація – на думку одного з лідерів Харківського кооперативного товариства Миколи Балліна (1824-1904), - повинна охопити не тільки всі галузі людської праці і людських стосунків, а й все людство”.

Поняття „кооператив” почало проникати у свідомість окремих представників української інтелігенції завдяки поширенню відомостей про перші кроки кооперативного руху інших європейських народів та розвитку австрійського господарського законодавства. Закони передбачали створення ідейно-організаційних центрів кооперації, що сприяло згуртуванню кооперативних організацій, налагодженню між ними сталих економічних та організаційних зв’язків, розвиткові кооперативної преси, освіти, формуванню національної кооперативної ідеології. У 1860-1880 роки кооперативні знання черпали в основному з досвіду та теоретичних набутків німецьких кооперативів. Одним із тих, хто стояв біля витоків української кооперації був Микола Зібер (1844-1888). Саме він доводив універсальність общинної форми економічної діяльності на ранніх стадіях розвитку, через яку проходили різні народи.

Збагаченню кооперативної ідеології прислужився й Сергій Подолинський (1850-1891). В праці „Про багатство та бідність” (1875) він розкрив причини злиденності широких народних мас і запропонував власний шлях подолання несправедливості капіталістичного ладу. С. Подолинський вважав, що суть об’єднань окремих громад у спілки, в господарські асоціації полягала в тому, що за таких соціально-економічних умов не було причин для сварок, заздрощів, брехні, ворожнечі, деморалізації, злочинів. Натомість переважатимуть рівність, любов та дружба, побратимство.

Михайло Драгоманов (1841-1895) в першому модерному конституційному проекті у межах Російської імперії, опублікованому у Женеві 1884 року, накреслив шляхи розв’язання найскладніших соціальних проблем через організацію спілчанства. На його думку, „вільні спілки” повинні звернути особливу увагу на євангельські братства, підтримувати в них нахил до вільного мислення, послаблювати містицизм і спрямовувати думку про братство релігійне до думки про спілку громадську й господарську і виводити думку про таку спілку за межі віросповідань.

В кооперації могутній засіб культурного, політичного й економічного піднесення українського народу вбачав Іван Франко (1856-1916). „Тільки кооперативна боротьба за існування могла запевнити людині перевагу над іншими живими і неживими творами природи", - писав він у статті „Мисли о еволюції в історії людкости" (1881). Аналізуючи суспільно-економічний стан селянства та нелюдські методи його експлуатації лихварським капіталом, І.Франко радив використати кооперативну форму співпраці для боротьби з цим злом. Проти неграмотності народу він пропонував створювати читальні, проти п'янства – товариства тверезості, проти лихварства – кредитні спілки і громадські каси, проти економічних злиднів – крамниці, склади збіжжя тощо.

У статті „Як люди в нужді дають раду" (1882) В.Нагірний (1847-1921) пропонував модель гуртівні, суть якої зводилася до того, щоб зробити гуртову крамницю підприємством на основі спільного капіталу членів „консумпційного товариства", яке своєю чергою повинно створити мережу крамниць.

Новий етап процесу формування національної кооперативної ідеології в Україні припадає на початок XX ст. 1909 році у праці „Про кооперацію, її теорію та значінє для нас" Сидір Кузик (1885-1925) зауважив, що „ніяка з соціальних ідей, що прийшли до нас із Західної Європи, не придасться так для наших відносин і не обіцяє так основно подвигнення нашого національного життя, як кооперація... в економічнім життю відродженнє наше можливе лише через кооперацію, що в своїй основі є також широко демократичним рухом".

Значний резонанс мала популяризація Костем Паньківським (1855-1915) рочдельської кооперативної системи та включення її основних ідей в ідеологію національного кооперативного руху. Його погляди були підтримані Іваном Петрушевичем (1875-1950). Співставляючи кооперативні принципи з практикою галицько-руських спілок початку XX ст. останній дійшов висновку, що кооперативна торгівля в Галичині насправді є нічим іншим, як „дрібним руским крамарством, скопійованим живцем з підприємств капіталістичних". Вона тримається лише „виїмковими одиницями", „не має ніякої провідної ідеї і не може мати ні морального, а ні політичного впливу".

Великі надії на кооперативну самодіяльність покладав Михайло Туган-Барановський (1865-1919). Він був противником державної регламентації, відстоював таке кооперативне законодавство, яке б не гальмувало вільного розвитку кооперації. У праці „Социальные основы кооперации" (1916) детально простежив історичну еволюцію кооперативних ідей та кооперативної практики різних країн, зробив низку вагомих теоретичних висновків стосовно світового кооперативного руху. Власне дослідження вчений розглядав як спробу створити навчальний курс для ознайомлення із соціальними основами кооперації і загальною теорією кооперативного руху.

Продовжував вивчати еволюцію поглядів українських кооператорів на соціальні основи кооперації й Борис Мартос (1879-1977). Саме він вважав, що „кооперація – дитина злиднів". – Учений дав чітке визначення поняттям „кооперація" та „кооператив". Кооперацією вважав спільну діяльність певної групи людей, яка мала на меті поліпшити їхній матеріальний і духовний добробут шляхом організації кооперативів. Кооператив, на думку автора, - це добровільне, засноване на принципі рівноправності і самодопомоги об'єднання людей з метою поліпшити свій добробут.

До непересічних постатей – творців кооперативної, ідеології належить Сергій Бородаєвський (1870-1942), якого І.Витанович охарактеризував як найвідомішого дослідника кооперації. Кооперація, на думку С.Бородаєвського, - це позакласове об'єднання, яке намагається поліпшити матеріальне становище своїх членів винятково шляхом торговельно-виробничої діяльності. Вона намагається зменшити чисельність посередників, що призводить до зближення виробника зі споживачем.

У 20-30-х роках кооперативну ідеологію розвивали Ю. Павликовський, О. Луцький, К. Коберський, Є. Храпливий, А. Жук, І. Витанович та інші. У програмній доповіді з нагоди 30-річчя діяльності РСУК (1934) Ю.Павликовський зауважив: „Оконечну мету українського національного кооперативного руху витичує ідея визволення людини. Український коо-

ператизм змагає до освободження людини з оков духовної темноти й злиденного отупіння через освободження її з кліщів матеріальної нужди. Український кооператизм виводить сірі народні маси безіменних з'їдачів сухого хліба у ряди повновартних і повноправних громадян. У дружній співпраці зі собою стають вони не тільки ковалями власної долі, але й будівничими долі народу. Український національний кооперативний рух є тому рухом громадсько-творчим, джерелом свідомого вирощування свідомої своїх завдань суспільності".

Висновки. Отже, в кооперативній ідеології, яка сформувалася в Україні протягом другої половини XIX – першої половини XX століть були закладені найпривабливіші демократичні і гуманістичні риси прогресивного розвитку людства. Ця ідеологія розвивалася, поширювалася і вдосконалювалася, займаючи дедалі вагоміші позиції в цивілізаційному процесі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бородаєвський С. Історія кооперації / С. Бородаєвський. – Прага, 1925. – С. 11, 24.
2. Витанович І. Історія українського кооперативного руху / І. Витанович. – Нью-Йорк, 1964. – С. 202.
3. Драгоманов М. Шевченко, українофіли і соціалізм / М. Драгоманов // Вибране. – К., 1991. – С. 379.
4. Зибер Н. Давид Рикардо и Карл Маркс в их общественно-экономических исследованиях / Н. Зибер. – Москва, 1937. – С. 104.
5. Зибер Н. О потребительских обществах / Н. Зибер // Киевский телеграф. 1869. – 19 февраля. – № 22.
6. Ільченко (Жук) А. Відродження українського народу і кооперації / А. Ільченко (Жук) // Ідеологія кооперації. Вибір кооперативного письменства. – Львів, 1934. – С. 97.
7. Кузик С. Про кооперацію, її теорію і значінє для нас. З нагоди Першого просвітньо-економічного конгресу у Львові / С. Кузик – Львів, 1909. – С. 4.
8. Мартос Б. Левитський і харківські студенти / Б. Мартос // Кооперативна республіка. – Львів, 1938. – С. 263.
9. Мартос Б. Теорія кооперації / Б. Мартос. – Подєбради, 123. – С. 135.
10. Мицюк О. Піонер української економічної думки Сергій Подолинський (1850-1891) / О. Мицюк // Кооперативна республіка. – Львів, 1931. – С. 60.
11. Нагірний В. Якь люде собь вь нуждь дають раду? / В. Нагірний // Діло. – 1882. – Ч. 81. – 20 жовтня (1 листопада).
12. Павликовський Ю. Природа, мета і світогляд українського кооперативного руху. Промова на святочній Академії дня 6 січня 1934 р.: В 30-ліття організованої праці РСУК / Ю. Павликовський. – Львів, 1934. – 250 с.
13. Павликовський Ю. Слідами розвою ідеї кооперації і союзного устрою в „Народній Торговлі" / Ю. Павликовський. – Львів, 1908. – С. 10-11.
14. Паньківський К. Кооперація, її ідея, задача і значіння / К. Паньківський // Львівська наукова бібліотека ім. В. Стефаника НАН України. Відділ рукописів. – Ф. 1. (Наукове товариство ім. Т. Шевченка). Сп. 507/11. – п. 1. – Арк. 12.
15. Петрушевич І. Кооперативний рух в Англії / І. Петрушевич // Економіст. – 1904. – Ч. 1. – С. 14.
16. Туган-Барановський М. Кооперація, її природа та мета / М. Туган-Барановський. – Львів, 1936. – С. 33-34.
17. Туган-Барановський М. Социальные основы кооперации / М. Туган-Барановський. – Москва, 1989.
18. Туган-Барановський М. Экономическая природа кооперативов и их классификация / М. Туган-Барановський. – Москва, 1914. – 294 с.
19. Франко І. Мысли о оволюції в історії людськості / І. Франко // Зібрання творів: У 50-ти т. – К., 1986. – Т. 45. – С. 95.
20. Франко І. Як би нам в біді рятуватися / І. Франко// Зібрання творів: У 50-ти т. – К., 1985. – Т. 44. Кн. 2. – С. 164-165.
21. Щербина Ф. Визначні риси кооперації і кооператив / Ф. Щербина // Кооперативна республіка. – 1929. – Ч. 4. – С. 131.

УДК 334.375:37(474.63)

Сова А. О., к. і. н., доц. кафедри історії і політології,
Львівська комерційна академія

КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ УКРАЇНСЬКОЇ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НАДДНІПРЯНЩИНИ В ПЕРІОД УКРАЇНСЬКОЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ 1917–1921 РР.: НАПРЯМИ ТА ДОСЯГНЕННЯ

Вступ. Значний вклад у розвиток української культури Наддніпрянщини в період Української національної революції 1917–1921 рр. внесли українські кооперативні організації. В складний час, коли українська влада приділяла значну увагу обороні та військовим потребам, до того ж в ході воєнних дій часто змушена була покидати значну територію України, – на місцях активно працювали кооперативні організації. Вони часто заміняли місцеву адміністрацію та, найважливіше, стояли на сторожі розбуджених культурних прагнень народу, просвіти, шкільництва, національної духовності, що прагнули вільного розвитку [10, с. 137].

Основні напрями діяльності. Значну увагу споживчі кооперативні організації приділяли фінансовій допомозі культурно-освітнім закладам, установам та організаціям. З цією метою проводилася організаційна робота та закладалися відповідні фонди. З них фінансувалися середні школи, гімназії, інститути, університети. Також створювалися стипендії для талановитих студентів та фінансувалися різні культурні заходи та програми. Зокрема, "Дніпросоюз" восени 1918 р. виділив на стипендії для Українського державного університету 50.000 карб, малозабезпеченим студентам Кам'янець-Подільського державного університету – 25.000 карб, на стипендію імені Д. Марковича – 5.000 карб. Правління "Дніпросоюзу" пожертвувало для київських лікарень літератури на суму 10.000 карб; Вченому Сільсько-Господарському Комітетові України на покриття боргу 510.000 карб.; Товариству Народного театру й мистецтва – 100.000 карб; на утримання "Бюро по захисту інтересів кооперації" – 6.000 карб [1; 9]. Кооперативні союзи відраховували значні суми в розпорядження ЦУКК на національно-культурні потреби всеукраїнського значення. Серед них відзначалися Смілянська спілка, Таращанський союз, Кременчуцькі союзи та ін. Великі пожертви надано на розвиток Українського кооперативного інституту імені М. І. Туган-Барановського. За неповними даними вони становили понад 1 млн 100.000 карб [12, арк. 7 зв.].

Плідна співпраця проводилася між споживчою кооперацією та "Просвітами". Закуповувалися книги для просвітянських організацій Холмщини, Полісся, Катеринославщини, видавництва "Рух" у Харкові. Завдяки коштам Полтавської спілки споживчих товариств та "Просвіти" засновано історично-філологічний факультет у Полтаві, забезпечивши повне його облаштування й бюджет. За допомогою кооперації постало на Полтавщині близько 100 сільських гімназій, 10 учительських семінарій та інші навчальні заклади. В одному із листів товариства "Просвіта" с. Мануйлівці Новомосковського повіту до "Дніпросоюзу", датованого 1918 р., зазначалося: "Крім чисто матеріального прибутку, наше товариство придбало певність, що його скромна праця оцінюється тими, хто стоїть на ґрунті культурного відродження нашої страдниці-України, її незалежности й добробуту українського працюючого люду. Ми певні, що загальними силами здобудемо кращу долю і що доля наша не загине, поки на чолі нашого національного руху будуть стояти такі міцні орґанизації, як хвальне товариство "Дніпросоюз" [5].

Важливим напрямком освітньої діяльності було створення системи кооперативної освіти. Це обумовлювалося потребою забезпечення кооперативних товариств та установ кваліфікованими кадрами [10, с. 137–138]. Більшість утворених шкіл та курсів мали короткотерміновий характер – від кількох днів до 3–4 місяців. Основна мета – дати слухачам елементарні знання з питань організаційно-господарської діяльності в кооперації. Місячні й багатомісячні курси відбувалися переважно в містах та містечках, де існували великі споживчі

союзи; кількаденні, чи 1–3-х тижневі – по селах [4, с. 254]. Серед кооперативних шкіл слід виділити школу ім. А. Н. Головчанського (Харківський союз), кооперативні інструкторські курси при ЦУКК, Кооперативна школа ім. В. Доманицького у Києві (“Дніпросоюз”) [8], Кооперативна школа ім. В. Доманицького у Звенигороді (повітова земська управа), середня загально-кооперативна школа ім. 50-річчя українського кооперативного руху [11, с. 15]. Результатом клопіткої роботи стало відкриття 1 січня 1920 р. Українського кооперативного інституту ім. М. І. Туган-Барановського, основна мета якого полягала у підготовці спеціалістів з вищою економічною освітою [12, арк. 1, 7, 26–27 зв., 31–36]. До викладацької роботи на курсах, школах, інституті залучено провідних вчених. У програмах, крім фахових предметів, обов’язковими були українська мова, історія України, географія, економіка України та ін. Такі заходи сприяли підготовці національно свідомих громадян України.

Велике значення відводилося друкованій продукції, зокрема пресі, книгам, брошурам, бюлетеням, листівкам та ін. У ній можна виявити багато цінних ідеологічних статей представників українського кооперативного руху, які не втратили своєї актуальності і сьогодні. У кооперативній друкованій продукції подавалася інформація про розвиток кооперативного руху, праці й досвіду інших народів; містились різноманітні дискусії на актуальну тематику, зокрема про організацію українського народного господарства, практичної кооперативної праці й будівництва, історії України, культурно-просвітньої роботи серед населення і т. ін. До 1 квітня 1919 р. в Україні всього побачило світ 150 різних кооперативних видань українською мовою: книжок, брошур, листівок, плакатів. За один лише 1918 р. надруковано значно більше книг, ніж за тринадцять попередніх [6]. Першість належала Києву, далі йшла Полтава, Вінниця, Петербург і Кременчук, Катеринослав, Кам’янець-Подільський, Пирятин, Сміла, Фастів. Харків, Херсон, Умань, Бершадь, Гайсин, Тульчин, Вовча, Васильків, Біла Церква. Значну частину видань становили матеріали агітаційного змісту: статути і звіти кооперативних установ, протоколи зборів, календарі, картки, інструкції, плакати, листки-летючки [7]. “Дніпросоюз” до жовтня 1918 р. видав 4 млн друкованих аркушів, за перше півріччя 1920 р. – 113.591 примірників [2]. Серед них: Губер В. “Перші кроки Рочдельців” – 4.991 прим., відривний календар на 1920 рік – 35.500, Варава О. “Чого я став кооператором” (листівка) – 9.500, Блох О. “Міста-Сади (соціально-економічний нарис)” – 10.000, Протоколи чергових загальних зборів – 1.500, підручники: Порадник Організаторам (два випуски) – 20.000, Матеріали культурно-просвітнього відділу “Дніпросоюзу” – 2000, Шевченко Т. “Кобзар” – 5.000, Туган-Барановський М. “Політична економія” – 25.000 та ін. [2, с. 41]. Популярністю серед населення України користувалися мандрівні капели Дніпровського Союзу, які знайомили з народною піснею в художній обробці та з оригінальною пісенною творчістю українських композиторів М. Лисенка, К. Стеценка, М. Леонтовича, О. Кошиця, Я. Степового.

Висновки. Проведене дослідження свідчить про те, що не зважаючи на труднощі, діяльність української споживчої кооперації Наддніпрянщини у 1917–1921 рр. сприяла розвитку культури. Це проявлялося у пошуках нових форм та змісту національного життя. Досвід цього періоду української історії слід використовувати на сучасному етапі державотворення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Асигнування на культурно-просвітні справи // Кооперативна Зоря. – К., 1918. – № 20–21. – С. 28.
2. Видавнича діяльність // Дніпровський Союз Споживчих Союзів – Всеукраїнський Центр Споживчої Кооперації. Справочно-інформаційне видання з 16 ілюстраціями в тексті. – К., 1918. – С. 38–44.
3. Видавничий відділ Дніпросоюзу // Кооперативна Зоря. – К., 1920. – № 9–12. – С. 62.
4. Витанович І. Історія українського кооперативного руху / І. Витанович. – Нью-Йорк: Товариство української кооперації, 1964. – 624 с.

5. Дніпросоюз і Мануйлівська “Просвіта” // Кооперативна Зоря. – К., 1918. – № 18–19. – С. 44.
6. Ігнатієнко В. Кооперативна преса на Україні в 1918 році та її характер / В. Ігнатієнко // Кооперативна Зоря. – К., 1919. – № 1–3. – С. 14.
7. Ігнатієнко В. Українська кооперативна література. (Критико-бібліографичний нарис) / В. Ігнатієнко // Кооперативна Зоря. – К., 1919. – № 6–7. – С. 10.
8. Кооперативна школа імени Василя Доманицького // Дніпровський Союз Споживчих Союзів – Всеукраїнський Центр Споживчої Кооперації. Справочно-інформаційне видання з 16 ілюстраціями в тексті. – К.: Видання Дніпровського Союзу Споживчих Союзів України, 1918. – С. 35–37.
9. Стипендії Дніпросоюзу при Кам’янець-Подільськім Державнім Университеті // Кооперативна Зоря. – К., 1918. – № 18–19. – С. 44.
10. Фареній І. Кооперативний рух і проблеми національно-культурного розвитку / І. Фареній // Віче. – 1998. – № 11 (80). – С.135–143.
11. Фареній І. А. Український кооперативний рух у період 1917–1920 років (історичний аспект): автореф. ... канд. іст. наук / І. А. Фареній. – Запоріжжя, 2000. – 19 с.
12. Центральний державний архів вищих органів влади та управління України. – Ф. 313. – Оп. 1. – Спр. 92. – Арк. 1–36.

УДК 334.375(477)

Кухар В. М., к.і.н., доц. кафедри історії і політології,
Львівська комерційна академія

М. ГРУШЕВСЬКИЙ І НАЦІОНАЛЬНА КООПЕРАТИВНА ІДЕЯ

Вступ. Найвизначніший український політик ХХ ст. Михайло Грушевський до усвідомлення ваги громадсько-економічного життя прийшов значною мірою завдяки участі у культурницькій діяльності Старої Громади [7, с. 31].

Аналогічно до М. Драгоманова теоретико-методологічною основою своєї діяльності М. Грушевський обирає соціологію [7, с. 30-31]. Прийшовши у політику, він ставить перед собою мету з’ясувати можливість становлення української державності при опорі на тяжіючу до антропо-(М. Вебер) та соціоцентризму (Е. Дюркгайм) соціологію.

У світогляді М. Грушевського тривалий час боролося два начала – виплеканий матірю „ригоризм обов’язку” (веберіанська традиція) і широта української вдачі, прихильність до української громади, запозичена у батька („дюркгейміанський напрям”). Перемагає батьківська лінія. Зазнавши значних поневірянь на національному грунті у тифліській гімназії, він схиляється до думки вважати домінуючим суб’єктом соціального життя „народ” і, навіть наражаючись на переслідування, ідентифікувати себе як українця.

М. Грушевський поділяє до соціоцентричну концепцію Е. Дюркгайма. Власне, шансів пристати до антропоцентричної концепції М. Вебера у нього не було. Українське суспільство було надзвичайно бідним і не мало достатніх засобів для заохочення індивідуалізму, з огляду на що консолідаційним орієнтиром для українців могла виступити лише соціоцентрична концепція Е. Дюркгайма [7, с. 31].

Соціоцентризм спонукав М. Грушевського постійно цікавитися утвердженням кооперативної ідеї серед українства. Широко відомо, що М. Грушевський був учасником Всеукраїнського кооперативного конгресу (1909) у Львові.

Погляди М. Грушевського на кооперацію багато у чому споріднені з баченням цього питання його послідовником І. Витановичем. Слідуючи дюркгаймівській тезі про органічну солідарність, обидва історики єдині в тому, що кооперація є “життєвою потребою народних мас” і важливий фактор українізації міст на території України. М. Грушевський, створюючи Український соціологічний інститут, на багатьох дослідників, планував обчислити готовність

українського етносу до консолідації й державотворення. Виходячи із засад структурного функціоналізму, І. Витанович вказував, що кооперація допоможе у 1) відбудові соціальної структури й модернізації українського народного господарства; 2) налагодженні контактів України зі світом; 3) скріпленні національної солідарності; 4) у підготовці при кооперативній роботі людей для громадської й державної праці [4, с. 590]. Конфлікт "держава"-„самоуправна громада" виразно проступає і М. Грушевського, і у І. Витановича. І обидва вчені розв'язують його на користь громадянської структури [6, с. 38-40; 1, с. 95-96]. М. Грушевський стверджує, що добровільна асоціація – основа здорової суспільної структури. Подібний підхід зустрічаємо у І. Витановича, котрий вважає за потрібне процитувати К. Паньківського: "Кооперація, приймаючи державну поміч, тратить власну самодіяльність, стає забавкою політики. Все це разом спричинює ослаблення почуття відповідальності, яке становить силу кооперації" [4, с. 160].

Для М. Грушевського сумнівними були широкі можливості використання кооперативної організації праці у сільському господарстві. Кооперативи у галузі сільського господарства повинні були забезпечити передусім вищу продуктивність праці.

Переконання у нестійкості українського фундаменту змушує М. Грушевського все життя працювати на розвиток національної культури. Одним із успішних видавничих проектів М. Грушевського стає „Літературно-Науковий Вісник", котрий видавало „Товариство підмоги українській літературі, науці і штуці", добровільна меценатська організація для залучення коштів для потреб української культури.

Перша світова війна унеможливлює практичну діяльність зі збирання грошових засобів. За цих обставин М. Грушевський вирішує переключити збирання коштів на українську кооперативну систему, яка продовжувала діяти і у нелегких умовах війни. Найймовірніше, що цією організацією була Книгоспілка (Український Кооперативний Видавничий Союз, 1918-1920 рр.) на чолі з М. Стасюком – київська видавнича і книготорговельна організація діяльність котрої зосереджувалася довкола продукування і розповсюдження книг з літератури, природознавства, науково-популярної тематики та шкільних підручників. Не виключено, що рішення передати „Літературно-Науковий Вісник" лише на чотири місяці у відання української кооперативної спілки, було зумовлене породженими дюркгаймівською концепцією сподіваннями М. Грушевського на швидке завершення війни [2, арк. 1-2].

У фондах Центральної національної наукової бібліотеки ім.В. Вернадського збереглося два листи М. Грушевського на кооперативну тематику [2, арк. 1-2; 3, арк. 1-2]. Перший, про котрий йшлося вище, засвідчує прекрасне знання М. Грушевським матеріальної сторони видання книг і журналів на кооперативних засадах. У складних воєнних обставинах він приймає рішення чесно вести видавничий бізнес і передає кооперативному комітетові всю повноту справ фінансово-технічного характеру (право визначати розмір гонорарів, оплат персоналу, ціну передплати і окремих примірників, тиражі друку). Поза повноваженнями правління кооперативної спілки мали залишитися лише літературно-редакційні справи. Другий лист написаний М. Грушевським у Відні в 1922 році. Він відображає прагнення автора взяти участь у допомозі українській спільноті і свідчить про його співпрацю з благодійною організацією „American Relief Administration". Лист свідчить про підтримку вченим добровільних асоціацій, націлених на проведення благочинної діяльності [2, арк. 1-2].

Підсумкові зауваження. Практично щодо українського кооперації М. Грушевський проводив лінію втручання на віддалі. Він виступає рядовим членом українських кооперативних організацій, спілкується та листується з діячами українського кооперативного руху, відвідує певні заходи кооператорів. Однак для кооперативного руху він більше номінальна, ніж реальна постать. Він відстоює довіру до українських кооперативних організацій, відзначаючи чесність, принциповість, фаховість кооператорів. М. Грушевський наполягає на тому, що кооперація має здійснюватися ненасильницькими методами, оскільки насильство – шлях до її занепаду.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Богданишина О. Позитивізм в історичній науці в Україні (60-ті рр. XIX – 20-ті рр. XX ст.). / О. Богданишина. – Харків: Вид-во Віровець А.П.: „Апостроф", 2010. – 480 с.
2. Національна наукова бібліотека ім.Вернадського. – Інститут рукописів. – Ф. 246. – № 36. – Арк.1-2.
3. Національна наукова бібліотека ім.Вернадського. – Інститут рукописів. – Ф. 246. – № 37. – Арк.1-1 зв.
4. Витанович І. Історія кооперативного руху. / І. Витанович .– Нью-Йорк, 1964. - 624 с.
5. Витанович І. Михайло Грушевський. Історик, соціолог, суспільний діяч / І. Витанович // Кооперативна республіка. – Львів, 1935. – Ч.1. – С.7-15.
6. Витанович І. Уваги до методології й історіософії Михайла Грушевського / І. Витанович // Український історик. – 1966. – № 1-2. – С. 32-51.
7. Кухар В. Грушевський — Витанович: у пошуках ідеологеми українства / В. Кухар // Вісник Львівської комерційної академії. – Вип.8. – Львів, 2009. – С.29-38. – (Серія „Гуманітарні науки").

УДК 334.735(477)(063)

Клок В. І., к. і. н., доц. кафедри історії і політології,
Львівська комерційна академія

РОЗВИТОК СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ В ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ 1960 РР.

Вступ. У січні 1959 р. М. Хрущов на позачерговому XXI з'їзді КПРС виступив з програмою прискореного соціально-економічного розвитку країни. З'їзд проголосував за курс на розгорнуте будівництво комунізму [1, с. 412]. Виконання цієї цілі було б не можливим без покращення життєвого рівня радянських людей шляхом забезпечення їх продуктами та товарами широкого вжитку. Це вимагало зростання кількісних та якісних показників торгівлі. XXI з'їзд КПРС передбачав до 1965 р. збільшення товарообігу в сфері споживчої кооперації на 62% та об'ємів продажів населенню продуктів тваринництва, рослинних жирів, цукру, фруктів, цитрусів, тканин, одягу, білизни, взуття [3, с. 309]. Проте в партійних резолюціях не зазначались конкретні цифри підвищення продажів даних груп товарів. В орієнтованій на військово-промисловий комплекс радянській економіці забезпечення населення цими продуктами здійснювалось за залишковим принципом. Тому ця частина семирічного плану мала декларативний характер і слугувала цілям радянської пропаганди.

Кооперативна система громадського харчування. Важлива роль в семирічному плані відводилась розвитку кооперативної системи громадського харчування. Передбачалось збільшити об'єм випуску продукції цих підприємств у два рази [3, с. 192]. Перед споживчими товариствами ставилось завдання наростити виробництва фасованих товарів, напівфабрикатів. Задля вирішення цих проблем уряд виділив додаткові кошти на закупівлю посуду, кухонного обладнання, холодильних камер та устаткування для приготування їжі

В СРСР кооперація була підпорядкована інтересам державного апарату. Тому у відповідності до держплану 1959-1965 рр. кооперативними організаціями союзних республік були розроблені контрольні цифри розвитку матеріально-технічної бази своїх підприємств [2, с. 165]. До 1965 р. передбачалось значне зростання кількісних та якісних показників кооперативної системи країни.

М. Хрущов приділяв велику увагу розвитку сільського господарства. Протягом його перебування при владі значно зросло фінансування цієї галузі народного господарства. При цьому Центросоюз мав збільшити закупівлю у колгоспників продовольчих товарів. У відповідності до цих завдань передбачалось будівництво значної кількості заготівельних і переробних підприємств.

Передбачався зріст капіталовкладень у кооперацію на 80%. Загальна кількість інвестицій у систему Центросоюзу мала скласти близько 26 млрд рублів [2, с. 167]. Проте це були в більшості кошти самих кооператорів.

Іншим важливим документом, який визначав розвиток кооперації у Радянському Союзі, була постанова ЦК КПРС і Ради міністрів СРСР „Про заходи щодо подальшого покращення торгівлі" прийнята 8 серпня 1960 р. У постанові були визначенні основні напрямки подальшого розвитку і корінного покращення торгівлі в країні. Радянське керівництво зобов'язувало працівників кооперативної торгівлі і громадського харчування завчасно приймати заходи до ліквідації недоліків, збільшувати культуру обслуговування, проявляти більше турботи по задоволенню потреб населення [6, с. 27]. Економічним результатом цього стало планомірне зростання обсягів продажів у в системі кооперативної торгівлі у сільській місцевості. Зростає асортимент та якість товарів. Кооперативні магазини виконують та перевиконують плани продажів.

Перша половина 60-рр. була періодом бурхливого зростання радянської економіки. В результаті підвищилась заробітна плата та добробут населення. Крім цього, завдяки економічним реформам М. Хрущова мільйони колгоспників почали одержувати пенсії. У цілому по країні середньомісячна заробітна плата робітників і службовців зросли з 78 крб у 1958 р. до 95 крб у 1965 р. Якщо ж врахувати виплати і пільги з суспільних фондів споживання, то разом з ними доходи робітників збільшились з 104 крб до 128 крб. Результатом цього процесу стало збільшення продаж населенню товарів через кооперативну торгівлю на 60 %. У першій половині 60 рр. торгівля виступала найважливішою галуззю радянської кооперації. У 1965 р. роздрібний товарообіг споживчої кооперації УРСР становив 5250,802 тис крб проти 4119,09 тис крб у 1960 р. [6, с. 37]. Приріст об'ємів продажів за роки семирічки перевищив увесь кооперативний товарообіг 1940 р. у 1,6 рази.

Протягом семирічки кооперативна торгівля у багатьох областях УРСР стала переважаючою. Наприклад, у Вінницькій області питома вага споживчої кооперації в загальному товарообороті державної і кооперативної торгівлі становить 69%, у Хмельницькій області 66,9%, у Тернопільській – 66,9%, у Черкаській – 64,9%, у Чернігівській – 61,7%. У 12 областях з 25 областей Української РСР на кооперативну торгівлю припадає більше половини роздрібного товарообороту. Загалом у 1965 р. частка споживчої кооперації в роздрібному товарообороті державної і кооперативної торгівлі становила 33,8%.

Висновки. Отже, протягом 1960-1965 років споживча кооперація України остаточно закріпила за собою роль основної торгівельної організації на селі. В цей період кооперативна система цілковито підпорядковувалась радянському партійному та державному керівництву та слугувала його інтересам. Водночас кінець початок 1960-х років був часом бурхливого зростання її якісних та кількісних показників. Впровадження у життя нові форми торгівельного обслуговування населення, що в більшій мірі задовольняли потреби споживачів. Зростав та покращувався асортимент товарів у сільських крамницях. У громадському харчуванні простежуються позитивні тенденції: відкривали нові ресторани, кафе, їдальні. Проте дефіцит товарів та недостатня якість обслуговування залишалися постійною проблемою кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Економічна історія України. – Т. 2. – К., 2011.
2. Климов А. Потребительская кооперация в системе развитого социализма / А. Климов. – Москва, 1980. – 208 с.
3. Коммунистическая партия Советского Союза в резолюцих и решениях съездов, конференций и пленумов ЦК (1898 – 1986). – Т. 9. 1956-1960. – М.: Политиздат, 1986. – 574 с.
4. Потребительская кооперация за 1965год. – М., 1966.
5. Споживча кооперація України. – К., 1965.
6. Споживча кооперація Київщини 1917-1967 рр. – К., 1967.

УДК 334.735.008.8 (477)

Прокіп А. В., к.і.н., доц. кафедри історії і політології,
Львівська комерційна академія

УЧАСТЬ ПАЙОВИКІВ У ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТОВАРИСТВ І СПІЛОК (1991-2011 рр.)

Попередні зауваження. Багаторічний курс керівництва Радянського Союзу на злиття усіх форм власності в єдину соціалістичну призвів до суттєвої деформації кооперативної власності, її усуспільнення і знеособлення, відчуженості об'єктів власності від пайовиків, надмірної концентрації майна у вищих структурних ланках системи.

Вихідні умови для реформування. На початку 1990-х рр. базова ланка споживчої кооперації — споживчі товариства, які найбільше наближені до пайовиків, володіли лише 31% кооперативного майна. Пайовий фонд, сформований за рахунок індивідуальних внесків членів споживчих товариств, що були, по суті, їхньою приватною власністю, становив лише 3% від загальної суми кооперативного капіталу. Споживча кооперація входила в період реформування економіки України практично одержавленою структурою, що значною мірою втратила свої демократичні принципи і ринкові основи господарювання [1, с. 1]. Через відсутність відповідного правового підґрунтя щодо споживчої кооперації, державні органи нерідко вдавалися до відчуження кооперативного майна, втручалися в діяльність споживчої кооперації, будували свої стосунки з системою без урахування її природи та суті. Членство у споживчих спілках було формальним й не відображало реальної ситуації, не відповідало тим завданням, що стояли на порядку денному перед системою споживчої кооперації України.

Треті збори Ради Укоопспілки п'ятнадцятого скликання, що відбулися 21 травня 1991 р., прийняли "Програму переходу споживчої кооперації України до ринкової економіки". В цьому документі передбачалося чимало зробити для соціального захисту членів і працівників споживчої кооперації. Проте, економічна криза, що супроводжувала невпевнений перехід до ринкових відносин, не давала змоги споживчій кооперації ефективно працювати і належним чином забезпечувати цей соціальний захист.

Законодавча база. Названі недоліки мали бути подолані за допомогою законів, які б регламентували місце і роль кооперації у суверенній Українській державі. В 1992 р. після прийняття закону України "Про споживчу кооперацію" в кооперативній системі була випробувана ліберальна модель управління, відповідно до якої кооперативи одержали необмежену самостійність своєї діяльності [2, с. 20]. Відповідно до закону "Про споживчу кооперацію", до статутів споживчих товариств і їх спілок було внесено зміни, визначено засади стосунків між кооперативними організаціями різних рівнів, впорядковано відносини власності пайовиків споживчих товариств, відбулося закріплення майна за юридичними особами, створилися спільні підприємства, поглибилося демократичне зміцнення споживчої кооперації.

Напрями реформування. Протягом 2000-х рр. діяльність Укоопспілки спрямовувалась на сприяння розвитку й захисту прав та інтересів споживчих товариств та їх членів. У грудні 2000 р. Рада Укоопспілки скликала XVIII-й (позачерговий) з'їзд, на якому була затверджена "Програма завершення розмежування і закріплення власності в споживчій кооперації України" (далі Програма) та "Примірні статути споживчого товариства, районної, обласної (республіканської) спілки споживчих товариств". В обговоренні проекту Програми на кооперативних дільницях, загальних зборах і зборах уповноважених пайовиків споживчих товариств взяли участь понад 820 тисяч пайовиків або більш як дві третини їхньої тодішньої загальної кількості. В загальних положеннях документу зазначалося, що Програма спрямована на відродження реального власника, посилення його участі в діяльності споживчого товариства, подальше зміцнення демократичних засад споживчої кооперації, розвиток нових форм спільного господарювання на принципах добровільності і взаємодопомоги та забезпечення на цій основі захисту соціальних та економічних інтересів членів споживчих товариств [6, с. 1].

У Програмі було визначено, що головною умовою права пайовика на основний і додатковий пай (частки) в майні споживчого товариства і споживспілок є членство в споживчому товаристві, яке повинне бути підтверджене Всеукраїнською перереєстрацією членів споживчих товариств за станом на 1 січня 2000 року.

У 2004 р. споживча кооперація України об'єднувала понад 1 млн членів споживчих товариств і спілок. Економічний потенціал споживчої кооперації складали понад 30 тис торговельних об'єктів, 1500 переробних підприємств, 340 заготівельно-збутових та інших об'єктів. Валовий оборот основних галузей діяльності споживчої кооперації перевищував 3,5 млрд грн на рік [8, с. 9]. У червні 2004 р. з метою захисту майнових прав та інтересів представників системи споживчої кооперації України, правління Укоопспілки видало постанову про створення служби безпеки Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопсіплки) [7, с. 5].

Важливу роль у процесах розвитку споживчої кооперації в умовах перехідної економіки відіграло "Положення про організацію пайового господарства споживчої кооперації України", затверджене постановою четвертих зборів Ради Укоопспілки дев'ятнадцятого скликання 24.01.2007 р. [4, с. 1]. Цей документ визначав порядок оформлення прийому в члени (асоційовані члени) споживчого товариства, порядок прийому додаткових пайових внесків на формування фінансових ресурсів, кооперативні виплати та виплати на паї, порядок списання обов'язкових пайових внесків членів споживчого товариства та пай (частки) в його майні на покриття збитків споживчого товариства, порядок перевірки стану обліку членів, асоційованих членів споживчого товариства і ведення пайового господарства [5, арк. 23].

Сучасні тенденції. У 2009 р. соціальна та економічна участь пайовиків у фінансово-господарській діяльності споживчих товариств і спілок, у роботі їхніх органів управління і контролю значно активізувалася. З метою поліпшення економічного стану пайовиків та членів їх сімей проводилася апробація механізму реалізації їм товарів за фактичною собівартістю. З доходів кооперативних організацій було спрямовано 13 млн гривень для виплат на паї членам споживчих товариств. Зросли авторитет і довіра до споживчої кооперації, і, як наслідок, у 2009 р. вступили в члени споживчих товариств 52 тисячі громадян України.

Надходження добровільних пайових внесків для формування фінансових ресурсів споживчої кооперації свідчило про зростання довіри пайовиків до цієї системи, відновлення соціально-економічної природи споживчої кооперації (див.табл.1). Воно помітно розширило можливості і наростило темпи реформування, відкрило нові шляхи для інтеграції в ринкову економіку.

Таблиця 1

Умови участі пайовиків у діяльності споживчих товариств і спілок*

Стаж членства або стаж роботи в споживчій кооперації (років)	Розмір пайових внесків (у % до визначеної частки в пайовому (колективному) капіталі), які необхідно сплатити для закріплення часток у майні споживчих товариств і споживспілок	Термін сплати (років)
До 5 років	30	3,0
Від 5 до 10	25	2,5
Від 10 до 15	20	2,0
Від 15 до 20	15	1,5
Від 20 до 25	10	1,0
Від 25 до 30	5	0,5
Від 30 до 40	3	0,3
Більше 40	1	0,1

**Джерело: [6, с.1]*

У 2011 р., після зміни керівництва, нове правління Укоопспілки, очолене Владиславом Гончаренком, у рамках Програми подальшого розвитку і реформування споживчої коопера-

ції України, взяло курс на відпрацювання такого механізму, щоб кожен пайовик став дійсно власником системи, був зацікавлений в розвитку своїх підприємств, зацікавлений інвестувати свої власні кошти в розвиток системи [3, с. 2].

Висновки. Отже, серед найбільш важливих завдань для розвитку споживчої кооперації в умовах перехідної економіки, на нашу думку, є забезпечення зміцнення цілісності та єдності споживчої кооперації як громадсько-господарської системи, ефективне використання її економічного і кадрового потенціалу, раціональне використання результатів роботи споживчих товариств в інтересах пайовиків, залучення їх до практичної роботи споживчих товариств, до контролю за роботою кооперативних підприємств. Необхідно також постійно домагатися реалізації прав і захисту інтересів пайовиків щодо закріплення за ними частки власності споживчого товариства й виплати дивідендів, надання переваг і пільгових умов користування послугами кооперативних організацій, підприємств і установ, вишуковувати додаткові можливості для задоволення важливих економічних і соціальних потреб членів споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко С. Споживча кооперація: реформування відносин власності / С. Бабенко // Дзеркало тижня. – К. – 2002. – Ч.13. – 12 квітня. – С.1-2.
2. Гелей С. Організаційно-економічні засади процесу відродження національного кооперативного руху / С. Гелей // Українське державотворення: уроки, проблеми, перспективи. Матеріали науково-практичної конференції 22 листопада 2001 року. Частина 2. – Львів, 2001. – С. 20-23.
3. Життя вимагає енергійних дій. Із доповіді Владислава Гончаренка, голови правління Укоопспілки // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – К. – 2011. – 2 червня. – Ч.22. – С.2-3.
4. Положення про організацію пайового господарства споживчої кооперації України // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Спецвипуск. – К., 2009. – 21 серпня. – Ч.35-36. – С.1-2.
5. Положення про організацію пайового господарства споживчої кооперації України // Архів Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки). – Арк.23.
6. Програма завершення розмежування і закріплення власності в споживчій кооперації України (Укоопспілки) // Інфодиск "Законодавство України". – К., 2009. – С.1-4.
7. Про службу безпеки Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки) та рекомендованого положення про відділ безпеки Кримспоживспілки, облспоживспілок // Збірник нормативних актів Укоопспілки та методичних рекомендацій з питань безпеки. – Укоопспілка, 2010. – С. 5-6.
8. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.). – К.: Укоопспілка, 2004. – 63 с.

УДК 334. 735: 34 (477)

Кендус О. З., к. філос. н., доц. кафедри історії і політології,
Михальський Ю. В., к. і. н., доц. кафедри історії і політології,
Львівська комерційна академія

ПРАВОВІ АСПЕКТИ ПОВЕРНЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ДО МІЖНАРОДНИХ КООПЕРАТИВНИХ ПРИНЦИПІВ У ПЕРІОД СТАНОВЛЕННЯ НЕЗАЛЕЖНОСТІ УКРАЇНИ

Попередні зауваження. У кінці 80-х на початку 90-х рр. споживча кооперація була однією із найбільших галузей економіки, що включала такі види діяльності, як: виробництво товарів, торгівля, заготівельна діяльність, громадське харчування, надання послуг населе-

нню. Розпад СРСР та політичні процеси відновлення державності України в 1991 році, поставили споживчу кооперацію перед необхідністю реформування та розв'язання низки складних проблем [4, с.21]. Головна — вибір шляху, способів визначення стратегії соціально-економічного розвитку, трансформації системи в економіку України, відродження демократичних засад діяльності кооперативних організацій і підприємств, підвищення їхньої економічної ефективності, ініціативи та підприємливості.

Правові аспекти. Щоб розпочати реформування системи, слід було передусім вирішити питання правового становища споживчої кооперації, адже законодавча база для створення тих чи інших кооперативів в Україні була недосконалою та неповною [3, с.57]. 21 травня 1991 р. на третіх зборах Ради Укоопспілки п'ятнадцятого скликання була прийнята Програма переходу споживчої кооперації України до ринкової економіки. Крім того, у 1991 - на початку 1992 рр. Верховна Рада України здійснювала підготовку закону про споживчу кооперацію. Закон України „Про споживчу кооперацію" був прийнятий Верховною Радою України 10 квітня 1992 р. Таким чином, держава офіційно визнавала суспільну значимість кооперативів і гарантувала їх економічну самостійність та право власності на кооперативне майно [5, с.128].

Закон став гарантом самостійності та незалежності споживчої кооперації, визнав її повноправним суб'єктом ринку, визначив її юридичний статус. Законодавчо закріпив фундаментальні принципи споживчої кооперації як масової господарської організації громадян: добровільність, доступність членства, соціальну справедливість, взаємодопомогу та співробітництво, вільне господарське функціонування на основі ринкових відносин. Розділи Закону присвячені споживчому товариству та спілкам споживчих товариств, власності споживчої кооперації, відносинам між державою і кооперацією, питанням діяльності споживчих товариств та їх спілок. Закон обумовлює порядок створення, реорганізації та ліквідації споживчих товариств і спожив спілок, гарантує певні права пайовиків та передбачає їх обов'язки [2, с.1-15].

Відповідність міжнародним кооперативним принципам. Одним із головних завдань кооперації в період становлення незалежності України стало її повернення до міжнародних кооперативних принципів та вступу до Міжнародного кооперативного альянсу (МКА). МКА є світовим центром кооперативного руху, який об'єднує, представляє та обслуговує кооперативи. Він покликаний: пропагувати міжнародний кооперативний рух, що базується на взаємодопомозі та демократії; захищати кооперативні цінності та принципи; сприяти розвитку економічних та інших взаємовигідних зв'язків між своїми членами; пропагувати стабільний людський розвиток і економічний та соціальний прогрес людства, сприяючи міжнародному миру та безпеці [6, с.1-15] .

Можна з певністю стверджувати, що Закон України „Про споживчу кооперацію" повернув в Україні поняттю кооперації той зміст, який вбачає у ньому міжнародна спільнота і МКА зокрема. Це дозволило споживчій кооперації України стати повноправним учасником світового кооперативного руху. 27-30 жовтня 1992 р. у роботі XXX конгресу МКА в Токіо взяла участь делегація України. На засіданні Виконкому МКА Укоопспілку було прийнято до МКА, який об'єднував на той час 194 національні і 9 міжнародних спілок із 82 країн, нараховуючи понад 660 млн індивідуальних членів.

Вступ до МКА відкрив кооператорам України шлях до міжнародних зв'язків, одночасно зобов'язавши їх дотримуватися основних кооперативних принципів, проголошених МКА. Це аж ніяк не означає, що в усьому світі відбувається уніфікація кооперативного руху. Різні країни часто додають свої особливі елементи до основних принципів кооперації з урахуванням національної специфіки. Однак, важливо, щоб при цьому не змінювався сам дух цих принципів [7, с. 4].

Закон України „Про споживчу кооперацію" цілком відповідає вимогам МКА. Він порвав з радянською спадщиною трактування кооперативного руху як додатка до державної економіки і гармоніює з загальними принципами кооперації. Серед них найголовніші ті, які регла-

ментують особистість кооператорів, умови управління кооперативами, фінансову діяльність кооперативів і міжкооперативні відносини.

На відміну від колишньої концепції кооперації, Закон „Про споживчу кооперацію" не дозволив державним функціонерам втручатися у справи кооперативів. Роль держави обмежується контролем за дотриманням кооперативами чинного законодавства.

Закон України „Про споживчу кооперацію" також передбачає положення про відносини кооперативів з іншим підприємствами. Він дозволив споживчим кооперативам укладати різні види угод з юридичними особами для створення широких структур, пов'язаних між собою кооперативними відносинами.

Висновки. Закон України „Про споживчу кооперацію", прийнятий у квітні 1992 року, встановив її правовий статус, законодавчо закріпив незалежність і самостійність системи як масової громадсько-господарської організації. А головне – держава визнала право власності споживчої кооперації і виступила гарантом її недоторканності. Після прийняття цього, визначального документа головну увагу сконцентрували на розробці та впровадженні механізму реалізації його положень. Це був етап, що знаменує собою початок створення або відтворення, якщо розглядати його крізь призму історії, національної споживчої кооперації. Реально було демонтовано підвалини споживчої кооперації соціалістичного зразка. Було внесено зміни і доповнення в статути кооперативних організацій усіх рівнів. Споживчі товариства отримали право самостійно планувати і здійснювати господарсько-фінансову діяльність, визначати організаційну структуру, кількість працівників, форми і системи оплати праці. Кардинальним кроком стало надання споживчим товариствам права безпосереднього володіння, користування і розпорядження приналежним їм майном і фінансовими ресурсами. На початку 90-х років XX століття це була свого роду революція, що відбувалася „згори — вниз". Вона давала право прийти до влади (адже в кого власність, у того і влада) низовим, первинним ланкам системи. Споживчі товариства отримали повну господарську самостійність, що в подальшому позитивно вплинуло на впровадження ринкових відносин з повним урахуванням міжнародних кооперативних принципів. У подальшому кооперативне законодавство еволюціонувало із прийняттям у 2003 році Закону України „Про кооперацію" [1, с.11-20], у якому йдеться не тільки про споживчі кооперативи, але й про інші види (виробничі, обслуговуючі та ін.), що активно працюють на українському ринку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про кооперацію // Все про бухгалтерський облік. – 2003. – 9 вересня. – № 84.– С. 11-20.
2. Україна. Закон. Про споживчу кооперацію. – К.,1992. – 15 с.
3. Концепція розвитку національного кооперативного руху. – К.: Укооппостачмаш, 2001. – 76 с .
4. Окландер М. А. Споживча кооперація: маркетингові моделі та технології: монографія / М. А. Окландер, О. П. Чукурна. – Одеса: Астропринт, 2005. – 232 с.
5. Бабенко С. Г. Основи кооперації: навч. посіб. / [С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей, Я. А. Гончарук, Р. Я. Пастушенко]. – К.: Знання, 2004. – 470 с.
6. Семів С. Р. Особливості розвитку міжнародного кооперативного руху в умовах глобалізації / С. Р. Семів // Вісник Львівської комерційної академії. – 2011. – Вип.10. – С.501-508. – (Серія „Гуманітарні науки").
7. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.). – К.: Україна. Центральна спілка споживчих товариств. УКООПСПІЛКА, 2004. – 62 с.

УДК 334.73:316.3

Рутар С. М., к.філос.н., доц. кафедри історії і політології,
Львівська комерційна академія

КООПЕРАЦІЯ ЯК ІНСТИТУТ ВІЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

Вступ. У літературі [1;4;5], присвяченій висвітленню проблем кооперації, здебільшого розглядаються окремі її аспекти (історичні, економічні, юридичні). Однак у цій літературі не знайшли достатнього обґрунтування питання про кооперацію як важливий демократичний інститут у суспільно-економічній та громадянській сферах, а також інституційні передумови які забезпечують її повноцінний розвиток.

Відповідність демократичним принципам.Виходячи із методології, сформульований у парадигмі неоінституціоналізму, сутність кооперації як демократичного інституту в рамках соціально-економічної системи і громадянського суспільства полягає в наступному:

- має довготривалу традицію розвитку в умовах вільноринкового капіталізму;
- включає у свою структуру кооперативи та кооперативні об'єднання, які мають демократичну структуру;
- є організаційно-правовою формою колективного об'єднання вільних власників;
- грунтується на формальних (кооперативному законодавстві та власних статутах) та неформальних (етичних звичаях) правилах і процедурах, які передбачають вільні, рівні та взаємовигідні стосунки між її членами;
- об'єднуючи представників дрібного (мікро), малого та середнього бізнесу у сфері виробництва, переробки та реалізації сільськогосподарської продукції та надання фінансових, туристичних, культурно-освітніх послуг, забезпечує їхню конкурентноспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках в умовах недостатньо сприятливого інституційного ринкового середовища;
- сприяє модернізації найменш капіталоємних, але зате працеємних секторів економіки;
- сприяє інтеграції представників виробництва, торгівлі та споживання;
- забезпечує вираз та захист інтересів середніх та нищих верств населення, виробників та споживачів;
- формує і поширює демократичні цінності колективної взаємодії, які ґрунтуються на довірі і соціальній відповідальності;

Важливість економічної свободи. Для того, щоб кооперація могла розкрити свій потенціал відповідно до своєї інституційної природи, суспільство має мати високий ступінь свободи (в першу чергу економічний). Одним із інтегральних показників суспільної свободи є індекс економічної свободи, який включає 10 параметрів: свободу бізнесу, торгівлі, грошову, податкову, фінансову, праці, від втручання уряду та корупції, гарантій прав власності.

Країни в залежності від кількості балів, набраних по вищеназваних параметрам, поділяються на вільні – 80-100 балів; переважно вільні – 70-79,9 балів; помірно вільні –50-59,9 балів; переважно невільні – 60-69,9 балів; невільні– 0-49,9 балів.

Таблиця 1

Рейтингове місце країн за індексом економічної свободи

Країни	**2010 місце/ бали**	**2011 місце/ бали**
Росія	143/50,3	143/50,5
Україна	162/46,4	162/45,8
Грузія	26/70,4	29/70,4
Латвія	50/66,2	56/65,8
Литва	29/70,3	24/71,3
Естонія	16/74,7	14/75,2
Канада	7/80,4	6/80,8
Данія	9/77,9	8/78,6

Джерело: [3]

З цієї таблиці випливає, що, по-перше, країни, які мають найвищий рейтинг економічної свободи (Канада, Данія), володіють найбільш потужним кооперативним сектором; по-друге, країни, які успішно завершили посткомуністичну трансформацію, також успішно розвивають всі види кооперації; по-третє, країни, які переважно є невільними, створили несприятливе інституційне середовище для розвитку кооперації [1;3].

Україна, яка за останні два роки отримала статус підневільної країни, не має сприятливого інституційного середовища для розвитку виробничої, споживчої та обслуговуючої кооперації.

З метою створення відповідних інституційних стимулів для розвитку кооперації необхідно:

- різко скоротити регуляторні функції органів влади (державної, регіональної та місцевої);
- запровадити режим вільної торгівлі із країнами ЄС, максимально лібералізувавши при цьому митне та податкове законодавство;
- кодифікувати кооперативне законодавство і гармонізувати його із принципами та стандартами МКА та європейськими кооперативними альянсами;
- надати право національним кооперативним спілкам здійснювати в максимально ліберальному режимі експорт своєї продукції та імпорт найбільш дефіцитного технічного обладнання;
- звільнити кооперативи від сплати податку на прибуток протягом певного терміну (наприклад, 5 років),якщо кошти від нього будуть спрямовуватися на модернізацію матеріально-технічно бази;
- надати кооперативам статусу комерційної (або неприбуткової організації) лише у випадку надання послуг своїм членам;
- запровадити порядок надання кооперативам інвестиційних кредитів та державних субсидій в залежності від розміру торгового обороту протягом певного терміну.

Таким чином, кооперація може розвиватися як демократичний інститут вільного суспільства якщо буде створене відповідне інституційне середовище, яке ґрунтується на високому ступені суспільної свободи (впершу чергу економічної) і справедливому розподілі національного доходу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Досвід Канади та країн ЄС у сфері політики з підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів/ аналітичне дослідження. – Міністерство аграрної політики та продовольства України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agroconf.org/sites/-default/files/dosvid-kanady-es-polityky-pidtrymky-sh-obslugovujuchy-kooperatyviv1_0.pdf.
2. Україна. Закон. Про кооперацію: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.-ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T031087.html.
3. Індекс економічної свободи: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki.
4. Моренова Н. Д. Міжнародна кооперативна співпраця як інститут секторальної економічної інтеграції України в ЄС / Н. Д. Моренова: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mev.lac.lviv.ua/downloads/vyklad.
5. Семів Р. С. Особливості розвитку міжнародного кооперативного руху в умовах глобалізації / Р. С. Семів // Вісник ЛКА. – №10. – Львів – 2010. – С. 500.

УДК 930

Вдовичин І. Я., проф. кафедри теорії держави і права,
Львівська комерційна академія

МИКОЛА СТАСЮК – КООПЕРАТИВНИЙ І ПОЛІТИЧНИЙ ДІЯЧ

Вступ. Сучасні політичні та економічні процеси спонукають шукати шляхів подолання кризових явищ в історичному досвіді минулого. Одним із інструментів, який зберігаючи свободу господарювання і у той же час не перетворює економічну доцільність в абсолют, який руйнує соціальне і культурне середовище є кооперація.Одним із прикладів гармонійного поєднання вирішення соціально-економічних, культурних та політичних завдань була постать українського кооператора Миколи Стасюка.

М. Стасюк (1885-1931) народився в сім'ї урядовця на Катеринославщині. Вищу освіту здобув у Петербурзькому гірничому інституті, до якого вступив 1903 р. В Петербурзі М. Стасюк не тільки студіював навчальні дисципліни, але й активно цікавився громадським життям. Він став членом української студентської громади. Завдяки організаторському хисту та цілеспрямованості М. Стасюк спочатку ввійшов до складу інформаційного бюро, а згодом був обраний головою студентської ради українських студентських організацій. Микола Стасюк також прилучився і до політичної діяльності, спочатку вступивши в РУП, а згодом – активний діяч УПСР. Під час революції 1905-1907 рр. організовував на Катеринославщині кооперативні селянські спілки, пропагував народницький соціалізм, за що був заарештований і засуджений на рік ув'язнення. Після звільнення перебував під наглядом поліції. М. Стасюк швидко здобуває авторитет серед тогочасних кооператорів України. Він брав участь у кооперативному русі Катеринославщини, потім працював у Києві. Тут 1913 р. відбувся Другий Всеросійський кооперативний з'їзд. М.Стасюк виступив з доповіддю «До питання про підстави союзного будівництва», спрямованою на захист федералістичного принципу. Де проголосив, що, відкриття відділів Московського Банку в Києві й на Кубані, де вже існують місцеві кредитові союзи, пояснюється не інтересами району, а якимись іншими, прихованими мотивами: приходить, "ще одна нянька" для кредитної кооперації. Доповідач посилався на приклад німецької кооперації, де були такі ж проблеми, однак переміг принцип децентралізації, а тому, — наголошував Стасюк, — з'їзд повинен позбутися фальшивого погляду на боротьбу "южан проти централізму москвичів, як на якесь випадкове явище, а глянути на нього як на одно з основних явищ загального стримління в кооперативному русі" [2, с.134].

Економічна проблематика. М. Стасюк залишив порівняно невелику кількість праць, що стосуються економічної проблематики, та вони характеризуються глибиною постановки проблем, самостійністю мислення, мають узагальнено-теоретичні, які не втратили актуальності і у сьогоденні, про що свідчать такі назви: "Еміграція та її значіння в економічному житті України" та "Економічні відносини України з Великоросією й Польщею". На наш погляд, зміст цих розвідок має не тільки академічний характер як зразок тогочасного рівня української економічної думки, але й містить певні паралелі із сучасністю.

М. Стасюк відносить еміграцію до явищ нового часу, оскільки, на його думку, не можна вважати за еміграцію велике переселення народів на початку середніх віків — тут мандрує ціле суспільство — змінюється лише країна оселення, тоді як при еміграції людина змушена прилаштовуватися до нового суспільства. Широких масштабів еміграція набирає а нові часи, в першу чергу через економічні фактори. Огороджування громадських земель, наслідком чого стала їх експропріація, перехід від мануфактури до машинної продукції, що значно зменшило попит на робочу силу, руїна кустарної сільської промисловості через конкуренцію машинних виробів, позбавили широкі народні маси шматка хліба, залишити рідні місця, змусила переселитися в інші край.

Водночас М.Стасюк робить наступний умотивований висновок, спираючись на статистичні дані про еміграційні процеси в російських губерніях та Україні. В новітній період простежується тенденція до зменшення еміграційних процесів під впливом промислової модер-

нізації регіону. Підсумовуючи статистичні дані, в статті "Еміграція та її значіннє в економічному життю України" М. Стасюк пише: "Коли порівняємо кількість робітників, припадаючих на 10000 людности і кількість переселенців на Україні і Великоросії, то побачимо, що між кількістю робітників і кількістю переселенців, істнує відворотно-пропорційна залежність … І коли Україна є головною давальницею еміграції до Росії, то причиною сього треба вважати не якісь особливі риси українського селянства, а факт зростаючого перенаселення і слабого розвитку промисловости на Україні"[3, Кн. XII. – с. 54].

Ці слова перегукуються із сьогоденням, процес деіндустріалізації України, зупинення виробництва змушує багатьох наших співгромадян до еміграції, тимчасової, на сезонні роботи, на постійне місце проживання в країни, де вони мають можливість знайти працю, хоча загалом їх офіційний статус там є незавидним.

Характеристка українсько-російських стосунків. В "Записках Українського Наукового Товариства в Київі" (1911; 1912 рр.) розміщена стаття М. Стасюка „Економічні відносини України до Великоросії і Польщі" в якій автор критично і об'єктивно аналізує сучасний йому економічний розвиток України у порівнянні з найближчими сусідами. Де робить висновок: "З всього попереднього видно, що залежність України від Великоросії не економічна, а державна. Залежність Великоросії від України зовсім не в тім, що Україна постачає їй продукти добуваючої і обробляючої промисловості, як се думає д. Гехтер, а головно в тім, що Україна є найбільший і найвигідніший ринок для продуктів великоросійської обробляючої промисловості. В питанні про вільну торгівлю і протекціонізм Україна і Великоросія завше будуть стояти в протилежних таборах"[4, Кн. IX. – с. 88.].

М. Стасюк, маючи чітку державницьку позицію, одразу ж з початків української революції поринув в активну політичну діяльність, став одним із засновників Української Центральної Ради. М. Стасюк очолював агітаційну комісію, працював також в організаційній комісії, комісії для розроблення проекту статуту автономії України. На Других загальних зборах УЦР 23 квітня 1917 р. було затверджено запропонований ним проект організації губернських, повітових і волосних українських рад. Зі створенням Генерального Секретаріату 15 червня 1917 р. було затверджено його кандидатуру на посаді генерального секретаря харчових справ, яку він обіймав до серпня 1917 р.[1, с.231]. Після гетьманського перевороту повертається до кооперативної діяльності. М. Стасюк став одним із ініціаторів створення Всеукраїнського Кооперативного Видавничого Союзу — „Книгоспілки". За часів Директорії М. Стасюк працював начальником постачання Армії УНР у Кам'янці-Подільському. Після поразки визвольних змагань емігрував за кордон. У 1920-х роках повернувся в Україну. Працював ВУАН як «співробітник із окремим дорученням».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верстюк В. Ф. Діячі Української Центральної Ради / В. Ф. Верстюк, Т. С. Осташко. — К., 1998. – 255 с.
2. Витанович І. Історія українського кооперативного руху / І. Витанович . — Нью-Йорк, 1964. – 624 с.
3. Стасюк М. Еміграція та її значіннє в економічному життю України / М. Стасюк // Літературно-Науковий Вістник.— Львів, 1912.— Кн. IX – С. 26 – 34; Кн. XII. – С. 46-54.
4. Стасюк М. Економічні відносини України до Великоросі! і Польщі / М. Стасюк // Записки Українського Наукового Товариства в Києві.—К., 1911.—Кн. VIII. – С. 24 – 36; 1912. — Кн. IX. – С. 36-42.
5. Енциклопедія Українознавства. Словникова частина / [під ред. В. Кубійовича].— Париж; Нью-Йорк, 1976. — Т. 8. – 560 с.
6. Українська Центральна Рада: Документи і матеріали. У 2-х т.— Т. 1 (4 березня — 9 грудня 1917 р.).—К.: Наукова Думка, 1996. – 558 с.

УДК 346.6

Фігель Ю. О., к.ю.н., доц. кафедри теорії держави та права,
Львівська комерційна академія

ЕВОЛЮЦІЯ КРЕДИТНОЇ КООПЕРАЦІЇ

Вступ. Кооперативний рух в українських громадах зародився та розвивається відповідно до дії загальної тенденції його розвитку в країнах світу, яка відображає бажання громадян засновувати економічні відносини на принципах колективізму, демократії і соціальної справедливості.

За період свого існування кредитна кооперація пройшла важкий шлях розвитку. У кожній країні вона проявлялась у різноманітних формах та характеризувалась специфічними ознаками. Батьківщиною кооперативного руху вважається Західна Європа.

Загальні міркування. Засновниками кредитної кооперації можна вважати Германа Шульце та Фрідріха Райффайзена [1, с. 135], останній з яких у Німеччині втілив на практиці ідею організації сільських кредитних кооперативів на основі принципів: відсутності вступних та пайових внесків, спільної відповідальності за обов'язками кооперативу, видачі позики тільки членам товариства і тільки на виробничі потреби, обмеженої кількості позичальників, роботи членів правління на громадських засадах.

Його діяльність у цій сфері виявилась дуже успішною і за кілька років цей досвід поширився на всю Європу, а також США, Японію та інші країни.

Перші кооперативи з метою взаємного кредитування з'явилися у 50-х роках XIX ст. Саме тоді внаслідок прискореного промислового розвитку проблеми нестачі коштів виникали не тільки у підприємців, а й у певних груп приватних осіб. Переважно це були громади, об'єднані виробничими, професійними чи соціальними інтересами, які не мали змоги взяти кредити у банках.

Еволюція кредитної кооперації у світі починалася зі створення первинних сільських кредитних кооперативів. Збільшення їх зумовило формування регіональних кредитних організацій, які обслуговували фінансові потреби кооперативів [2, с. 23].

З середини XX ст., коли завдання з освоєння земель і налагодження господарства були виконані, громадські потреби у виробничій кооперації відходять на задній план і на їх місці постає інше завдання – створення в рамках державних фінансово-кредитних систем країн проживання, кредитно-фінансових систем, які реалізуються на засадах принципів кредитної кооперації [3, с. 37]. Кредитні кооперативи спочатку утворювалися як сільські, однак потім обслуговували підприємства та інші сектори економіки.

Сучасний стан кредитної кооперації. У сучасному світі фінансово-кредитна кооперація є однією з найбільш поширених форм кооперації. Кооперативні банки, ощадно-позичкові та кредитні кооперативи і товариства, кредитні спілки та інші кооперативні фінансово-кредитні установи не тільки набули широкого розвитку в світовому господарстві, а й займають важливе місце у фінансово-кредитних системах багатьох країн світу [4, с. 18].

Щодо розвитку кредитної коопреції в Україні, слід зазначити, що в період незалежності прийнято низку законодавчих актів, які регулюють діяльність кредитної кооперації, зокрема: Закон України „Про споживчу кооперацію" [5], Закон України „Про кредитні спілки" [6], Закон України „Про кооперацію" [7]. Водночас в Україні необхідно прийняти ряд нових нормативних документів, які б регламентували діяльність кредитних спілок та узгоджуватися між собою і з чинним законодавством.

Висновки. Однією з найбільш серйозних проблем у сучасній кредитній справі, зокрема в діяльності кредитної спілки, є залучення та підтримка достатнього обсягу капіталу, забезпечення його послідовного збільшення. Крім того, згідно зі ст. 1 Закону України „Про кредитні спілки", кредитна спілка – це неприбуткова організація, заснована фізичними особами, професійними спілками, їх об'єднаннями на кооперативних засадах з метою задоволення потреб її членів у взаємному кредитуванні та наданні фінансових послуг за рахунок об'єднаних

грошових внесків членів кредитної спілки. Таким чином, в Україні кредитна спілка визнана не кооперативом, як в інших країнах, а громадською організацією, що створює певні проблеми при відродженні цієї форми кредитної кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Артеменко І. А. Теоретичні засади і практика реформувань відносин власності в споживчій кооперації України при переході до ринкової економіки / І. А. Артеменко. – Полтава: "ПУСКУ", 2005. – 195 с.
2. Гончаренко В. В. Кредитна кооперація. Форма економічної самодопомоги сільського і міського населення у світі та в Україні (теорія, методологія, практика) / В. В. Гончаренко. – К.: Глобус, 1998. – 218 с.
3. Артеменко І. А. Стан і тенденції розвитку української кредитної кооперації у країнах світу / І. А. Артеменко // Українська кооперація. – 2008. – № 1. – С. 34-39.
4. Кредитні спілки в Україні: курс лекцій / Б. А. Дадашев ; [уклад.: Б. А. Дадашев, О. І. Гриценко]; ДВНЗ «Українська академія банківської справи України НБУ». – Суми: ДВНЗ «УАБС НБУ», 2009. – 98 с.
5. Україна. Закон. Про споживчу кооперацію від 10.04.1992 // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 1992. – № 30, ст.414.
6. Україна. Закон. Про кредитні спілки від 10.04.1992 // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2002. – № 15, ст.101.
7. Україна. Закон. Про кооперацію від 10.07.2003 // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2004. – № 5, ст.35.

УДК 339.92:334.73

Рутар Т. С., здобувач кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівська комерційна академія

ПРОБЛЕМА РОЗВИТКУ КООПЕРАЦІЇ В УМОВАХ ПОСТКОМУНІСТИЧНОГО ТРАНЗИТУ

Вступ. Проблеми розвитку кооперації знайшли відображення в публікаціях українських економістів, юристів та істориків [1;4;5;6;7]. В цих публікаціях в основному увага дослідників акцентувалась на з'ясуванні історичних та теоретико-методологічних аспектів розвитку української кооперації в глобальному контексті та контексті трансформаційних економік. Однак ряд аспектів цієї проблеми залишилися поза увагою дослідників. Це зокрема стосується: 1) розуміння кооперації як важливого інституту вільноринкової економіки та громадянського суспільства; 2) аналізу особливостей розвитку кооперативного сектору на тлі загальних закономірностей посткомуністичного транзиту із врахування всієї сукупності сприятливих та несприятливих факторів. Саме такий підхід дозволяє зрозуміти, чому в одних посткомуністичних країнах кооперація займає вагоме місце в економічній системі, а в інших вона знаходиться в стані занепаду.

Сутність кооперації. Для того, щоб дати відповідь на перше питання, необхідно з'ясувати сутність кооперації в сучасних умовах. Закон України „Про кооперацію" дає визначення кооперації як організації кооперативів та кооперативних об'єднань. Світова практика (зокрема досвід Польщі) засвідчує, що кооперація може об'єднувати не тільки кооперативи, але й інші форми господарської організації, які за своєю організаційною структурою максимально наближені до принципів кооперативного руху. В законі дається визначення кооперативу як юридичної особи, утвореної фізичними та юридичними особами, які добровільно об'єдналися на основі членства для ведення спільної господарської та іншої діяльності з

метою задоволення своїх економічних, соціальних та інших потреб на засадах самоврядування [2].

Згідно з вимогами Міжнародного Кооперативного Альянсу (МКА) сучасна кооперація ґрунтується на таких принципах: добровільній участі в кооперативних формуваннях; демократично організованій (шляхом виборів) управлінській структурі, де "один член — один голос"; запровадженні завчасно визначеної фінансової частки кожного члена кооперативного формування у статутному капіталі з обмеженим процентом на його приріст; здійснення розподілу прибутків згідно з рішенням загальних зборів членів кооперативу; проведенні активної виховно-просвітницької, соціальної, освітянської політики серед своїх членів (освіта, охорона здоров'я, заходи по дозвіллю тощо); здійсненні активного співробітництва з іншими кооперативами на місцевому, національному, міжнародному рівнях.

Виходячи з розуміння суті сучасної кооперації та принципів їх функціонування, можна зробити такі висновки. По-перше, кооперація як інститут вільного ринку полягає в тому, що вона:

- грунтується на формальних та неформальних правилах і процедурах, які передбачають вільні, рівні та взаємовигідні стосунки між її членами;
- об’єднуючи представників дрібного (мікро), малого та середнього бізнесу, забезпечує їхню конкурентноспроможність на внутрішньому та зовнішньому ринках в умовах недостатньо сприятливого інституційного ринкового середовища;
- сприяє модернізації найменш капіталомістких, але зате працемістких секторів економіки;
- залучає до господарської діяльності осіб, які не мають підприємницького статусу, адаптуючи їх до умов ринку;
- сприяє інтеграції представників виробництва, торгівлі та споживання.

Кооперація як інститут громадянського суспільства виявляється у тому, що вона:

- забезпечує агрегацію, артикуляцію і захист інтересів середнього класу та найбідніших верств населення шляхом створення кооперативних об’єднань (спілок, союзів, альянсів);
- формує цінності колективної взаємодії, які ґрунтуються на довірі і соціальній взаємодопомозі і поширює їх на інші громадські організації;
- сприяє політичній консолідації нації шляхом активної участі населення в кооперативних об’єднаннях, в рамках яких можна реалізувати його соціально-економічні інтереси та виробити навики громадського менеджменту.

Особливості розвитку кооперативного сектору. Відповідь на друге питання передбачає з’ясування системи факторів, які забезпечують розвиток кооперації в посткомуністичних країнах. Цю проблему можна розв’язати в рамках парадигми неоінституціоналізму, яка передбачає врахування в процесі посткомуністичного транзиту таких факторів, як:

- початкові умови – докомуністичну та комуністичну спадщину;
- навколишнє середовище – вплив міжнародних інституцій;
- сприятливе інституційне середовище для розвитку бізнесу;
- сприятливе інституційне середовище для розвитку кооперації.

Початкові умови в пострадянських країнах (в тому числі і в Україні) були максимально несприятливими для розвитку кооперації, оскільки комуністична система повністю спотворила кооперативний сектор шляхом його одержавлення та централізації. Лише частково традиції розвитку кооперації та підприємництва збереглися в країнах Центральної Європи, які згодом стали членами ЄС.

Щодо впливу міжнародних інститутів, у тому числі і кооперативних, то він був тут значно слабшим, ніж в інших країнах ЦСЄ. Це пояснюється тим, що більшість пострадянських країн (за винятком Прибалтики) не мали перспективи членства в ЄС і структура їх споживчої кооперації, успадкована від СРСР, виявилася нездатною швидко адаптуватися до глобального інтеграційного процесу. Крім цього, аграрний сектор як найбільш сприятливий для розвитку кооперації не зазнав серйозних змін, що стало гальмом на шляху виникнення принципово нових кооперативних організацій.

Стан розвитку кооперації залежить від стану розвитку ринкової економіки загалом. Про це свідчить досвід країн, які успішно провели посткомуністичну трансформацію. Одним із важливих показників успішної ринкової трансформації є індекс легкості ведення бізнесу. За тим показником [3] Україна і Росія мають найгірші умови для ведення бізнесу. Те ж можна сказати і про кооперацію. Достатньо взяти до уваги досвід таких країн, як Канада і Данія, які мають найбільш розвинутий кооперативний сектор і є одночасно лідерами за індексами легкості ведення бізнесу та економічної свободи.

Таблиця 1

Індекс легкості ведення бізнесу

Країни	2009	2010	2011
Польща	72	72	70
Росія	118	120	123
Україна	145	142	145
Грузія	16	11	12
Латвія	29	27	24
Литва	25	26	23
Естонія	22	24	17
Канада	8	8	7
Данія	5	6	6

Джерело: [3]

Висновки. Крім сприятливого інституційного середовища, для ведення бізнесу важливим є з точки зору трансформації кооперативного сектору є специфічне інституційне середовище, сприятливе саме для кооперативного розвитку. Узагальнюючи досвід країн ЦСЄ, які успішно завершили посткомуністичну трансформацію, можна виділити елементи такого інституційного середовища: юридичний статус кооперативів та кооперативних об'єднань, який повністю відповідає принципам та стандартам МКА; інтеграція кооперативних об'єднань в міжнародні та європейські кооперативні альянси, що дозволяє засвоювати передовий кооперативний досвід розвинутих країн; надання права кооперативним об'єднанням національного масштабу здійснювати експорт та імпорт в максимально лібералізованому режимі (без ліцензій, низьких митних ставок та ставок ПДВ); звільнення протягом певного терміну (5 років) від податку на прибуток, якщо ці кошти спрямовуються на модернізацію засобів виробництва; надання кооперативам держави субсидій та інвестиційних кредитів у залежності від величини товарообороту.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Досвід Канади та країн ЄС у сфері політики з підтримки розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів/ аналітичне дослідження. – Міністерство аграрної політики та продовольства України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://agroconf.org/sites/-default/files/dosvid-kanady-es-polityky-pidtrymky-sh-obslugovujuchy-kooperatyviv1_0.pdf.
2. Україна. Закон. Про кооперацію: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T031087.html.
3. Індекс легкості ведення бізнесу: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki.
4. Моренова Н. Д. Міжнародна кооперативна співпраця як інститут секторальної економічної інтеграції України в ЄС / Моренова Н. Д.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://mev.lac.lviv.ua/downloads/vyklad.
5. Семів Р. С. Особливості розвитку міжнародного кооперативного руху в умовах глобалізації / Р. С. Семів // Вісник ЛКА. – №10. – Львів – 2010. – С. 500.

6. Juhasz J. Future options for Hungatian Co-operatives in Eastern and Central Europe, ICA Studies and Reports.[Електронний ресурс]. – Режим доступу:www.wisc.edu/uwcc/icic/orgs/mem/country/hungary.
7. The Cooperative Reform Process in Poland.[Електронний ресурс]. – Режим доступу:www.-wisc.edu/uwcc/icic/orgs/ica/pubs/studies/Poland.

УДК 334.012

Шевчук В. О., д.е.н., проф., зав. кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівська комерційна академія

ОСОБЛИВОСТІ АДАПТАЦІЇ КООПЕРАТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ ЗАРУБІЖНИХ КРАЇН ДО КРИЗОВИХ ЯВИЩ 2008–2011 РР.

Вступ. Оскільки кооперативні організації відіграють помітне значення у промислових країнах (у кооперативному секторі створено понад 108 млн робочих місць), становить предметний інтерес стійкість цієї форми організації господарської діяльності до кризових явищ[1]. Нижче докладно проаналізовано найважливіші риси кооперативної діяльності як засобу мінімізації наслідків фінансової кризи 2008–2009 рр. Наприкінці зроблено стислий огляд пропозицій щодо поліпшення взаємодії кооперативних організацій з органами державного управління окремих країн.

Причини підвищеної стійкості кооперативних організацій промислових країн до кризових явищ 2008–2009 рр. Головними видаються три чинники: 1) гнучкість основних видів діяльності в рамках диверсифікованої організаційно-виробничої структури, 2) підвищена стійкість кооперативних банків, 3) переважання вторинних кооперативів. Досвід французьких, іспанських та американських кооперативів показує, що за умов несприятливої економічної кон'юнктури виробничі кооперативи віддають перевагу зниженню заробітної плати, ніж скороченню робочих місць. Додатково це посилює стимули до інновацій. Наприклад, в Іспанії будівельні кооперативи почали перетворюватися у кооперативи з використання сонячної енергії. Фінансова криза 2008–2009 рр. посилила тенденцію до створення виробничими кооперативами власних джерел фінансування на кооперативних принципах (Італія, Німеччина, Словаччина).

Підвищена стійкість кооперативних банків має декілька пояснень. По-перше, немає безпосереднього підпорядкування інтересам акціонерів, що зменшує ризикованість операцій [1]. Кооперативні банки відрізняються кращим моніторингом, який можна використати для зміцнення банківської системи загалом [2]. По-друге, кооперативні банки мають міцні позиції у сфері роздрібного кредитування, яке характеризується порівняно стабільним доходом. По-третє, обмежені можливості виходу на фінансові ринки мають власні переваги, адже немає підстав для надмірних запозичень та "перегріву" кредитного ринку. Нарешті, кооперативні банки мають підвищені резервні вимоги і зазвичай практикують схеми додаткового гарантування депозитів. Досвід Канади і США підтримує припущення, що за умови браку можливостей кредитування рештою банківської системи (англ. *credit crunch*)

[1] У різноманітних кооперативах перебувають кожен другий мешканець Фінляндії та Сінгапуру, кожен третій – Канади, Нової Зеландії, Норве¬гії, кожен четвертий – США і Німеч¬чини. На кооперативи припадає від 80% до 99% виробництва молока у Норвегії, Новій Зеландії та США, 71% вилову риби – у Південній Кореї, 40% аграрної продукції – у Бразилії, 55% роздрібного товарообігу – у Сінгапурі, 36% – у Данії і 14% – в Угорщині. Окрім виробничої і торговельної діяльності (споживчі кооперативи об'єднують 25 млн кооператорів, мають річний товарообіг на рівні 70 млрд. євро і працевлаштовують 300 тис. робітників), кооперативні принципи активно використовуються у банківській справі. Світова Рада кредитних союзів об'єднує 49,000 кредитних союзів із 177 млн. членів у 96 країнах. Принципи кредитної кооперації сповідують приблизно 900,000 кооперативів з понад 500 млн учасників у понад 100 країнах. Лише в Європі діють 4200 місцевих кооперативних банків, що об'єднують 60000 філій і мають 20% ринку банківських операцій.

кооперативні банки не обмежили кредитування, пропонують нижчі ставки кредитування і відрізняються стабільністю.

Голандський Rabobank у кризовому 2009 р. отримав 2,3 млрд євро чистого прибутку, а в 2010 р. цей показник зріс до 2,8 млрд євро (або на 21,7%). У 2009 р. розмір капіталу зріс на 14% до 2,3 млрд євро, співвідношення "резерви/активи" збільшилося до 13,8% проти 12,7% у 2008 р. У 2010 р. банківські резерви зросли до 41 млрд євро (або на 8%). У 2009 р. обсяги кредитування зросли на 61 млрд євро, а в 2010 р. досягли 436 млрд євро, що дозволило збільшити частку на ринку банківських позик Голландії до 44%.

Американська Credit Union National Association (CUNA) збільшила чистий прибуток у 2010 р. до 87 млн доларів проти 51 млн доларів у 2009 р. Кількість учасників Raiffeisen Switzerland зросла у 2008 р. на 50 тис., що стало рекордом за всі 108 років існування. Подібна "втеча до якості" спостерігалася у 1998─1999 рр. в країнах Південно-Східної Азії, коли за умов фінансової нестабільності увагу привернули стабільніші кооперативні фінансові інституції. В 2008─2009 рр. кооперативні кредитні установи поліпшити практично всі показники: а) обсяги активів і депозитів; б) кількість пайовиків, в) банківську маржу, г) критерії стабільності (адекватність капіталу, кількість прострочених позик). У країнах Латинської Америки кооперативні банки почали активніше займатися переказами від працюючих за кордоном.

На відміну від країн ЦСЄ, де в аграрному секторі переважають щонайбільше виробничі кооперативи, країни Західної Європи характеризуються значно більшою часткою кооперативних організацій вторинного типу, коли координується маркетингова і логістична діяльність. Приміром, в Італії дотриманню найжорсткіших стандартів якості товарів, передусім овочевої продукції, допомагає співпраця з асоціацією фермерів Coldiretti.

Загалом у відповідь на кризові явища кооперативні організації багатьох країн започаткували комплексні заходи щодо підтримки власної диверсифікованої діяльності. В Болгарії, Чехії, Аргентині та Франції активізовано заходи щодо обміну інформацією та консультаційними послугами в межах кооперативних структур. Подібне відбувається у Данії та Японії. В Італії три найбільших кооперативні федерації посилили взаємодію за допомогою використання можливостей кооперативної структури Cooperfidi; водночас кожна з федерацій далі практикує власні фінансові інструменти.

Взаємодія з органами державного управління. У березні 2009 р. керівництво Міжнародного кооперативного альянсу (ICA) відправило листа лідерам "великої двадцятки" (G-20) найбільш розвинених країн із закликом до надання політичної підтримки кооперативним організаціям [3]. В Іспанії кооперативи вимагають вирівнювання фіскальних умов, які на сьогодні створюють переваги для малих та середніх підприємств, у Канаді та Аргентині ─ податкових пільг, в Італії ─ спрощення процесу створення кооперативних підприємств. Іспанський Mandragon у липні 2009 р. отримав від уряду країни Басків 18,3 млн доларів на розвиток власної "гнучкої виробничої мережі". Виробничі кооперативи Румунії вже отримали вилучення з оподаткованого доходу всієї суми реінвестованих прибутків.

У Південній Кореї кооперативні організації вимагають створення спеціальних фондів для підтримки економічної діяльності зі соціальною спрямованістю. У багатьох країнах (США, Франція, Італія, Іспанія) висловлюються пропозиції щодо здешевлення фінансових ресурсів для інвестиційної діяльності. Субсидовані довгострокові позики під фінансування інвестиційних проектів вдалося отримати кооперативам Аргентини. В окремих країнах лунають заклики до активнішої державної підтримки окремих секторів, що мають важливе значення для діяльності виробничих кооперативів: будівництва (Данія), розвитку інфраструктури та заохочення R&D (Італія), надання пільг підприємствам, що приймають на роботу інвалідів (Румунія).

Висновки. Світова фінансова криза 2008─2009 рр. зайвого разу довела, що кооперативні структури менш вразливі до кризових явищ і мають підвищений потенціал для післякризового відновлення. Мінімізації наслідків кризових явищ допомагають демократична структура управління, можливість гнучкого скорочення видатків на заробітну плату задля підвищення конкурентоспроможності, менша схильність до ризику, незалежність від зовнішнього

фінансування, а також можливості для кращої координації різнопланової діяльності виробничих, споживчих та фінансових кооперативів. Підвищена стійкість кооперативних організацій промислових країн до кризових явищ 2008─2009 рр. може пояснюватися гнучкістю в межах диверсифікованої організаційно-виробничої структури, надійністю кооперативних банків і кредитних союзів та переважанням вторинних кооперативів. Фінансова криза зайвого разу підкреслила важливість кооперативних банків, кредитних союзів та інших фінансових установ, які виявили власні переваги в частині розважного надання кредитів та відсутності ризикових практик надання кредитів і фінансових послуг. Не дивно, що з початку кризових явищ спостерігається наплив клієнтів до кооперативних банків. У кризовому контексті 2008─2009 рр. посилення взаємодії з органами державного управління вбачається переважно у поліпшенні умов оподаткування, створенні спеціальних фондів для підтримки економічної діяльності зі соціальною спрямованістю, здешевленні фінансових ресурсів для інвестиційної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Birchall, J., and Ketilson L.H. Resilience of the Cooperative Business Model in Times of Crisis. ILO, 2009. ─ 41 p.
2. European co-operative banks in financial and economic turmoil // Contribution of the EACB to the Expert Group Meeting on “Co-operatives in a world in crisis” and the International Year of Co-operatives (New York, 28─30 April 2009). ─ N.Y.: United Nations, 2009.
3. G-20 should give serious consideration to co-operative model // ICA Digest. ─ 2009. ─ Issue 65. ─ P. 3.

УДК 34.510

Макогін З. Я., к.е.н., асист. кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівська комерційна академія

ВПЛИВ СВІТОВОЇ ФІНАНСОВОЇ КРИЗИ НА ДІЯЛЬНІСТЬ КООПЕРАТИВІВ У КИТАЇ

Попередні зауваження. У процесі здійснення другого етапу реформи в Китаї відводять важливе місце кооперативному рухові. Кооперативи Китаю реалізують на внутрішньому та зовнішньому ринках понад 90% сільськогосподарської продукції, виробленої своїми членами [1]. Кооперативи здійснюють постачання, збут, переробку продукції, виробниче обслуговування та ін. [2, с. 18]. Останнім часом у країні відновлені і одержали розвиток постачальницько-збутові і кредитні кооперативи. Більш як 90 % селян стали акціонерами постачальницько-збутових кооперативів і більше 80 % – акціонерами кредитних кооперативів [3, с.76]. Світовий досвід доводить, що кооперативи – надзвичайно гнучкі організації, які здатні пристосовуватись до змінних ринкових вимог, і, разом з тим, сприяти соціальному захисту сільського населення.

Китайські споживчі кооперативи створюються за державні кошти і пайові внески пайовиків. Формально вони є незалежними і виключені зі системи директивного управління. Кооперативи користуються певними пільгами: податки починають сплачувати від моменту отримання прибутку або звільняються від оподаткування на п’ять років.

Найбільш впливовим є Китайський кооператив постачання та маркетингу, в який входить 180 млн фермерів, 4,3 млн найманих працівників і 500 тис бізнесових структур. Основними завданнями кооперативу є:

- дослідження та розробка стратегії розвитку кооперативу та його реформування;
- організація, координація та управління засобами сільськогосподарського виробництва;

– правовий захист прав та інтересів своїх членів;
– координація зв'язків між своїми членами;
– управління товарооборотом між містами та селами;
– промоція кооперативних принципів та ідей у країні та представництво в Міжнародному кооперативному альянсі від імені кооператорів Китаю. До складу Кооперативу входять також 13 державних асоціацій, 10 крупних промислових підприємств, 8 науково-дослідних інститутів і 7 навчальних закладів [4, с. 14]. Хоча на переконання більшості науковців про доцільність створення кооперативів у Китаї, бракує переконливих аргументів їх дієвості під час світової фінансової кризи.

Теоретичні та емпіричні аргументи. Згідно з дослідженнями Дж. Баймана та Д. Ху [5], діяльність кооперативів у Китаї супроводжується значною фінансовою підтримкою з боку уряду країни (табл. 1).

Таблиця 1

Тип урядової підтримки для кооперативів Китаю (2010 р.)

Тип підтримки	Усі кооперативи	Лише виробничі кооперативи
Технічна допомога	59 %	63 %
Матеріальна допомога	48 %	48 %
Фінансова допомога	42 %	40 %
Підтримка якості менеджменту	38 %	30 %

Джерело: [5, с. 15].

Водночас Х. Денг, Дж. Хуанг, Д. Ху та С. Розелле запевняють, що найбільш дієвими заходами у створенні кооперативів у Китаї є звільнення від сплати податків [6]. З ними погоджується Юан Пенг [7], який стверджує, що позитивним фактором у поширенні діяльності кооперативів стало нове законодавство ("Спеціалізований кооперативний закон фермерів"), введене в дію в 2007 році. Відповідно до закону:

– фермери відіграють ключову роль між членами кооперативу;
– основна мета створення об'єднання – обслуговувати членів і діяти в загальних інтересах усіх учасників кооперативу;
– члени кооперативу можуть приєднуватися і залишати його добровільно;
– усі члени рівні, а кооперативи демократично управляються;
– надлишок прибутку розподіляється між членами кооперативу пропорційно [8, с. 4].

Однією із ключових позицій нового законодавства стало зменшення податків. Кооперативи звільняються від сплати податків, якщо вони продають виготовлену продукцію своїм членам. Хоч 80 % усіх членів кооперативу мають бути фермерами, членство також дозволяється громадянам, підприємствам, установам та соціальним структурам, які здійснюють виробничу та операційну діяльність напряму пов'язану із бізнесом кооперативів. Ця система базується на спільних інтересах фермерів та їх торговельних партнерів та допомагає у модернізації сільського господарства та налагодження каналів постачання.

Емпіричні результати. З метою виявлення впливу світової фінансової кризи та фінансової підтримки уряду на збільшення кількості кооперативів у Китаї проведено емпіричне дослідження (рівн. (1)). Для аналізу використовувались річні показники з Міжнародного кооперативного альянсу [9] за період з 1996 по 2009 рр.

$$\begin{array}{lccccc} & 0.44 & -0.92*credit_t & +0.76*fin_t & +0.49*trainings_t & +0.76*crisis_t \\ coop_t = & (3.177*) & (-2.02***) & (5.121**) & (1.079) & (4.668**) \end{array}, \quad (1)$$

$$R^2 = 0.95 \qquad DW = 2.52$$

де coopt – частка зростання кооперативів у %; creditt – кредитна підтримка уряду (% кооперативів, яким надано підтримку); fint – фінансова підтримка або звільнення від оподат-

кування (% кооперативів, яким надано підтримку); trainingst – технічні тренінги (% кооперативів, яким надано технічні тренінги); crisist − фіктивна змінна “криза” (із позначенням “1” – у період прояву кризових явищ).

Таким чином, як не парадоксально, проте світова фінансова криза стала каталізатором створення кооперативів у Китаї, результати є статистично значущими на рівні 95 %. Також позитивний вплив здійснює фінансова підтримка уряду, зростання даного показника на 1 % супроводжується збільшенням відсотку створення кооперативів на 0,76 % з ймовірністю 95 %.

Висновки для економічної політики. Активна фінансова підтримка уряду Китаю допомогла втримати розвиток кооперативної діяльності на досить високому рівні, що стало додатковим стимулом у створенні кооперативів. Для уникнення майбутніх ризиків уряду Китаю слід:

- продовжувати надавати фінансову допомогу та здійснювати детальний моніторинг діяльності кооперативів;
- пропагувати важливість утворення кооперативів серед громадськості Китаю;
- вивчати досвід управління кооперативною діяльністю у інших країнах;
- покращувати конкурентоспроможність кооперативів;
- здійснювати подальше фінансування ефективного навчання працівників кооперативів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Молдаван Л. Українського села не буде, якщо не буде сільської кооперації: [Електронний ресурс] / Л. Молдаван. – 2011. − Режим доступу : http://www.zerno.org.ua/articles/coop/257.
2. Жаботинська Є. І. Про кредитні спілки та кредитних кооперативах / Є. І. Жаботинська // Вісник АРБ. – 2004. – № 24. – С. 17-25.
3. Богиня Д. П. Соціально-економічні перетворення в Китаї на рубежі XX-XXI століть / Д. П. Богиня, Г. С. Волинський // Історія народного господарства та економічної думки України: зб. наук. праць. – Вип. 37-38. – К., 2005. – С. 76-86.
4. Величко В. В. Регіональна економіка у перехідний період (на прикладі Китаю): моногр. / В. В. Величко; Ін-т сходознавства ім. А. Кримського НАН України, Дип. акад. України при МЗС України. – К., 2008. – 220 с.
5. Bijman J. The Rise of New Farmer Cooperatives in China: Evidence from Hubei Province / Jos Bijman, Dinghuan Hu // Journal of rural cooperation. – 2011. – 39(2). – P. 14-27.
6. Deng H. Policy support and emerging farmer professional cooperatives in rural China / Hengshan Deng, Jikun Huang, Zhigang Xu, Scott Rozelle // Journal of rural cooperation. – 2011. – № 23. – P. 23-34.
7. Peng Y. Reform and Development of Rural Community-based Cooperative Organizations / Yuan Peng // Journal of rural cooperation. – 2008. – №8. – P. 1-6.
8. Garnevska E. Factors for successful development of farmer cooperatives in Northwest China / Elena Garnevska, Guozhong Liu, Nicola Shadbolt // Palmerston North. – 2011. – № 5. – P. 12-34.
9. Міжнародний кооперативний альянс: [Електронний ресурс]. − Режим доступу : http:// www.ica.coop/al-ica.

УДК 339.72:334.735

Семів С. Р., к.е.н., доц. кафедри міжнародних економічних відносин,
Львівська комерційна академія

ФАКТОРИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Попередні зауваження. В умовах глобалізації, яка має багато негативних наслідків, розвиток кооперативного руху реально сприяє подоланню соціально-економічних проблем у світі. Зважаючи на активне впровадження кооперативних принципів господарювання і, як наслідок, соціальну спрямованість міжнародного кооперативного руху, він фактично стає альтернативною формою розвитку економічних відносин XXI ст., яка здатна забезпечити соціально-орієнтоване стійке економічне зростання як у розвинутих країнах, так і в країнах з перехідною економікою. В основі успішного розвитку кооперативного руху у світі лежать фактори об'єктивного та суб'єктивного характеру. Вказане вимагає визначення головних передумов розвитку міжнародного кооперативного руху на сучасному етапі, з'ясування чинників впливу на його активізацію в умовах глобалізації.

Виклад основних результатів дослідження. Сьогодні учасниками міжнародного кооперативного руху в межах Міжнародного кооперативного альянсу є 265 кооперативних організації з 96 країн із загальною кількістю учасників кооперативів понад 800 млн осіб. Кооперативи забезпечують робочими місцями понад 100 млн осіб, тобто більше, ніж ТНК та обслуговують близько половини населення світу. Про значну роль кооперативних підприємств у світі свідчить те, що 2012 рік визнаний ООН Міжнародним роком кооперативів [10].

Суттєвим фактором успішного розвитку кооперативного руху є його єдність у світовому масштабі і наявність розвинутих кооперативних інституцій. Найбільшим і найвпливовішим міжнародним кооперативним об'єднанням у світі є Міжнародний кооперативний альянс (МКА), який був заснований у 1895 р. Найважливішими стратегічними завданнями МКА, які визначені на період 2009-2012 рр. є [7]:

- консолідація і збільшення чисельності членів;
- збільшення впливу кооперації на глобальному рівні шляхом просування кооперативної ідеї;
- розвиток сильних кооперативних підприємств з метою соціального і економічного прогресу;
- підвищення ефективності управління шляхом розвитку людського капіталу і підтримки міжнародних інституцій.

Основні напрями, проблеми та пріоритети розвитку міжнародного кооперативного руху як чинника сталого розвитку можна простежити за тематикою Міжнародного кооперативного дня, святкування якого було запроваджено МКА ще у 1923 р. Метою Міжнародного дня кооперативів є привертання уваги світової громадськості до кооперативів і сприяння розширенню партнерських зв'язків між міжнародним кооперативним рухом і іншими суб'єктами міжнародного права, включаючи уряди та неурядові організації на всіх рівнях [9]. Починаючи з 2000 р. назви тем стосувались таких актуальних проблем розвитку кооперації, як стимулювання зайнятості, протидія бідності, поширення справедливої глобалізації, боротьба із змінами клімату, подолання світової фінансової кризи, залучення молоді до міжнародного кооперативного руху [8].

Таким чином, сьогодні у світі створені сприятливі інституційні передумови для розвитку міжнародного кооперативного руху та міжнародного кооперативного співробітництва.

Про значні досягнення кооперативних підприємств та організацій у світі свідчать високі показники ефективності їх економічні діяльності. В умовах глобалізації кооперативи успішно конкурують з провідними ТНК, про що свідчать їх високі показники доходів та активів, які нещодавно були опубліковані МКА у рейтингу трьохсот провідних кооперативів світу. Сумарний оборот 300 найбільших кооперативів світу перевищує 1,6 трлн дол, що

наприклад більше, ніж ВВП Іспанії. У цьому рейтингу найсильніші позиції мають кооперативи з Франції, США, Німеччини, Японії, Нідерландів, Великобританії та Швейцарії [6].

Якщо розглядати секторальну структуру найбільших кооперативів, то провідні позиції в цьому рейтингу займають аграрні кооперативи, сумарний оборот яких у цьому рейтингу становить 472 млрд дол США. Загальний оборот кооперативних банківсько-кредитних установ у цьому рейтингу становить 430 млрд дол, споживчих кооперативів та кооперативів, що займаються рітейлом - 354 млрд дол.

Серед факторів, які забезпечують високі конкурентні позиції кооперативів у світі, доцільно виокремити наступні:

- високий рівень державної підтримки та стимулювання діяльності кооперативів;
- глибока інтеграція кредитної і сільськогосподарської кооперації;
- концентрація виробництва (від 50 до 90 % ринку) у переробних кооперативах (зокрема молоко- і м'ясопереробних);
- розвиток нових каналів та форм збуту продукції (особливо через аукціони);
- формування багатопрофільних кооперативів шляхом комбінування функцій маркетингу, матеріально-технічного постачання і сервісу;
- пристосування до сучасних тенденцій глобалізації та інтернаціоналізації (глобалізація господарської діяльності, активізація міжнародної інтеграції, використання сучасних інформаційних та комп'ютерних технологій у веденні бізнесу);
- поширення міжнародної кооперації і інтеграції (особливо в Європейському регіоні).

Важливим фактором конкурентоспроможності західноєвропейських кооперативів є поширення міжнародної кооперації і інтеграції в межах ЄС, а також з кооперативами країн Східної і Центральної Європи. Поглиблення міжнародної інтеграції у кооперативному секторі країн Євросоюзу має наслідком зростання підтримки кооперації та міжнародного кооперативного руху на рівні європейських інституцій, налагодження взаємовигідного співробітництва між кооперативними системами країн ЄС та постсоціалістичних держав. Європейський кооперативний рух сьогодні демонструє високий рівень ефективності, суттєвим чинником чого є поглиблення міжнародної інтеграції [2]. Тому кооперативним організаціям України доцільно активніше включатися у співробітництво з кооперативними системами західноєвропейських країн.

У кооперативному русі європейських країн на сьогоднішній день спостерігається тенденція до значного збільшення чисельності кооперативів, різноманітних їх видів і кількості учасників. Станом на початок 2010 р. у найбільшому та найвпливовішому об’єднанні «Європейські кооперативи», в яке входять кооперативні спілки із 37 країн Європи, налічувалося 171 кооперативна організація в 6-ти секторах економіки (близько 250 тис кооперативних підприємств, членами яких є 160 млн осіб і в яких працює 5,4 млн чоловік). При цьому найбільша кількість кооперативних підприємств спостерігається у Італії, Франції, Іспанії та Польща, чисельність членів – у Франції, Німеччині, Італії, Польщі та Великобританії, чисельність зайнятих – у Франції, Італії, Німеччині і Польщі [5]. За секторальною структурою у європейському кооперативному русі переважають споживчі кооперативи, а також сільськогосподарські, фінансові, робітничі та житлові. Звернемо увагу, що у європейських країнах чисельність найманих працівників у кооперативах є відносно не значною, оскільки самі пайовики є головними працівниками, що зумовлює високий рівень мотивації праці та максимальні результати господарської діяльності.

Суттєвим фактором подальшого розвитку кооперації в ЄС є те, що кооперативи в багатьох країнах ЄС є учасниками трьохстороннього соціального діалогу. У найближчій перспективі Єврокомісія планує визнати об’єднання „Європейські кооперативи” в якості європейського соціального партнера і прийняти його в європейський соціальний діалог, що створює значні перспективи для лобіювання і досягнення своїх цілей на загальноєвропейському рівні. Сьогодні Європейська Комісія приділяє винятково важливу роль розвитку кооперативному рухові. У 2004 р. у своєму комюніке „Про просування кооперативних товариств в

Європі" визначає винятково важливою роль кооперативів як засіб реалізації багатьох цілей Співтовариства в сфері політики зайнятості, соціальної інтеграції і сільського розвитку [5].

Вагоме місце у європейському кооперативному русі займає споживча кооперація.

Головним завданням європейських споживчих кооперативів, які об'єднані у міжнародну організацію Єврокооп (EuroCoop), є захист інтересів своїх пайовиків та споживачів, лобіювання та просування ідей споживчої кооперації на загальноєвропейському рівні. У 2010 р. членами Європейської спілки споживчих кооперативів були близько 2,7 тис підприємств та організацій із загальною кількістю пайовиків понад 30 млн осіб. Найбільшого поширення споживча кооперація сьогодні має у Великобританії (близько 9,5 млн пайовиків), Італії (близько 7,4 млн пайовиків) та Швеції (близько 3,4 млн пайовиків).

На загальноєвропейському рівні Єврокооп бере активну участь і впливає на вирішення проблем захисту довкілля (через протидію негативним змінам клімату і викидам вуглекислого газу, впровадження сталого споживання та виробництва і сталої промислової політики, активізації взаємовигідної торгівлі, регулювання виробництва та споживання генетично-модифікованих продуктів, розвитку органічного землеробства, використання хімікатів тощо), впровадження політики підвищення якості споживання харчових продуктів, політики захисту споживачів, політики розвитку кооперативних підприємств. Єврокооп активно співпрацює з представником головного підрозділу МКА в Європі – об'єднанням „Кооперативи Європи".

Чинниками успіху сільськогосподарської кооперації країн Євросоюзу є не лише високий рівень державної підтримки, застосування сучасних технологій у рослинництві та рослинництві, впровадження стратегії захоплення окремих ринкових ніш, але й ефективне використання основних фондів та матеріально-технічної бази. Прикладами таких інновацій є функціонування машинних рингів у Німеччині та французька модель спільного використання сільськогосподарської техніки (CUMA). Машинні ринги представляють собою форму організації взаємодопомоги сільськогосподарських товаровиробників у межах певного регіону, яка базується на їх взаємодії у спільному вирішенні проблем раціонального та ефективного використання сільськогосподарської техніки, що є їх приватною власністю. Щодо французької моделі спільного використання сільськогосподарської техніки типу CUMA, то у Франції нараховується близько 13 тис таких об'єднань, що обслуговують 260 тис сільськогосподарських товаровиробників за допомогою 3,8 тис найманих працівників. Об'єднання CUMA володіють спільною технікою на корпоративних засадах і надають послуги своїм членам у виконанні найважливіших механізованих робіт: обробітку ґрунту, внесенні добрив, збирання врожаю, заготівлі кормів, проведенні меліоративних робіт.

Висновки. Сьогодні існують всі необхідні сприятливі передумови для успішного розвитку міжнародного кооперативного руху і включення у ці процеси кооперативної системи України. Як переконливо свідчить зарубіжний досвід, суттєвим фактором успішної діяльності кооперативних систем в умовах глобалізації є використання існуючої єдності міжнародного кооперативного руху і його економічного та соціального потенціалу. Тому ефективний розвиток кооперативного сектору економіки України буде залежати як від рівня реалізації заходів, направлених на адаптацію до сучасної економічної ситуації в країні, активізації міжнародного кооперативного співробітництва, так і від налагодженої системи державної підтримки та стимулювання діяльності кооперативних підприємств та організацій.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Макферсон Я. Принципы кооперации XXI века / Я. Макферсон. – М.: АсасСетіа, 1998. – 186 с.
2. Семів С. Р. Особливості розвитку міжнародного кооперативного руху в умовах глобалізації / С. Р. Семів // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2011. – Вип. 10. – С. 501-508. – (Серія „Гуманітарні науки").

3. Birchall, Johnston. The International Co-operative Movementfollows. Co-op: The People's Business: MUP, 1994. – 257 p.
4. Cooperatives: consolidation of the social dialogue process. Social Dialogue debriefing Meeting scheduled for 26 October 2009 in Brussels. – Brussels: Cooperatives Europe, 2009.
5. Cooperatives in Europe. Activity Report 2010. – 15 P.
6. Global 300 list 2010. The world's major co-operatives and mutual business. Geneva: ICA, 2011. – 32 p.
7. ICA. Strategic Plan 2009-2012: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ica.coop.
8. Introduction to ICA: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ica.coop.
9. United Nations. Secretary-General. Message from the Secretary-General on the International Day of Cooperatives: 4 July 2009: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.un.org/esa/socdev/social/intldays/IntlCoops/.
10. United Nations. General Assembly. Resolution adopted by the General Assembly 64/136 "Cooperatives in social development": 11 February 2010: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.copac.coop/publications/un/a64r136e.pdf.

СЕКЦІЯ „ВИСОКА ЯКІСТЬ НЕПРОДОВОЛЬЧИХ ТОВАРІВ ТА ХАРЧОВИХ ПРОДУКТІВ ЯК ВАЖЛИВА КОНКУРЕНТНА ПЕРЕВАГА КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ”

УДК 674 : 661.727.1

Доманцевич Н. І., д.т.н., проф., зав. кафедри товарознавства непродовольчих товарів,
Рик Л. В., асп.,
Львівська комерційна академія

ВПЛИВ МОДИФІКУВАЛЬНИХ КОМПОНЕНТІВ НА ФІЗИКО-МЕХАНІЧНІ ВЛАСТИВОСТІ ДЕРЕВИННИХ МАТЕРІАЛІВ З ОРІЄНТОВАНОЮ СТРУЖКОЮ

Попередні зауваження. Деревинні матеріали вважають одними із основних сировинних матеріалів для виробництва меблів та дерев’яних будівельних конструкцій, які при певній дешевизні володіють комплексом цінних властивостей, що важливо для вітчизняного кооперативного ринку. Розгляду питань розроблення та використання деревинних матеріалів присвячено ряд наукових робіт вітчизняних та зарубіжних вчених, а саме: П. А. Бехти, В. В. Глухих, Г. М. Шварцмана, В. Г. Буриндіна, Р. Г. Салабая, Р. О. Козака [1 – 5].

Характеристика матеріалів з орієнтованою стружкою. Традиційно використовувані деревинні матеріали ДСП, ЛДСП поступово замінюють на сучасні продукти переробки деревини, зокрема на OSB (плити деревинні з орієнтованою стружкою) [6 – 7]. OSB – високотехнологічний матеріал, за фізичними властивостями схожий із фанерою хвойних порід, має набагато нижчий рівень собівартості за рахунок менш жорстких вимог до якості деревинної сировини. ДСТУ EN 300:2008 встановлено вимоги до плити OSB, яка за своїми технічними властивостями поділяється на 4 класи - типи виробу: OSB/1 плити ненавантажувані загальної призначеності та плити для внутрішнього використання в сухих умовах; OSB/2 плити навантажувані для використання в сухих умовах; OSB/3 плити навантажувані для використання у вологих умовах; OSB/4 плити високонавантажувані для використання у вологих умовах.

В Україні з 2011 р. розпочато виробництво плити OSB/3, що викликало потребу у відпрацюванні технологічних параметрів та вивченні споживних властивостей отриманих матеріалів.

Емпіричні результати. Метою проведеного дослідження було вивчення впливу модифікувальних компонентів на фізико-механічні властивості матеріалів.

Об’єктом дослідження були плити OSB/3, які промислово виготовлялися ТОВ “Кроно Україна” та плити розроблених композицій із різним вмістом модифікувальних компонентів. Композиції варіантів плит OSB/3 (варіанти 1 – 3) розроблялися для отримання матеріалів товщиною 12 мм і густиною 700 кг/м^3.

Сировиною для виробництва плит OSB слугувала деревина дров’яна для технологічних потреб згідно з ТУ У 56.196-95. У виробництві плит OSB застосовували наступні матеріали: смолу MUF 4сх (виробник фірма “Kronopol Sp s.r.o.” Польща), смолу 1-Bond OSB EFC 4362, 1-Bond OSB FC 4310, 1-Bond OSB PM 4300 (виробник – фірма Huntsman, Holland BV, Merseyweg 10, 3197 Rotterdam the Netherlands, Нідерланди) – MDI, сульфат амонію технічний ГОСТ 9097-82, парафінову емульсію Р-60 (виробник РРН “CHEMIPOL Co Sp. z o.o.”, Польща), карбамід ГОСТ 2081, що відповідали вимогам, які дозволені центральним органом виконавчої влади у галузі охорони здоров’я та забезпечують якість і безпеку при виробництві та експлуатуванні плит OSB.

Виготовлена плита OSB мала тришарову структуру, у процесі виробництва OSB окремі шари, зовнішній та внутрішній, осмолювалися різними типами клею. Смола MDI, яка засто-

совувалася у внутрішньому шарі, не містила формальдегід і не відбувалося емісії. Віддача формальдегіду готовими плитами OSB відбувалася лише через смолу MUF 4сх, яка використовувалася у зовнішньому шарі.

Випробування фізико-механічних показників проводилися відповідно до методик EN 310 - міцність при згині, EN 317 - міцність при розтягуванні перпендикулярно площині плити, EN 322 – визначення вмісту вологи [8].

Отримані результати фізико-механічних показників плит OSB за товщини 12 мм та густини 700 кг/м^3 наведено у табл. 1. Отримані матеріали мають вищі значення показників фізико-механічних властивостей, порівняно із ДСТУ EN 300:2008.

Таблиця 1

Фізико-механічні показники плит типу OSB/3 за товщини 12 мм

№ з/п	Найменування показників	Норма ДСТУ EN 300:2008	Варіанти OSB/3		
			1	2	3
1	Межа міцності при згині, МПа	20	28,5	24,9	28,1
2	Межа міцності при розтягуванні перпендикулярно площині плити, МПа	0,32	0,69	0,75	0,71
3	Вологість, %	До 12	2,53	2,67	2,55
4	Розбухання по товщині у воді за 24 год., %	15	13,3	12,7	14,4

Висновки. Таким чином, змінюючи конструкцію, кількість і товщину шарів з певною орієнтацією в них деревних частинок, вид клейкого матеріалу, розмір деревних частинок, можна надавати плитам OSB ті чи інші властивості відповідно до їх призначення. Однією з основних особливостей виробництва плит OSB є зменшення кількості дрібної стружки і подрібнення продукту, при цьому досягається зменшення кількості використовуваного клею в плитах OSB (2 – 3 %) порівняно з іншими деревними плитами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бехта П. А. Класифікація деревинних композиційних матеріалів / П. А. Бехта, Р. Г. Салабай // Лісівнича академія наук України: наукові праці. – Вип.1, 2002. – С. 115.
2. Бехта П. А. Технологія деревинних плит і пластиків: підручник / П. А. Бехта. – К. : Основа, 2004. – 780 с.
3. Бехта П. А. Властивості і технологія виготовлення стружкових плит із орієнтованої стружки (OSB) / П.А. Бехта // Wood Business, № 2/3, 2005. – С. 35 – 38.
4. Onisko W. Problematyka badan naukowych i ich finansowania wkrajach Unii Europejskiej / W. Onisko, P. A. Bekhta // Przemysl drzewny. – 2001. – № 10, p. 27 - 30.
5. Бехта П. А. Комплексна хімічна переробка деревини. / П. А. Бехта, Р. О. Козак, О. П. Тушницький. – Львів: УкрДЛТУ, 2003. – 176 с.
6. Технологія деревинної маси : навч. посіб. / Р. Козак, П. Козакєвіч; [за ред. П. А. Бехти]. – К.: Основа, 2004. – 348 с.
7. Рик Л. В. Товари-новинки у сфері продуктів глибинної переробки деревини / Л. В. Рик // Вісник Дон дует. – № 1 (41). – 2009. – С. 107 –113. – (Серія „Технічні науки”).
8. Плити деревинностружкові з орієнтованою стружкою (OSB). Терміни та визначення понять, класифікація та технічні вимоги: ДСТУ EN 300 : 2008. – [Чинний від 2010 - 01- 01]. – К. : Держспоживстандарт України, 2011. – 12 с. – (Національні стандарти України).
9. Бехта П. А. Науково-технічні основи виготовлення деревинностружкових плит із заданою структурою та властивостями: дис... д-ра техн. наук: 05.05.07 / П. А. Бехта // Український держ. лісотехнічний ун-т. — Львів, 1996. — 434 с.
10. Kurta S. A. Investigation of the stability of the modified urea-formaldehyde resin / S. A. Kurta, S. V. Fedorchenko, M. V. Chaber. // Polimery. – T.XLIX, 2004.- N 1. – P.49-51.

УДК 677.027.4

Семак Б. Б., к.т.н., доц. кафедри маркетингу,
Галик І. С., к.т.н., доц. кафедри товарознавства непродтоварів,
Семак Б. Д., д.т.н., проф. кафедри товарознавства непродтоварів,
Львівська комерційна академія

ЗАГОТІВЛЯ РОСЛИН-БАРВНИКІВ – ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ФОРМУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНОГО КООПЕРАТИВНОГО РИНКУ

Вступ. Як відомо, Укоопспілка вже упродовж багатьох років є визнаним лідером з заготівлі рослинної технічної сировини. На заготівельних кооперативних підприємствах створена необхідна інфраструктура для заготівлі, первинної переробки, зберігання та транспортування рослинної технічної сировини різного цільового призначення. Певний внесок у вдосконалення системи заготівель і технологію первинного перероблення, формування асортименту, вивчення властивостей і оцінювання якості цієї сировини, а також розробці наукових засад формування кооперативного ринку на її основі вносять фахівці кафедр товарознавства продовольчих і непродовольчих товарів і маркетингу Львівської комерційної академії [1-3].

В даній роботі ми обмежимось розглядом тільки деяких аспектів, проведених в ЛКА досліджень цієї проблеми, а саме: пошуком нових фарбувальних рослин, вдосконаленням системи їх заготівель і технологій первинного оброблення, вивченням їх асортименту та властивостей, а також обґрунтуванням сфери найбільш ефективного використання в різних галузях промисловості (текстильній, харчовій, лакофарбовій, косметичній і інших) і формування на їх основі окремого сегменту ринку.

Особливості заготівлі рослинних барвників. При обґрунтуванні сфер найбільш раціонального використання найбільш перспективних видів рослинних барвників у різних галузях промисловості України, на нашу думку, слід враховувати наступні чинники:

– реальні запаси того чи іншого виду рослини-барвника в сфері сільського та лісового господарства та можливості її періодичного відновлення, заготівлі та первинного оброблення;

– економічну доцільність культивованого вирощування найбільш цінних видів рослин-барвників у сфері сільського господарства, як це прийнято у багатьох економічно розвинутих країнах світу;

– економічну та екологічну доцільність заготівлі рослин-барвників із дикорослої сфери (особливо Карпатського та Прикарпатського регіону), ресурси яких використовуються ще дуже обмежено;

– реальні потреби окремих галузей промисловості, сфери ресторанного господарства та інших споживачів в конкретних видах рослинних барвників;

– можливості отримання окремих видів високоякісних рослинних барвників з відходів різних галузей промисловості (фармацевтичної, харчової, деревообробної, меблевої та ін.).

Ми обмежимось характеристикою асортименту та властивостей тих видів рослин-барвників, які є найбільш придатними для фарбування текстильних матеріалів і виробів різного цільового призначення та волокнистого складу у малотоннажному текстильному виробництві замість високотоксичних і канцерогенних марок синтетичних барвників аналогічного призначення. При цьому слід підкреслити, що інтерес до рослинних барвників текстильного призначення в останні роки постійно зростає у всьому світі. Це обумовлено низкою причин, а саме:

– можливістю заміни рослинними барвниками найбільш високо-токсичних і канцерогенних марок синтетичних барвників;

– можливістю використання рослинних барвників не тільки для екологізації асортименту пофарбованих ними текстильних матеріалів (особливо дитячого асортименту), але й самої технології фарбування цих матеріалів;

– можливістю розширити та збагатити колірну гаму забарвлень за рахунок невикористаних і щорічно відновлювальних у природі сировинних ресурсів;

– можливістю суттєвого підвищення конкурентоспроможності пофарбованих рослинними барвниками текстильних матеріалів за рахунок підвищення рівня їх екологічної безпечності.

При аналізі асортименту та властивостей рослин-барвників, які заготовляються заготівельними підприємствами Укоопспілки, було виявлено ряд їх специфічних властивостей, а саме:

– більшість рослин-барвників володіють поліфункціональними властивостями і одночасно можуть бути фарбувальними, лікувальними, харчовими, ефіроолійними, дубильними та іншими, що вимагає обґрунтування пріоритетної сфери їх застосування;

– за своєю хімічною будовою рослинні барвники в основному відносяться до класу кислотних протравних і їх застосування пов'язане з використанням різних видів протравлювачів, які не тільки збагачують і розширюють колірну гаму забарвлень на текстильних матеріалах, але й можуть суттєво покращувати їх стійкість до дії різних фізико-хімічних чинників (світлопогоди, прання, хімічних реагентів, прасування та ін.);

– рослинні барвники найбільш придатні до фарбування текстильних матеріалів із білкових волокон (вовняних і шовкових), менш придатні для фарбування матеріалів із целюлозних волокон (бавовняних, лляних, віскозних) і ще менш придатні для фарбування матеріалів із синтетичних волокон (особливо поліефірних і поліакрилонітрильних);

– фарбування текстильних матеріалів рослинними барвниками поки що можна проводити тільки в умовах малотоннажного текстильного виробництва, художніх промислів і в майстернях художників-прикладників, оскільки крупнотоннажна технологія фарбування цими барвниками ще не розроблена.

Проведені нами комплексні дослідження якості забарвлень, отриманих різними видами рослинних барвників (всього було використано більше 60-ти видів цих барвників) на текстильних матеріалах різного цільового призначення (одягових та інтер'єрних) та волокнистого складу (вовняних, шовкових, бавовняних, лляних, капронових та ін.) підтвердили технологічну, екологічну та економічну доцільність більш широкого використання рослинних барвників у різних підгалузях текстильного виробництва [3].

Це свідчить про економічну та екологічну доцільність збільшення обсягів заготівель і первинного оброблення рослин-барвників підприємствами споживчої кооперації України, пошуку шляхів розширення їх асортименту і підвищення якості, а також обґрунтування сфери більш широкого використання.

Висновок. Враховуючи зарубіжний досвід, на базі рослинної технічної сировини, яка заготовляється кооперативними підприємствами, на нашу думку, доцільно сформувати окремий сегмент кооперативного ринку. Наукові засади створення такого ринку нами розроблені [3].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Демкевич Л. І. Лікарсько-технічна сировина / Л. І. Демкевич. – К.: НМЦ „Укоопосвіта", 1997. – 130 с.
2. Семак Б. Б. Використання рослинної технічної сировини для формування ринку екологічно безпечних товарів / Б. Б. Семак, Л. І. Демкевич // Науковий вісник Полтавського університету споживчої кооперації України. – 2005. – №3(16). – С.3-6. – (Серія „Технічні науки").
3. Семак Б. Б. Наукові засади формування ринку рослинної технічної сировини та його окремих сегментів в Україні: монографія / Б. Б. Семак. – Львів: Вид-во ЛКА, 2007. – 512 с.

УДК 677.027.62 (-037.474)

Пелик Л. В., доц. кафедри
товарознавства непродовольчих товарів,
Гілета У. Б., асп. кафедри
товарознавства непродовольчих товарів,
Львівська комерційна академія

ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ВЛАСТИВОСТЕЙ ПОЛІЕФІРНИХ ВОЛОКОН

Попередні зауваження. Більшість сучасних торговельних підприємств споживчої кооперації України потребує оптимізації та пошуку додаткових джерел підвищення ефективності роботи торговельної організації. Відомо, що вагому частку у підвищенні товарооборотності і прибутковості в торгівлі відіграє оновлення асортименту товарів, модифікація та модернізація їхніх видів і різновидів.

Теоретичні та емпіричні аргументи. Як свідчать наукові дослідження, з древніх часів і приблизно до кінця XIX століття єдиною сировиною для одержання текстильних матеріалів служили натуральні волокна і нитки. Можливість одержання хімічних волокон з різних речовин (клеїв, смоли) передбачалося ще в XVII і XVIII ст., але тільки у 1853 році уперше було запропоновано формувати безперервні тонкі нитки з розчину нітроцелюлози в суміші спирту з ефіром, а пізніше і в інших країнах було розпочато виробництво поліефірних волокон. Поліефірні волокна мають велику міцність, високу еластичність та стійкість до дій світлопогоди, високу стійкість до дії кислот та окислювачів. Ці волокна мають вовноподібний зовнішній вигляд, на дотик теплі і м'які, об'ємні, малозминальні; використовуються як у чистому вигляді, так і в суміші з іншими волокнами для виготовлення тканин, трикотажних полотен та ін.

Але і пошуки, і дослідження в галузі виробництва хімічних волокон і ниток продовжуються в різних країнах і сьогодні. Тут також важливим напрямком розширення і поліпшення асортименту є не стільки розробка нових видів волокон і ниток, скільки модифікація існуючих з метою додавання їм нових, заздалегідь заданих властивостей. Така модифікація здійснюється в двох напрямках: видозміни їхнього хімічного складу (хімічна модифікація) чи видозміни їхньої надмолекулярної структури, тобто будови (фізична модифікація). У результаті отримуються модифіковані волокна і нитки з новими властивостями.

Емпіричні результати. Застосування цих методів дозволяє покращити естетичні властивості тканинам, підвищити гідрофільність, сорбційні властивості, фарбувальність, вогнестійкість, бактерицидність, знизити електризування.

Сьогодні у світі існує досить багато модифікацій поліефірних волокон. Так, наприклад, волокно **Софіста (Sophista)** – прохолодне на дотик (має охолоджуючий ефект), швидко вбирає вологу за рахунок нової системи мікропор, належить до нового покоління поліефірних волокон для клімат-контролю тіла людини. **Панапак (Panapack)** — мікроволокно, яке швидко сохне після вологих обробок і прання. Основна перевага – стійкість до пілінгу. Використовується в композиції з бавовною, вовною і віскозою у спортивному одязі та білизні. **ЕірСтретч (AirStretch)** — модифіковане поліефірне волокно, яке має високу еластичність в усіх напрямках. Волокно дуже легке, собівартість його виробництва дешевша, ніж виробництво поліуретанових еластичних волокон. **Тревіра (Trevira)** — нове антибактеріальне волокно на основі поліефіру, яке виробляється з 2003 р. у Німеччині. Містить біоактивні інгредієнти, які не піддаються впливу води, не зникають при пранні й тривалому носінні одягу. Застосовується для виготовлення білизни, зимового та літнього одягу. Ціна, порівняно зі звичайними поліефірними волокнами, набагато вища. Можливе ручне прання при температурі не вище 40°С. **Міхрон (Michron)** — нове мікроволокно, отримане на основі сополімеризації поліефіру та еластану. Екологічно чисте, легке, повітро- і паропроникне, прирівнюється за властивостями до штучних волокон. **Коньюгейт (Conjugate)** – високозавите волокно, вироблене за бікомпонентною прядильною технологією з гетерогенного поліефіру,

знайшов широке застосування для високоякісних нетканих матеріалів своїми об'ємними показниками, високою пружністю, легкістю й схожістю на дотик із пташиним пухом, що забезпечується тривимірною спіралеподібною структурою і стійкою звитістю.

Волокно **поліестер (Polyester)** складається з поліефірних волокон, воно міцне і м'яке, його висока формостійкість при нагріванні добре підходить для плісе, характеризується низькою зминальністю. Поліестер можна прати при 40°С у пральній машині, при більш високій температурі на тканині утворяться зам'яті складки. Поліестер сохне швидко та не вимагає прасування.

Мікрофібра (microfiber) - особливо тонке волокно (у десять-двадцять разів тонше шовку і в сто-двісті - людської волосини), що отримується з поліефірних волокон. Мікрофіброві тканини і полотна характеризуються високою зносостійкістю, міцністю, стійкістю до світлопогоди, водостійкістю. Тканини не вбирають вологу, а пропускають її назовні. Одяг з такої тканини усередині завжди сухий. Ці тканини м'які, легкі, міцні й не потребують особливого догляду.

Пустотілі нитки **"Холофайбер"** виготовляють з поліефірних ниток «нестен», яким надають звитість у вигляді спіралевої пружини. Мають терморегулюючі властивості, розтяжні, пружні, легкі, комфортні і зносостійкі. Застосовуються для спортивного та модельного одягу та ін.

Зараз розроблені і випускаються термостійкі і важкозаймисті синтетичні поліефірні волокна. Тканини, виготовлені з термостійких волокон, за деякими своїми експлуатаційними і споживчими властивостями мають багато переваг, порівняно з тканинами з натуральних волокон з вогнезахисною обробкою. Вони значно міцніші, мають високу хімічну стійкість до дії лугів, кислот і багатьох органічних розчинників. Модифіковані силіконізовані поліефірні волокна використовуються також для виготовлення нетканих матеріалів – синтепонів, наповнювачів для подушок, ковдр, іграшок тощо.

Низький рівень сорбції поліефірні волокон робить їх інертними до розвитку патогенної мікрофлори. Тому текстильні матеріали на їх основі знайшли широке застосування у виробництві виробів медичного і технічного призначення. Незамінними для зазначеної групи виробів є комплексні та текстуровані поліефірні нитки. Розширення асортименту нових видів сировини, нових технологій, проектується завдяки використанню методів біохімії, біоніки, генної інженерії, біосинтезу поліефірів і протеїнів в якості вихідних матеріалів для хімічних волокон і ниток, одержання фіброїнових хімічних ниток – аналогів натурального шовку і павутиння.

Висновки. На основі проведених досліджень обгрунтовано основні напрями оптимізації асортименту, властивостей і підвищення якості текстильних полотен із поліефірних волокон. Сформульовані вимоги до асортименту та властивостей нових видів поліефірних волокон. На основі аналізу ситуації на сучасному вітчизняному та зарубіжному товарних ринках проаналізований сучасний асортимент тканин із модифікованих поліефірних волокон.

УДК 677.074.017.3

Ніколайчук Л. Г., к.т.н., доц.,
Львівська комерційна академія,
Хребтань О. Б., ст. викл.,
Чернігівський державний технологічний університет

РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЯКОСТІ ПАЛЬТОВИХ ВОВНЯНИХ ТКАНИН У ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВАХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Вступ. У Правилах продажу непродовольчих товарів [1] зазначено, що всі господарюючі суб'єкти, незалежно від форми власності, які мають дозвіл на здійснення торговельної діяльності у сфері торгівлі непродовольчими товарами, повинні забезпечити належне зберігання цих товарів. Для цього підприємство торгівлі повинно оснастити складські та підсобні

торговельні приміщення спеціальним торговельним обладнанням та інвентарем, забезпечити їх відповідний санітарно-гігієнічний стан.

Зберігання непродовольчих товарів і, зокрема, пальтових вовняних тканин потребує особливих умов, які пов'язані з особливостями їх фізико-хімічних властивостей, волокнистого складу, обробками.

Правилами регламентовано, що зберігання текстильних товарів повинно здійснюватися у сухих, чистих, добре вентильованих приміщеннях при температурі + 15 – 18^0 С і відносній вологості повітря 60 – 65 %, захищені від пилу та вицвітання спеціальними матеріалами або упакованими в ящики, пакети, мішки з полімерів та паперу.

Чинники якості пальтових вовняних тканин. Для проведення дослідження нами були згруповані основні чинники, які мають суттєвий вплив на якість пальтових вовняних тканин під час зберігання.

В таблиці 1 наведені характеристики цих чинників.

Таблиця 1

Характеристика чинників впливу на якість пальтових вовняних тканин під час зберігання

Чинники впливу	Група чинників за напрямом дії на вовняні тканини	Вплив чинника на вовняну тканину
Вологість	Група фізичних чинників	Зміна міцності, збільшення розтяжності волокон, набрякання, посилення дії мікроорганізмів, прискорення реакцій окислення
Температура	Група фізичних чинників	Випаровування кондиційної вологи, всихання і деструкція волокон, усадка, розм'якшення, прискорення хімічних та біологічних процесів
Світло	Група фізичних чинників	Зміни пофарбування тканин, зниження міцності та еластичності
Пил, бруд, мікроорганізми	Група фізичних та група біологічних чинників	Забруднення тканин, прискорення хімічних реакцій, стимулювання життєдіяльності комах, гризунів та мікроорганізмів

Збереження споживних властивостей пальтових вовняних тканин важливе на всіх етапах товароруху і особливо під час зберігання. Саме під час зберігання пальтових тканин найбільше виявляється вплив різних чинників: фізико-хімічних, механічних, біологічних, які викликають зміни споживних властивостей у тканинах.

Захист пальтових тканин від забруднення, негативного впливу зовнішніх чинників, біопошкодження – одна з найважливіших умов забезпечення збереження їх зовнішнього вигляду, споживних властивостей та якості. Забезпечення захисту тканин від несприятливих чинників може проводитися сьогодні за такими напрямами:

1. Додержання вимог щодо догляду за тканинами протягом їх просування від виробництва до споживання – забезпечення безперервності догляду.

2. Створення умов зберігання тканин у складах, підсобних приміщеннях роздрібних та оптових торговельних підприємствах споживчої кооперації.

3. Надання тканинам захисних властивостей під час завершального оброблення на виробництві, шляхом використання для обробки спеціальних сполук: фторовмісних, силіконових тощо.

Умови зберігання. Нами було проаналізовано умови зберігання пальтових вовняних тканин, в торговельних підприємствах споживчої кооперації (роздрібних та оптових) і встановлено, що ці умови в більшості випадків не відповідають вимогам нормативних та санітарно-гігієнічних документів. Більшість порушень було знайдено в сільських торговельних підпри-

ємствах з причин неналежного режиму опалювання, температури та вентиляції у приміщеннях для зберігання тканин.

Опитування працівників цих підприємств показало, що більшість з них не знає правил догляду за вовняними тканинами і вважає, що ніяких особливих умов при їх зберіганні додержуватися не потрібно.

Отже, серед усіх напрямів щодо забезпечення збереження споживних властивостей та якості пальтових вовняних тканин під час товароруху, найбільш ефективним залишається третій напрям – надання тканинам захисних властивостей під час завершального оброблення на виробництві.

Спеціальна комплексна обробка пальтових вовняних тканин забезпечує збереження якості цих тканин у різних умовах їх зберігання, протягом тривалого часу, що необхідно для тканин, адже попит на них залежить від сезону.

УДК 624.131

Полікарпов І. С.,к.т.н., проф. кафедри товарознавства непродовольчих товарів,
Терешкевич Н. А., к.т.н., доц. кафедри товарознавства непродовольчих товарів,
Львівська комерційна академія

ГЕОТЕКСТИЛЬНІ МАТЕРІАЛИ: ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ, СФЕРА ЗАСТОСУВАННЯ

Вступ. Сьогодні у світовій практиці будівництва застосовується велика кількість так званих геосинтетиків, основну частку яких становлять геотекстилі – тканні і неткані матеріали на основі синтетичних полімерних волокон. Це пов'язано, перш за все з високою якістю самих матеріалів, можливістю виконання в комплексі декількох функції, а саме: армування, дренування, захисту, фільтрування, гідроізоляції, що дозволяє вирішити низку завдань у різних галузях застосування. Основними споживачами геосинтетичних матеріалів є, перш за все, дорожна та залізнодорожна галузі, гідротехнічне будівництво, будівництво аеродромів. За останні роки створено нові матеріали і технології на їх основі, внаслідок чого відбувається суттєве розширення галузей застосування геосинтетичних матеріалів.

Постановка завдання. Відсутність достовірної інформації про нові геосинтетичні матеріали, їх властивості, застосування обґрунтовує необхідність вивчення товарознавчих аспектів геосинтетичних матеріалів як нового продукта, що дозволить доповнити комплекс споживних властивостей будівельних та інших матеріалів.

Результати досліджень. Теоретичні дослідження даної проблеми показують, що з кожним роком серед споживачів та виробників зростає інтерес до геосинтетичних матеріалів. Аналіз існуючих інформаційних джерел свідчить про те, що споживачі та виробники даних матеріалів відзначають, перш за все закордонні документи по застосуванню геосинтетичних матеріалів. Серед них особливе значення має німецька „Памятна записка по застосуванню геотектилю і геосіток при земляних роботах в дорожному будівництві". Вона містить інформацію про можливості застосування геотекстильних матеріалів, основну термінологію щодо геосинтетичних матеріалів.

В даний час у вітчизняній і зарубіжній практиці для виготовлення геосинтетичних та геопластикових матеріалів застосовують в основному поліамід, поліефір, поліпропілен, поліетилен та скловолокно. Для одержання заданих спеціальних властивостей до складу сировини вводять добавки (технічний вуглець як стабілізатор від сонячної радіації; пігменти для забарвлення матеріалу і т.д). Крім того, на поверхню даних матеріалів можуть бути нанесені спеціальні покриття, які здатні покращувати адгезійні властивості. Для цього використовують полівінілхлорид, поліетилен, бітумні емульсії та інші матеріали.

Геосинтетичні матеріали – загальна класифікаційна термінологія для всіх видів синтетичних матеріалів, які використовуються в різних галузях будівництва. Цей термін включає: геотекстильні матеріали, георешітки, геосітки, геомембрани і геокомпозити. Більш детально зупинимося на питаннях стосовно геотекстильних матеріалів. Відповідно до вищезгаданого німецького документу, геотекстильними матеріалами є водопроникні неткані матеріали, тканини, трикотаж та комплексні матеріали для використання в дорожньому будівництві.

Згідно з ГОСТ Р 53225-2008, геотекстильний матеріал – це плоский водопроникний синтетичний або натуральний текстильний матеріал (нетканий, тканий або трикотажний), який використовується в контакті з ґрунтом і (або) іншими матеріалами в транспортному, трубопровідному будівництві та гідротехнічних спорудах. Геотекстиль нетканий складається з орієнтованих і (або) неорієнтованих (хаотично розташованих) волокон, ниток, філаментів та інших елементів, скріплених механічним, термічним, фізико-механічним способами та їх комбінацією. Тканий геотекстиль – це матеріал, одержаний, шляхом полотняного переплетення, як правило двох систем ниток, філаментів і (або) інших елементів (основи і утоку).

Завдяки оптимальному поєднанню своїх характеристик геотекстиль, крім традиційних застосувань у дорожніх, дренажних і протиерозійних конструкціях, широко використовується при будівництві покрівель, фундаментів, дренажів, землеустрої. При цьому реалізуються та поєднуються такі основні функції геотекстилів, як поділ, армування, фільтрація та дренаж.

Сьогодні геотканина набула широкого використання в будівництві при влаштуванні покрівлі; для гідроізоляції фундаменту від грунтових вод; для забезпечення дренажу підземних і поверхневих вод; для утеплення зовнішніх стін і внутрішніх перекриттів; при землевпорядженні. Перевагами тканого геотекстилю є те, що він забезпечує підвищену міцність конструкції за рахунок двостороннього захисту гідроізоляційної мембрани плоскої крівлі, рівномірно розподіляє навантаження на теплоізоляційний шар в конструкціях утепленої покрівлі, захищає мембрану від механічних пошкоджень з боку дренажного шару. Крім того, геотканина знайшла застосування при виготовленні конструкцій баластування трубопроводів, оскільки вона використовується для захисту трубопроводів від усіх видів механічних пошкоджень. При цьому, геотканина забезпечує збереженість ізоляційного покриття трубопроводу, сприяє збереженню властивостей щебеню в його основі, значно скорочує осадження конструкції, перешкоджає вимиванню ґрунту в зоні трубопроводу і запобігає утворенню донної ерозії. Геотекстиль є незамінним матеріалом для виготовлення конструкцій баластування трубопроводів, оскільки його використання підвищує якість будівництва в 1,5 рази. Заповнені ґрунтом полотна геотекстилю забезпечують стійкість положення трубопроводів, які прокладаються в піщаних і суглинистих торф’яних ґрунтах. За рахунок використання геотекстилю можна вирішити низку проблем, пов’язаних із захистом конструкцій тунелів, забезпеченням їх повної водонепроникності і надійного дренажу. Геотекстиль використовують як захисний та дренажний шар між скальною породою та ізоляційним покриттям, для захисту ізоляційного покриття від пошкоджень шороховатою поверхнею бетону, для зменшення напруги між бетонним обробленням і гірською породою, для відведення ґрунтової води до дренажу. Високі показники експлуатаційних властивостей геотекстилю забезпечують міцність та довговічність конструкцій тунелів.

У сфері гідротехнічного будівництва геотекстиль застосовується при зведенні каналів, дамб, хвилерізів та причалів; для захисту берегів водойм; при облаштуванні штучних водойм і басейнів, штучних пляжів. Основними функціями геотекстилю, який застосовується при будівництві гідротехнічних споруд є такі: зниження напору води; перешкоджання водній ерозії грунту; запобігання виникнення ерозії без додаткового берегового укріплення в невеликих руслах або під час паводків; забезпечення достатнього водопроникнення берегового укріплення; відведення грунтових вод і запобігання водної ерозії відкосів у випадку зниження рівня води у водосховищі або водоканалі; перешкоджання проростання коріння рослин; поділ природного ґрунту з насипним.

Комбіновані матеріали або композити (складаються з об'єднаних між собою в площині нетканих матеріалів, тканин, геосітки або інших площинних структур і композитів) застосовуються практично для всіх типів дренажних конструкцій.

Висновок. В результаті проведених теоретичних досліджень визначено такі основні поняття, як геосинтетика, геотекстильний матеріал, тканий, нетканий геотекстиль. Крім того, означено основні функції геотекстильних матеріалів, вивчено теоретичні аспекти їх застосування у різних галузях народного господарства.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. ГОСТ Р 53225-2008 Материалы геотекстильные. Термины и определения: [Электрон. Ресурс]. – Режим доступа: http://vsegost.com.
2. Львович Ю. М. Автомобильные дороги. Геосинтетические и геопластиковые материалы в дорожном строительстве. Обзорная информация: [Электрон. ресурс] / Ю. М. Львович – Режим доступа: http://gosthelp.ru/text/ObzornayainformaciyaGeosi.html.
3. Библиотека всех действующих ГОСТов и национальных стандартов: [Електрон. ресурс]. – Режим доступа: http://gostrf.com.

УДК 677.027.4

Пушкар Г. О., к.т.н.,
Семак Б. Д., д.т.н., проф. кафедри
товарознавства непродовольчих товарів,
Львівська комерційна академія

ТОВАРОЗНАВЧІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ КООПЕРАТИВНОГО РИНКУ ІНТЕР'ЄРНОГО ТЕКСТИЛЮ

Вступ. Одним із перспективних і динамічних за темпами розвитку сегментів ринку товарів легкої промисловості в Україні, як і в багатьох зарубіжних країнах, є ринок інтер'єрного текстилю, який структуровано в групи матеріалів і виробів для [1-3]:

- покриття підлоги і стін (килими, доріжки, паласи, гобелени, панно, шпалери та ін.);
- оббивки і оздоблення меблів (різноманітні текстильні матеріали для оббивки меблів і поштучні вироби – чохли для меблевих подушок, накидки, покривала тощо);
- оздоблення вікон і дверей (гардини, портьєри, штори, фіранки, занавіски, жалюзі та ін.);
- столової та постільної білизни (постільна і столова білизна, рушники, подушки, ковдри, матраци та ін.) .

Загальна характеристика. Кожна група характеризується різноманітністю видового та внутрішньовидового асортименту, який відрізняється цільовим призначенням, волокнистим складом, особливостями будови й оброблення та іншими ознаками.

За способом виробництва текстильні матеріали та вироби для інтер'єрного текстилю поділяють на: ткані, трикотажні, неткані, килимові, гардинно-тюлеві, плівкові.

За волокнистим складом використаної сировини текстильні матеріали та вироби для інтер'єру бувають: бавовняні, льняні, капронові, лавсанові, вовняні, нітронові, віскозні, з комбінації різних видів волокон та ін.

За особливістю фактури поверхні текстильні інтер'єрні матеріали та вироби розрізняють: з рівною матовою поверхнею, з рівною блискучою, з рельєфно-візерунчастою поверхнею та ін.

За способом оброблення матеріали і вироби інтер'єрного призначення бувають: вибілені, гладкофарбовані, вибивні, строкатоткані (строкатов'язані).

За видом спеціального оброблення інтер'єрні матеріли і вироби розрізняють з брудовідштовхувальним, вогнезахисним, слабозминальним і ін. обробленнями.

Про інтенсивність розвитку та зростання ємності зарубіжних і вітчизняних ринків інтер'єрного текстилю переконливо свідчить практика проведення щорічних міжнародних, міжрегіональних та регіональних ярмарок різних видів текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення. Саме на таких ярмарках відбувається показ нового перспективного асортименту, обмін досвідом виробництва між окремими компаніями і підприємствами, а також підводяться підсумки результатів наукових досліджень у галузі оптимізації асортименту та підвищення якості даної групи товарів.

Необхідність постановки і пошуку шляхів вирішення питань щодо успішного функціонування вітчизняного сегменту кооперативного ринку інтер'єрного текстилю в Україні зумовлена низкою причин, а саме [2-4]:

- відсутністю статистичних даних про обсяги виробництва та реалізації основних видів текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення, а також обсяги їх імпорту;
- відсутністю об'єктивних даних про структуру потреб сільських споживачів на основні види інтер'єрних текстильних матеріалів і виробів на ближчі 5-10 років;
- обмеженістю інформації про сировинні, технологічні та асортиментні можливості окремих підгалузей і підприємств вітчизняної текстильної промисловості у забезпеченні потреб сучасного кооперативного ринку у необхідних інтер'єрних матеріалах і виробах;
- відсутністю науково обґрунтованої системи класифікації та кодування текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення;
- потребою в обґрунтованій товарознавчій характеристиці групового, видового та внутрішньовидового асортименту текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення;
- необхідністю проведення більш глибоких комплексних товарознавчих і маркетингових досліджень стану та перспектив розвитку вітчизняного кооперативного ринку інтер'єрного текстилю галузевими науково-дослідними інститутами та вузами сфери легкої промисловості та Укоопспілки;
- неефективністю реклами в сфері виробництва та кооперативної торгівлі про структуру асортименту інтер'єрного текстилю, його основні експлуатаційні та естетичні властивості, рівень якості, екологічної безпечності та конкурентоспроможності на сучасному вітчизняному та зарубіжному ринках.

За інформацією, яка в останні роки розміщена в Інтернеті, попит на інтер'єрний текстиль за останні чотири роки зріс майже у 2 рази, його щорічний приріст, на думку експертів, складає близько 14-16 %. Такий бурхливий ріст попиту на інтер'єрний текстиль пояснюється стрімким розвитком будівництва та готельного бізнесу в нашій країні. Серед інших груп інтер'єрного текстилю найбільшими темпами зростає виробництво постільної білизни та рушників.

Варто підкреслити, що сучасний кооперативний ринок інтер'єрного текстилю висуває наступні основні вимоги до асортименту та властивостей цих товарів – це якість, екологічна безпечність і дизайн. Саме ці чинники повинні бути покладені в основу під час проектування та виробництва матеріалів і виробів інтер'єрного призначення.

Останнім часом в Україні окреслилась стійка тенденція розширення асортименту і збільшення обсягів виробництва різних видів інтер'єрних текстильних полотен і поштучних виробів. За останні роки створено спеціалізовані підприємства, які займаються виробництвом і збутом різних видів текстильних матеріалів і виробів інтер'єрного призначення. Серед них необхідно виділити виробничо-збутову компанію "ТК-Домтекс", яка входить до групи "Текстиль-контакт" – найбільшого текстильного оператора України. В дану групу входять також мережі магазинів інтер'єрного текстилю компаній "Домтекс" і салон гардин "Престиж".

Виробництвом інтер'єрного текстилю займаються такі вітчизняні державні, приватні і кооперативні підприємства: концерн "Ярослав" – об'єднує в собі групу виробничих підприємств (ПП "Ярослав", (м. Київ); ТОВ "Фабрика Промінь", (Київська обл.); ВАТ "Богуславська суконна фабрика"; ВАТ "Стеблівська бавовняно-паперова прядильно-ткацька фабрика"), які спеціалізуються на випуску постільної білизни, подушок, пледів, ковдр, рушників та інших видів домашнього текстилю. Також виробляють матеріали інтер'єрного призначе-

ння підприємства: "Черкаський шовковий комбінат", "Тернопільський бавовняний комбінат" і багато ін.

Однак, варто зауважити, що сьогодні ринок вітчизняного інтер'єрного текстилю переживає жорстку конкуренцію з дешевими інтер'єрними виробами, що завозяться і виробляються в країнах Південно-Східної Азії (особливо з Китаю). Ці товари є дешевими, порівняно з вітчизняними, проте низької якості (кустарного виробництва). Вітчизняні інтер'єрні текстильні вироби є високої якості проте за ціною не конкурують з товарами Південно-Східної Азії, бо мають значно більшу вартість [1,2].

Висновки. Підсумовуючи, можемо констатувати, що за роки незалежності відбулась революція у виробництві високоякісних текстильних матеріалів, включаючи інтер'єрні текстильні матеріали і вироби. Щорічні виставки інтер'єрного текстилю засвідчують, що за рівнем якості Україна не поступається Росії, Польщі, Угорщині та Чехії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Молодцова Н. Декоративный домашний текстиль / Н. Молодцова // Текстильная промышленность.– 2008. – №6. – С. 22–24.
2. Легка промисловість – 2008 рік // Легка промисловість, 2008, №4. – С. 3–7.
3. Пушкар Г. О. Наукові засади класифікації інтер'єрного текстилю / Г. О. Пушкар, Б. Д. Семак // Проблемы легкой и текстильной промышленности Украины. – 2009. – № 1. – С. 163 – 166.
4. Пушкар Г. О. Інформаційне забезпечення вітчизняного ринку інтер'єрного текстилю / Г. О. Пушкар, Б. Б. Семак // Науково-технічна інформація. – 2011. – № 3(49). – С. 45 – 50.

УДК 666.395

Найвер І. Л., асист. кафедри товарознавства непродовольчих товарів,
Львівська комерційна академія

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ АСОРТИМЕНТУ І ЯКОСТІ ГІДРОФОБІЗАТОРІВ ДЛЯ БУДІВЕЛЬНИХ МАТЕРІАЛІВ В УКРАЇНІ

Вступ. Застосування силіконових (кремнійорганічних) гідрофобізуючих рідин спочатку в СРСР і потім в Україні не мало широкого застосування, хоча вони відомі в світі вже не менше 50 років. Це було обумовлено наступними причинами: дефіцит силіконових гідрофобізаторів; недостатня обізнаність проектувальників, будівельників і замовників; незначний попит на дану продукцію [4].

Сьогодні картина змінюється, виробництво і споживання силіконових гідрофобізаторів зростає швидкими темпами, своє застосування вони знайшли в різних областях будівництва.

Постановка завдання. В даний час силіційорганічні сполуки широко використовуються в різних галузях для підвищення довговічності матеріалів за рахунок надання їм водовідштовхуючих властивостей, термо-, морозо- і світлостійкості. Такі речовини умовно можна поділити за ступенем їх розчинності у воді, органічних полярних і неполярних розчинниках, і технологічними особливостями виробництва. На ринку України, наявний широкий асортимент гідрофобізаторів як вітчизняного, так і закордонного виробництва, але інформація про їх властивості, застосування відсутня, що спонукає до більш детального розгляду і вивчення даної теми.

Результати досліджень. Перше і одне з найважливіших призначень силіконових гідрофобізаторів – це надання водовідштовхуючих властивостей різним будівельним матеріалам.

Переважна більшість будівельних матеріалів і виробів (цегла, камінь, а також шви) усіяні порами та капілярами, тому мають здатність втягувати воду в меншій мірі з повітря та в більшій мірі з грунтів. Через капіляри, проникає вода, яка транспортується проти сили тяжі-

ння, рухаючись вверх і в сторони. Висота піднімання води, а в деяких випадках проникнення в середину стіни, залежить від властивостей матеріалу [1].

Перевага силіконових гідрофобізаторів в тому, що вони не залишають слідів, тобто не змінюють зовнішнього вигляду матеріалу. Це особливо важливо для облицювальних матеріалів: цегли, облицювальної плитки, мармуру та ін.

Важлива перевага силіконових гідрофобізаторів – їх довговічність, сучасні склади зберігають водовідштовхуючі властивості не менше 15 років. Обробка фасадів силіконовими гідрофобізаторами дозволяє: збільшити морозостійкість фасадів; запобігти появі грибка і цвілі; виключити появу повторних висолів; понизити теплопровідність стін; поліпшити брудозахисні властивості.

Гідрофобізуючі рідини з'явились в середині минулого століття. Усі вони були розроблені на основі силіційорганічних речовин, що обумовлено їхніми унікальними гідрофобними властивостями [2].

Одними з перших з'явились водовідштовхуючі засоби на основі органілхлорсиланових мономерів типу R_4SiCl_{4-n} де R – органічний радикал,а n = 1-3 та органілгідрохлорсиланів R_2SiHCl та $RSiHCl_2$. Для гідрофобізації найбільш широко застосовувались виготовлені на вітчизняних підприємствах метилтрихлорсилан CH_3SiCl_3, диметилдихлорсилан $(CH_3)_2SiCl_2$, метилдихлорсилан CH_3SiHCl_2, технічний диметилхлорсилан $(CH_3)_2SiHCl$ та етилтрихлорсилан $C_2H_5SiCl_3$. Вони використовувались для обробки кераміки, скла та інших матеріалів неорганічного походження.

Однак алкілхлорсилани та алкілгідрохлорсилани мають значний недолік, при їхньому використанні в процесі гідрофобізації (під час утворення гідрофобної плівки) виділяється хлороводень, який викликає корозію металевих деталей обладнання і є дуже шкідливим для здоров'я. Згодом з'явилися такі засоби, як полідиетилсилоксанові рідини (ПЕС) – це переважно полімери загальної формули $C_2H_5[(C_2H_5)_2SiO]_nSi(C_2H_5)_2$, де n = 3-12.

Якісними гідрофобізаторами, особливо для органічних матеріалів є поліорганілсилозани, типу $(R_2SiNH)_n$, (RSiHNH), $[(RSi(NH)_{1,5}]_n$. Їх отримують реакцією відповідних органілхлорсиланів з аміаком [1].

Вітчизняною промисловістю випускаються три види поліорганілсилозанових гідрофобізаторів:

- 65%-ий розчин поліетилгідросилозана в бензині (ГКЖ-8), містить 35% летючих речовин та 9% азоту. Під дією вологи гідролізує з виділенням аміаку.
- 20%-ий розчин поліметилгідросилозану в уайт-спириті (ГКЖ-16). Містить 5% азоту, 10-12 % силіцію та 0,3-0,4% активного водню. Під дією вологи гідролізує з виділенням аміаку.
- ГКЖ-15, який являє собою розчин продуктів амонолізу кубових залишків від ректифікації метилхлорсиланів.

Найбільш доступними та найбільш ефективними були, і в деякій мірі залишаються, водні та спиртово-водні розчини алкілсиліконатів натрію. Ці препарати в загальному описуються формулою:

$$RSi(OH)_2ONa,$$

де R = CH_3, C_2H_5, CH_2=CH, C_6H_5 та інші.

Завдяки значній різноманітності алкільних залишків, які знаходяться біля атома силіцію суттєво змінюються властивості отриманих гідрофобізуючих препаратів. Так завдяки вінільному залишку ГКЖ-12 хімічно відбувається прищеплення на папір, пластмасу, деревину та шкіру. Однак для захисту кераміки він є не досить ефективним [2].

Гідрофобізатори на основі алкілсиліконатів натрію мають перевагу над іншими тому, що вони є досить універсальні, недорогі, не мають запаху і можуть застосовуватись у вигляді водних розчинів, завдяки чому глибоко проникають у капілярну структуру матеріалу, який обробляється. Низька концентрація діючої речовини демонструє високо декоративний гідрофобний ефект.

Найпоширенішими серед цього класу гідрофобізаторів для захисту керамічних матеріалів на сьогодні є [2]:

- етилсиліконат натрію ГКЖ -10 (МРТУ 6-02-271-63), отримується з кубових залишків від перегонки етилхлорсиланів;
- метилсиліконат натрію ГКЖ-11 (МРТУ 6-02-271-63) виготовляється з кубових залишків після ректифікації метилхлорсиланів;
- фенілсиліконат натрію ГКЖ-11Ф (МРТУ 6-02-271-65).

Органілсиліконати натрію виробляються як правило у вигляді 17-30% спиртово-водних розчинів.

Розроблена технологія отримання етил- та метилсиліконатів натрію (ГКП-10 та ГКП-11) у вигляді білих порошкоподібних продуктів, добре розчинних у воді [1].

ГКЖ-12 та ГКЖ-17 являють собою 30-50% водно-спиртові розчини речовини загальної формули:

$$RSi(OH)_2ONa,$$

де R=CH_3(ГКЖ-11), C_2H_5 (ГКЖ-10), CH=CH (ГКЖ-12), C_6H (ГКЖ-17).

Пізніше розробляються ГКЖ-94 та ГКЖ -94М, які є водними емульсіями на основі олігогідросилоксанів [2]:

$$[RSi(HO)]_n,$$

де R = CH_3 (ГКЖ-94М), C_2H_5 (ГКЖ-94); n=100-300. Добре розчинні в хлорованих та ароматичних вуглеводнях (бензолі, толуолі, бензині, чотири хлористому вуглеці та ін.) і не розчиняються у нижчих спиртах та воді, вони призначені для надання водовідштовхуючих властивостей матеріалам, як органічного так і мінерального походження. Оптимальна концентрація ГКЖ-94 та ГКЖ- 94М при використанні їх розчинів у органічних розчинниках та водних емульсіях коливається в межах від 0,5-1,5% і залежить від складу та структури оброблювального матеріалу. Дана група гідрофобізаторів виявилась ефективнішою ніж алкілсиліконати натрію і знайшли використання, як при первинному, так і при вторинному захисті каменю. Однак, якщо алкілсиліконати натрію одержують лужним гідролізом нецільових продуктів силіційорганічного виробництва, то на виготовлення ГКЖ-94 йде дорогий мономер ректифікації, що істотно позначається на вартості кінцевого продукту. Крім того група гідрофобізаторів на основі алкілгідросилоксанів не є універсальною і не надає гідрофобних властивостей ряду будівельних матеріалів, наприклад гіпс [3].

З огляду на перераховані вище факти вітчизняні та зарубіжні виробники почали випускати гідрофобізатори на основі калію, карбонат якого, на відміну від натрію карбонату, при утворенні кристалогідрату приєднує лише дві молекули води, цим він не тільки не руйнує капілярну систему каменю, але ще й частково закупорює капіляр, перешкоджаючи проникненню води [3].

На даний час будівельний ринок заполонили закордонні гідрофобізатори, які ваблять обіцяною супернадійністю та ефективністю, чим й пояснюються їхні дуже високі ціни. Однак за яскравими упаковками та звучними назвами ховаються давно освоєні і вивчені вітчизняною промисловістю гідрофобізатори типу ГКЖ-11 та ГКЖ-94, які випускаються у нас вже багато десятиліть [3].

Так російська фірма «Сазі» поширює на українському ринку продукти „Тіпром КО-30” та „Тіпром-К”, а також до нас із Заходу прийшла продукція фірм Schomburg, Sika, Redmeir тощо [5].

Висновок. Таким чином, зроблено короткий огляд силіційорганічних матеріалів різних груп як вітчизняного, так і зарубіжного виробництва для покращення водовідштовхуючих властивостей силікатних будівельних матеріалів різного призначення. Зазначимо суттєвий вплив силіційорганічних матеріалів на збільшення довговічності силікатних виробів залежно від виду гідрофобізатора. Отже, забезпечення комплексу захисних властивостей силіційорганічних покриттів є складним науковим і технічним завданням, що зумовлює і набуває особливої актуальності досконалого вивчення асортименту силіційорганічних матеріалів, на процеси взаємодії їх з поверхнями силікатних матеріалів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Пащенко А. А. Коррозионная стойкость кремнийорганических покрытий / А. А. Пащенко, В. А. Свидерский, С. В. Лавриненко // Лакокрасочные материалы и их применение. – М. – 1984. – №5. – С. 31-32.
2. Середницкий Я. А. Кремнійорганічні лакофарбові композиційні покриття в проти корозійному захисті / Я. А. Середницкий, В. І. Маруха, О. І. Гулай // Хімічна промисловість України. – К. – 2001. – №2. – С. 17-21.
3. Кривенко А. М. Гідрофобізація. Теорія і практика: [Електронний ресурс] / А. М. Кривенко. – Режим доступу: http:www.budivnistvo.com

СЕКЦІЯ „ПРОБЛЕМИ ОБЛІКУ, АНАЛІЗУ І КОНТРОЛЮ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ”

УДК 658:65.011.47

Гринів Б. В., к.е.н., проф. кафедри аудиту,
Львівська комерційна академія

МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ АНАЛІЗУ ФІНАНСОВИХ РЕЗУЛЬТАТІВ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ

Попередні зауваження. Основним елементом формування чистого прибутку споживчого товариства є прибуток, отриманий від торговельної діяльності. Під час аналізу фінансових результатів йому приділяють основну увагу. Цьому сприяє наявність у споживчій кооперації відомчої бухгалтерської звітності Ф№1ФП “Звіт про фінансові результати”, в якій розкривається формування фінансових результатів кожної з основних галузей діяльності споживчого товариства.

Питання теорії і практики аналізу фінансових результатів діяльності торговельних підприємств висвітлено у працях таких відомих авторів, як М. І. Баканов [1, с. 100-104], Л. І. Кравченко [3, с. 218-226], Н. М. Ушакова [4, с. 469-470], А. А. Фастовець [2, с. 283-286] та інших. Однак вони не приділяють належної уваги можливостям використання методики маржинального аналізу у розрахунках впливу факторів на фінансові результати, хоча і застосовують її для знаходження беззбиткового обсягу товарообороту. Тому метою цього дослідження є розкриття переваг застосування маржинального підходу у факторному аналізі фінансових результатів перед методикою факторного аналізу, яка застосовується в торгівлі.

Теоретичні та емпіричні аргументи. Для споживчих товариств, як і всіх торговельних підприємств, фінансовим результатом основної операційної діяльності є прибуток або збиток, отриманий від реалізації товарів. Аналізуючи його, необхідно встановити, в якій мірі зміна цього показника відбулась за рахунок обсягу товарообороту і в якій за рахунок динаміки рівнів якісних прибуткоформуючих показників. У більшості підручників з економічного аналізу та економіки торгівлі такий розрахунок впливу факторів на прибуток від реалізації товарів (*Пр*) рекомендується проводити одним із способів прямого детермінованого факторного аналізу, виходячи при цьому з наступної залежності показників:

$$Пр = \frac{О(РД - РВ)}{100}, \qquad (1)$$

де *О* – обсяг товарообороту, грн;

РД – рівень валового торговельного доходу (реалізованих націнок), % до обороту;

РВ – рівень витрат обігу, % до обороту.

Не зупиняючись на деталях цієї методики, оскільки вона добре розкрита в літературних джерелах, зазначимо, що вплив зміни обсягу товарообороту на прибуток від реалізації товарів визначають на основі залежності (1) найчастіше способом абсолютних різниць. Для цього абсолютне відхилення обсягу товарообороту множать на планове чи базове значення рівня прибутку від реалізації. Вплив на прибуток зміни рівня валового торговельного доходу (реалізованих націнок) чи рівня витрат обігу визначають множенням відхилень звітних рівнів цих показників від планових чи базових їх значень на фактичний обсяг товарообороту звітного періоду. При цьому в отриманому результаті знак проставляють не алгебраїчний, а на основі логічних міркувань про характер впливу на прибуток зміни рівня того чи іншого факторного показника.

Емпіричні результати. В основі розглянутої методики факторного аналізу лежить припущення, згідно з яким приріст обсягу товарообороту забезпечує плановий чи базовий рівень рентабельності. Необгрунтованість такого припущення яскраво виявляється за ситуації, коли у базовому періоді, з яким проводиться порівняння, реалізація товарів була збитковою, а у звітному стала прибутковою. Тоді за традиційною методикою факторного аналізу зростання обсягу товарообороту у звітному періоді приносить певну суму збитку, а значить, є невигідним для підприємства. Насправді, за рентабельної роботи та інших рівних умов збільшення товарообороту у звітному періоді сприяє зростанню прибутку підприємства від торговельної діяльності.

Традиційна методика факторного аналізу також не цілком адекватно відображає вплив на прибуток від реалізації товарів зміни рівнів якісних прибуткоформуючих показників. Це зумовлено тим, що залежність (1), покладена в основу факторних розрахунків, недостатньо повно розкриває сутність взаємозв'язку витрат, обсягу реалізації і прибутку (Cost–Volume–Profit Relationships). Сутність цього взаємозв'язку глибше розкриває сучасний маржинальний аналіз прибутку від реалізації, який ще називають CVP – аналізом. Він базується на поділі витрат на змінні і постійні, а також на категорії маржинального доходу. CVP – аналіз дає можливість не тільки визначити беззбитковий обсяг продажу, але й оцінити роль найважливіших комплексних факторів у формуванні прибутку від реалізації та забезпечити підтримку ефективного управління цим процесом.

На наш погляд, ця методика може успішно застосовуватись як для визначення беззбиткового обсягу товарообороту чи пошуку варіантів ефективнішого використання обмежених ресурсів, так і у факторному аналізі фінансових результатів від основної діяльності торговельних підприємств. Для цього, згідно з адаптованою до умов торгівлі методикою CVP – аналізу, доцільно застосовувати одну з наступних факторних моделей формування прибутку від реалізації товарів (*Пр*):

$$Пр = \left[\frac{О(РД - РВ_з)}{100}\right] - В_П, \quad (2) \qquad П_р = \left[\frac{О(РВП - РВЗ_з)}{100}\right] - В_П, \quad (3)$$

де $РВ_з$ – рівень усіх змінних витрат, % до обороту;
$РВП$ – рівень валового прибутку, % до обороту;
$РВЗ_з$ – рівень зміних витрат на збут, % до обороту;
$В_П$ - сума умовно – постійних витрат, грн.

Ці моделі відрізняються способами розрахунку коефіцієнта маржинального доходу. Кожна з них може знайти застосування у факторному аналізі прибутку від реалізації товарів. Однак у практиці CVP – аналізу в торгівлі зручніше застосовувати формулу (2). Вона включає характерний для підприємств цієї галузі показник рівня валового торговельного доходу (реалізованої націнки), яка є основним джерелом відшкодування витрат та формування прибутку торговельних підприємств.

У розширеному варіанті факторна модель (2) має такий вигляд:

$$П_р = \frac{О[РД - (РВЗ_з + РВ_{ТЗ})]}{100} - (ВЗ_П + АВ), \quad (4)$$

де $РВ_{ТЗ}$ – рівень транспортно-заготівельних витрат на реалізовані товари, % до обороту;
$ВЗ_П$ – витрати на збут постійні, грн;
$АВ$ – адміністративні витрати, грн.

Порівняння результатів факторного аналізу прибутку від реалізації товарів, проведеного на прикладі одного з споживчих товариств Жовківської райспоживспілки за традиційною методикою і з використанням методики CVP-аналізу показало, що вони суттєво відрізняються. Ці відмінності зумовлені тим, що методика CVP-аналізу глибше і точніше розкриває взаємозв'язок між витратами обігу, товарооборотом і прибутком від реалізації. В цьому і є перевага CVP-аналізу перед традиційною методикою.

Необхідно також зауважити, що моделі (2), (3) і (4) можуть застосовуватись не тільки у ретроспективному аналізі прибутку від реалізації товарів. Різні модифікації цих моделей необхідно застосовувати в аналізі чутливості прибутку від прийняття тих чи інших управлінських рішень, що впливають на зміну значень прибуткоформуючих показників.

Висновки. Методика CVP-аналізу має суттєві переваги перед традиційною для торгівлі методикою факторного аналізу фінансових результатів. Вона адекватніше відображає зв'язок між витратами обігу, товарооборотом і прибутком. Тому її застосування в практиці торговельного менеджменту забезпечує ефективнішу підтримку управління формуванням фінансового результату від реалізації товарів. Звичайно, CVP - аналіз також має низку обмежень, а тому подальше дослідження цієї проблеми повинно спрямовуватися на пошук шляхів їх подолання та розширення сфери застосування цього важливого аналітичного інструмента.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Экономический анализ в торговле: учеб. пособие / [под ред. М. И. Баканова]. – М.: Финансы и статистика, 2006. – 400 с.
2. Економіка підприємства / [за ред. А. А. Фастовець]. – К.: НМУ „Укоопосвіта", 2000. – 572 с.
3. Кравченко Л. И. Анализ хозяйственной деятельности в торговле: учебн. для вузов / Л. И. Кравченко. – Мн. : Вышейшая школа, 2000. – 430 с.
4. Мазаракі А.А. Економіка торговельного підприємства: підр. для вузів / [А. А. Мазаракі, Н. М. Ушакова, Л. О. Лігоненко ; за ред. Н. М. Ушакової]. – К.: Хрещатик, 1999. – 800 с.

УДК 334.735 : 657.6 + 658.0.

Семенів М. І., асп. кафедри аудиту,
Львівська комерційна академія

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ВНУТРІШНЬОГОСПОДАРСЬКОГО КОНТРОЛЮ НА ПІДПРИЄМСТВАХ ТА ОРГАНІЗАЦІЯХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Організація внутрішньогосподарського контролю та правильне його проведення в сучасних ринкових умовах сприяє ефективній діяльності підприємства.

Дослідження проблем організації внутрішнього контролю на підприємствах здійснювали такі вчені, як І. А. Белобжецький, Т. А. Бутинець, Ф. Ф. Бутинець, Б. І. Валуєв, Н. Г. Виговська, М. Д. Корінько, В. Ф. Максімова, Л. В. Нападовська, В. С. Рудницький, Б. Н. Соколов та ін.

Теоретичні аргументи. Організація внутрішньогосподарського контролю на підприємстві залежатиме, перш за все, від правової форми підприємства, видів і масштабів діяльності, здійснюваних ним, складності його організаційної структури, наявності достатніх фінансових ресурсів, доцільності охоплення контролем різних аспектів діяльності і відношення керівництва підприємства до контролю [4, с. 85].

Організація внутрішньогосподарського контролю на підприємствах та організаціях споживчої кооперації має свої особливості.

Необхідність вдосконалення системи внутрішньогосподарського контролю. Споживча кооперація характеризується складною структурою, великою кількістю філій та відокремлених підрозділів, видів діяльності. Для таких підприємств питання оптимізації управління завжди залишатиметься актуальним, оскільки вища ланка керівництва не займається безпосередньо контролем повсякденної діяльності, тому не завжди отримує достовірну інформацію, що формується на більш низькому рівні.

Невідповідність роботи діючих контрольно-ревізійних служб споживчої кооперації вимогам ринкових перетворень вимагає удосконалення контрольної функції управління кооперативних підприємств шляхом вдосконалення організації системи внутрішньогосподарського контролю.

Внутрішньогосподарський контроль на підприємствах та організаціях споживчої кооперації, на відміну від контрольно ревізійної служби, не просто констатує запізнілі факти, а й передбачає і застерігає від небажаних наслідків, дає рекомендації з раціонального вико-

ристання ресурсів; надає консультації та пропозиції керівникам підприємств і обліковим працівникам щодо поліпшення системи внутрішньогосподарського контролю, дотримання законодавчих і нормативних вимог у процесі здійснення фінансово-господарських операцій для запобігання негативним наслідкам, сплати штрафів і пені.

Засадні принципи та елементи внутрішньогосподарського контролю. Важливим принципом організації внутрішньогосподарського контролю на підприємствах можна вважати поінформованість керівництва про наслідки перевірки і звітність перед керівником. Принцип поінформованості вимагає від працівників служби внутрішнього контролю інформування керівника про хід перевірки і виявлені в процесі її проведення недоліки в роботі підприємства (втрати від недбалого господарювання, неефективна діяльність, втрата майна, крадіжки, нестачі тощо).

Основними елементами внутрішньогосподарського контролю є організація процесу внутрішнього контролю, служби і праці виконавців (контролерів).

Внутрішньогосподарський контроль на підприємствах та організаціях споживчої кооперації здійснюється у формі внутрішнього аудиту.

Об'єктами організації внутрішнього аудиту доцільно вважати технологічний процес внутрішньогосподарського контролю і працю виконавців. Серед методів організації внутрішнього аудиту можна назвати графічний, проектний, моделювання, аналітичний, спостереження і сітьовий [2, с. 379].

За організаційними ознаками внутрішній аудит поділяється на два види: внутрішньосистемний і внутрішньогосподарський.

Внутрішньосистемний контроль на підприємствах та організаціях споживчої кооперації України здійснюються апаратом споживспілок. І його основним завданням, як зазначає проф. В. С. Рудницький є „контроль за фінансово-господарською діяльністю підвідомчих їм підприємств та організацій, ефективним і раціональним використанням матеріальних, трудових і фінансових ресурсів, виконанням планових завдань, збереженням майна, стан обліку і контролю та інші" [4].

А внутрішньогосподарський контроль здійснюється апаратом споживчих товариств, власних та спільних підприємств.

Організаційна структура внутрішнього господарського контролю на підприємствах та організаціях споживчої кооперації наведена на рис. 1.

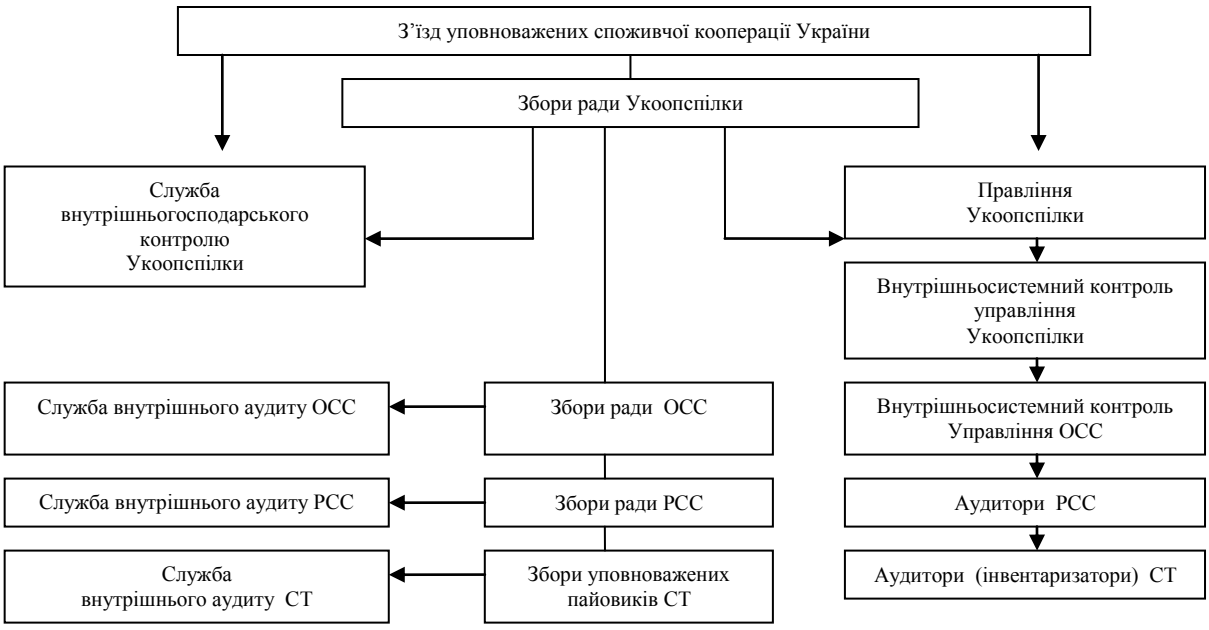

Рис. 1. Організаційна структура внутрішньогосподарського контролю на підприємствах та організаціях споживчої кооперації

Для внутрішньогосподарського контролю, незалежно від його форми, характерні три стадії технології контрольного процесу: початкова, дослідна, завершальна. Кожному виду внутрішньогосподарських послуг, у зв'язку з особливостями об'єктів контролю, властиві специфічні етапи, фази і процедури контролю.

Важливе місце в організації внутрішньогосподарського контролю належить розв'язання проблем раціональної організації апарату внутрішнього аудиту та праці аудиторів.

На підприємствах та організаціях споживчої кооперації найефективнішою вважається централізована форма організації внутрішнього аудиту (рис. 2).

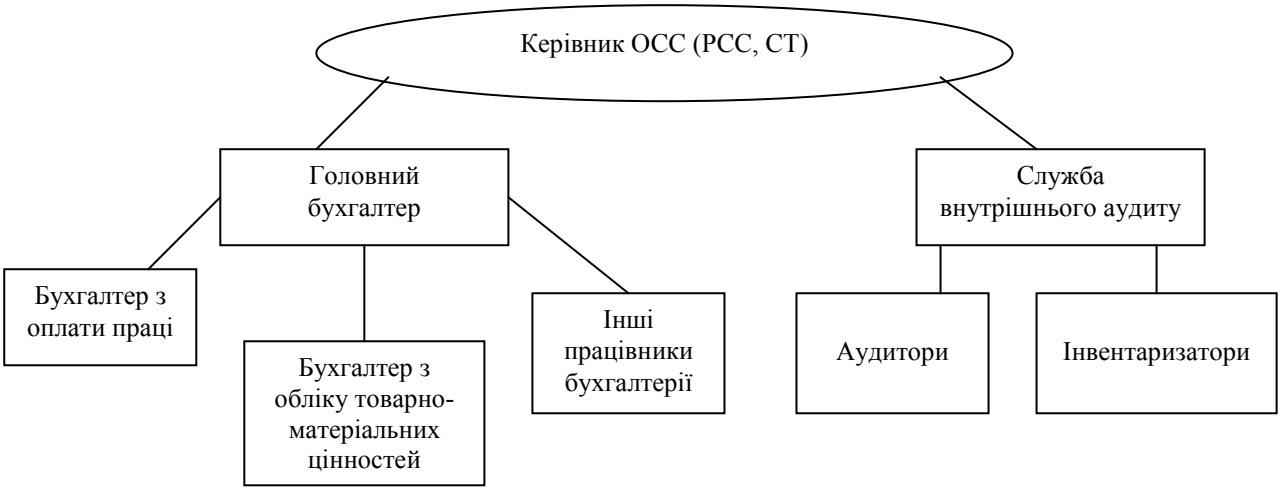

Рис. 2. Централізована форма внутрішнього аудиту на підприємствах та організаціях споживчої кооперації

Внутрішньогосподарський контроль на підприємствах та організаціях споживчої кооперації побудований на засадах підпорядкування їх власникам.

Для того, щоб внутрішньогосподарський контроль був ефективним, необхідно щоб його виконували особи, які б мали відповідну технічну підготовку і професіоналізм. Кодекс етики професійних бухгалтерів виділяє фундаментальні принципи професійних бухгалтерів, яким повинні відповідати особи, які здійснюватимуть внутрішній контроль на підприємствах та організаціях споживчої кооперації, а саме, чесність, об'єктивність, професійна компетентність та належна ретельність, конфіденційність, професійна поведінка [3].

Висновки. Організація внутрішньогосподарського контролю на підприємствах та організаціях споживчої кооперації забезпечує збереження майна, раціональне використання матеріальних і фінансових ресурсів та інформаційну безпеку при прийнятті управлінських рішень у ринкових умовах та перетворюється на визначальний фактор зростання ефективності фінансово-господарської діяльності підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бєлік В. Д. Підходи до організації системи внутрішнього контролю / В. Д. Бєлік // Міжнародний збірник наукових праць. – Випуск 3(15). – 2009. – С. 84-100.
2. Гончарук Я. А. Аудит : навч. посіб. / Я. А. Гончарук, В. С. Рудницький. – [3-тє вид, перероб. і доповн.] – К. : Знання, 2007. – 443 с.
3. Міжнародні стандарти аудиту, надання впевненості та етики: видання 2007 року / [пер. з анг. мови О. В. Селезньов, О. Л. Ольховікова, О. В. Гик, Т. Ц. Шарашидзе, Л. Й. Юрківська, С. О. Куліков]. – К. : ТОВ „ІАМЦ АУ „СТАТУС", 2007. – 1172 с.
4. Рудницький В. С. Внутрішній аудит: методологія, організація монографія / В. С. Рудницький. – Тернопіль: Економічна думка, 2000. – 104 с.
5. Шеремета Г. М. Методика і організація внутрішнього аудиту (на прикладі консервної промисловості споживчої кооперації України): дис. к.е.н. : спец. 08.06.04 – бухгалтерський облік, аналіз та аудит / Г. М. Шеремета. – Львів, 2000. – 276 с.

УДК 657.1:334.735

Озеран В. О., к.е.н., проф. кафедри бухгалтерського обліку,
Попітіч Т. В., асист. кафедри бухгалтерського обліку,
Львівська комерційна академія

ОБЛІК ДЕБІТОРСЬКОЇ ЗАБОРГОВАНОСТІ ЗА РОЗРАХУНКАМИ З ПОКУПЦЯМИ ТА ЗАМОВНИКАМИ У СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ОРГАНІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ

Попередні зауваження. Отримання доходів є важливим джерелом формування власного капіталу підприємства та основним джерелом виникнення дебіторської заборгованості. Дебіторська заборгованість, що виникла в результаті реалізації товарів (продукції, робіт, послуг), є свого роду претензією на активи іншого суб'єкта господарювання. Можливість вчасного стягнення дебіторської заборгованості – основне питання, що впливає на організацію її обліку.

Вивчення наукових праць та практика господарської діяльності свідчать про те, що теоретичні розробки здебільшого не розкривають питання організації облікового процесу розрахунків з покупцями та замовниками, як складової усієї системи організації обліку на підприємстві. Значною мірою це стосується й побудови облікового процесу розрахункових операцій у системі споживчої кооперації України.

Побудова облікового процесу. Організація бухгалтерського обліку як практичної діяльності – це організація насамперед облікового процесу, тобто сукупності способів та методичних прийомів, які дозволяють відобразити господарську діяльність у первинних документах, облікових регістрах та формах фінансової звітності. Тому обліковий процес як головна ділянка організації бухгалтерського обліку вимагає більш детального розгляду його структури та змісту за обліковою, процедурною та технологічною послідовністю виконання облікових робіт [6, с. 322].

Дебіторська заборгованість – це суми, які покупці винні підприємству. Ця заборгованість виникає під час реалізації та перетворюється в грошові кошти по завершенню визначеного часу. Отримання платежів від дебіторів є одним з основних джерел надходження грошових коштів (або інших активів) на підприємство. Тому так важливо забезпечити правильно організований облік дебіторської заборгованості.

Розуміння питань організації обліку розрахунків з покупцями та замовниками (дебіторської заборгованості за товари, роботи, послуги) потрібні для правильної організації їх аналітичного та синтетичного обліку. Необхідно знати, які для цього потрібно використовувати первинні та зведені документи, облікові регістри, які будуть виконувати облікові процедури та у якій обов'язковій послідовності.

Організація розрахунків з покупцями та замовниками охоплює такі напрями для організації облікового процесу:

- організацію облікових номенклатур, основними з яких є реалізація товарів або готової продукції, виконання робіт або надання послуг; отримання авансів від покупців та замовників; отримання оплати за товари (продукцію, роботи, послуги); повернення авансів тощо;
- організацію вибору носіїв облікової інформації, коло яких визначено відповідними нормативними документами;
- організацію руху носіїв облікової інформації в межах загальної схеми.

Тому, з метою раціональної організації бухгалтерського обліку загалом, слід чітко окреслити основні об'єкти організації облікового процесу. Оскільки традиційно виокремлюють три етапи облікового процесу – первинний, поточний і підсумковий облік, то і процес організації обліку розрахунків з покупцями та замовниками на підприємствах та організаціях споживчої кооперації необхідно розглядати, як загалом, так і на кожному з етапів зокрема (рис. 1).

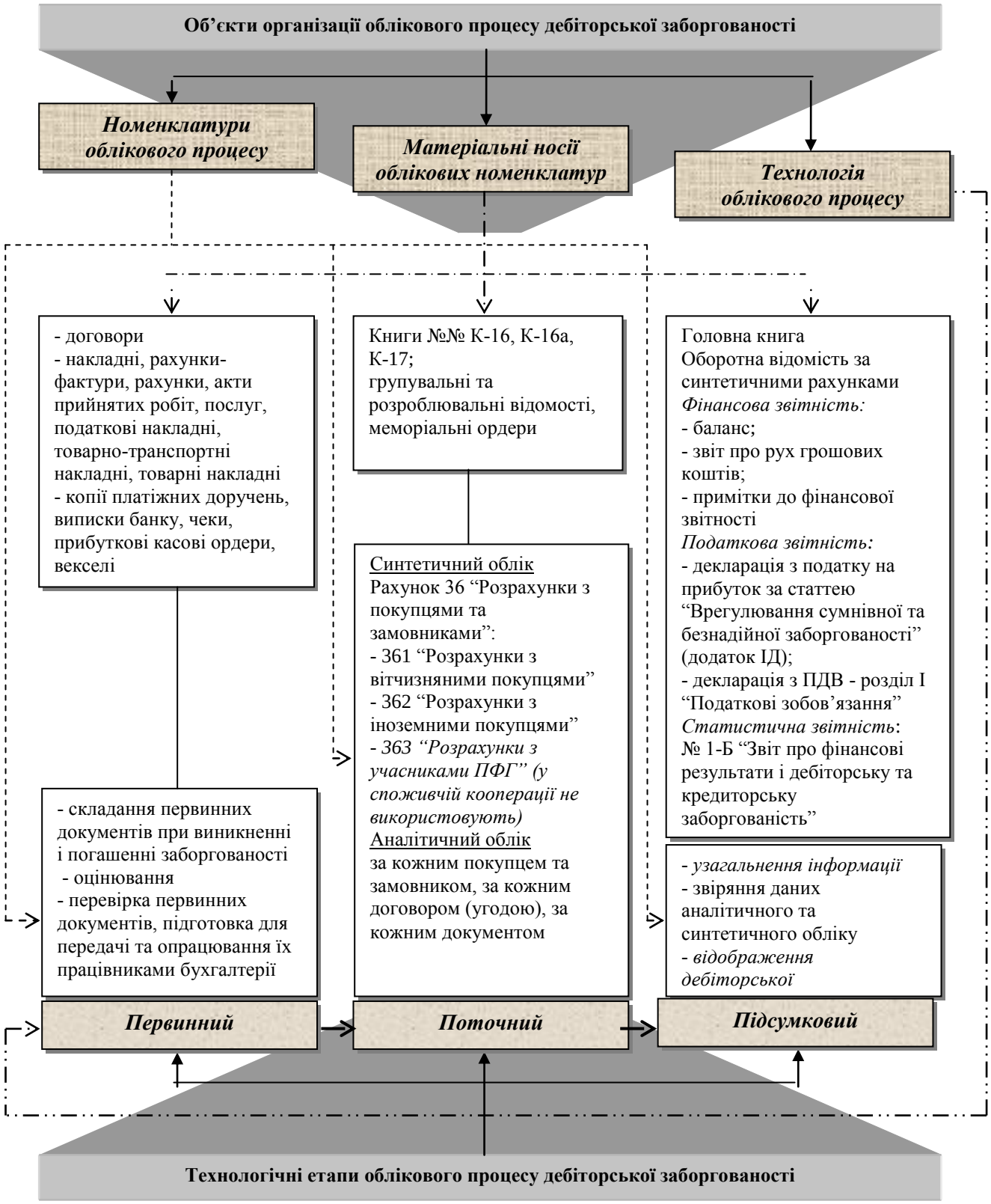

Рис. 1. Модель побудови облікового процесу за розрахунками з покупцями та замовниками у системі споживчої кооперації

На першому етапі, етапі первинного обліку, проводять первинне спостереження через вартісне вимірювання, оцінювання, визнання та документування господарських операцій з виникнення та погашення дебіторської заборгованості. Здебільшого, підприємства та організації споживчої кооперації застосовують типові форми документів, затвердженні Держком-

статом. Крім цього, з врахуванням відомчих особливостей у системі Укоопспілки розроблені та затверджені відомчі первинні документи, наприклад видаткова накладна, рахунок-фактура тощо. Фіксація інформації у первинному матеріальному носії вимагає упорядкування первинних документів (товарних та платіжних), з чітким визначенням, які документи застосовуватимуть та в якій послідовності їх заповнюють, затверджують, передають від одної до іншої посадової особи. Такий детальний опис відображають в облікових номенклатурах первинного обліку за топологічною ділянкою "Розрахунки з покупцями та замовниками".

На другому етапі облікового процесу – етапі поточного обліку – відбувається бухгалтерське опрацювання первинних документів та їх реєстрація у відповідних облікових регістрах. Синтетичний облік у системі споживчої кооперації ведуть з застосуванням двох субрахунків рахунку 36 "Розрахунки з покупцями та замовниками". Аналітичний облік ведуть з відкриттям окремих аналітичних рахунків за кожним покупцем чи замовником, за окремими договорами тощо. Організація поточного обліку також передбачає визначення відповідних облікових номенклатур.

Матеріальними носіями на цьому етапі, за умови застосування книжково-журнальної форми обліку, є книги ф. №№ К-16, К-16а або К-17 (за вибором підприємства). В цих облікових регістрах відбувається узагальнення інформації, що пов'язана із дебіторською заборгованістю покупців та замовників.

При застосуванні книги ф. № К-16 для кожного покупця (замовника) відкривають окрему книгу або декілька сторінок у книзі. Аналітичний облік розрахунків із покупцями та замовниками, розрахунки з якими не є постійними (невелика кількість контрагентів або незначна кількість документів) здійснюють у книзі № К-16а лінійно-позиційним способом.

На етапі підсумкового обліку інформацію із облікових регістрів переносять до Головної книги (ф. № К-41), де вона узагальнюється на синтетичних рахунках. На цьому етапі між даними синтетичного та аналітичного обліку проводиться взаємозвіряння та складання оборотних відомостей (ф. № К-42). Слід зауважити, що якщо для поточного обліку розрахунків з покупцями та замовниками застосовувалась книга ф. К-16, оборотні відомості складають за субрахунками та синтетичним рахунком загалом. При застосуванні книги ф. № К-16а оборотну відомість не складають.

Узагальнюючий етап передбачає складання бухгалтерського балансу та інших форм звітності (фінансової, податкової, статистичної, відомчої).

Облікові номенклатури підсумкового обліку мають визначити форми і найменування звітності, в яких відображаються інформаційні потоки, користувачів інформації та завдання, в яких використовуються ці дані.

Крім облікових номенклатур та операграм за кожним етапом облікового процесу та за окремим документом, доцільно також розробити загальний графік документообороту, виконання якого має бути безумовним.

Висновки. Усі розглянуті процеси повинні бути організовані у відповідній послідовності, оскільки кожний із них є попередником наступного. Якщо в облікову систему не надійдуть первинні документи, якими оформляють виникнення та погашення дебіторської заборгованості, то не може бути і наступного етапу – поточного обліку, оскільки в ньому не буде інформації, яку треба відобразити за бухгалтерськими рахунками, та підсумкового обліку, оскільки не буде що узагальнювати.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бухгалтерський облік у споживчій кооперації: навч. посіб. / В. О. Озеран, П. О. Куцик, А. М. Волошин. – Львів: Вид-во ЛКА, 2008. – 660 с.
2. Інструкція про застосування книжково-журнальної форми бухгалтерського обліку в організаціях і підприємствах споживчої кооперації : затверджена постановою Правління Укоопспілки від 19.12.2001 р. № 304 / [А. М. Волошин, В. О. Озеран та ін.] – К.: ДІЯ, 2002. – 214 с.

3. Ковалев В. В. Организация бухгалтерского учета на совместных предприятиях: учебник / В. В. Ковалев, Е. Н. Евстигнеев, В. Я Соколов. – Москва : Финансы и статистика, 1991. – 160 с.
4. Міжнародні стандарти бухгалтерського обліку / [перекл. з англ. за ред. С. Ф. Голова]. – К. : ФПБАУ, 1998. – 736 с.
5. Шевчук О. А. Аспекти організації бухгалтерського обліку безготівкових розрахунків : матеріали міжнар. наук. конф. "Розвиток науки про бухгалтерський облік" 23-24 листопада 2000 р. Ч. ІІІ / О. А. Шевчук. – Житомир : ЖІТІ, 2000. – С. 174-177.
6. Шпак В. А. Організація системного облікового процесу / В. А. Шпак // Экономика Крыма. – № 1(34). – 2011. – С. 322-325.

УДК 657.1

Гайдук І. О., ст. викл. кафедри бухгалтерського обліку,
Львівська комерційна академія

ОБЛІК ДОДАТКОВИХ ПАЙОВИХ ВНЕСКІВ НА ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВИХ РЕСУРСІВ ЯК ДЖЕРЕЛА УТВОРЕННЯ ОБОРОТНОГО КАПІТАЛУ СПОЖИВЧОГО ТОВАРИСТВА

Попередні зауваження. На підприємствах споживчої кооперації процес господарської діяльності здійснюється завдяки оборотному капіталу, який знаходиться у постійному кругообігу й упродовж операційного циклу змінює свою матеріальну форму. Достатність та ефективність використання оборотного капіталу визначають його джерела формування. В сучасних умовах господарювання для формування оборотного капіталу важливе значення мають як власні, так і позикові джерела.

Теоретичні аргументи. Оскільки використання власних джерел є дешевшим від позикових, то їх доцільніше використовувати як джерело формування оборотного капіталу.

Зі зростанням обсягу діяльності у споживчих товариствах зростає потреба в оборотних активах, що вимагає залучення додаткових джерел фінансування. Одним із таких джерел є додаткові пайові внески на формування фінансових ресурсів.

Результати дослідження. Розрахунок потреби у фінансових ресурсах на поповнення оборотного капіталу на наступний рік складається у плановому відділі і подається правлінням споживчого товариства на розгляд загальних зборів членів (асоційованих членів) споживчого товариства або уповноваженого ними органу.

Загальні збори виносять рішення, у якому затверджується сума ліміту на приймання внесків від членів споживчого товариства. Кожен член, який виявив бажання сплатити додаткові внески на поповнення оборотного капіталу подає правлінню заяву-клопотання з проханням прийняти від нього пайовий внесок на формування фінансових ресурсів споживчого товариства. Заява реєструється у книзі реєстрації вхідних документів. Голова правління споживчого товариства на заяві-клопотанні ставить резолюцію з дозволом чи відмовою. Якщо відмова голови правління необґрунтована, то член споживчого товариства може звернутися із скаргою до загальних зборів членів споживчого товариства.

При позитивному рішенні голови правління з вкладником укладається договір про додатковий пайовий внесок на формування фінансових ресурсів споживчого товариства, у якому обумовлюються права, обов'язки і відповідальність товариства та пайовика. Договір набуває чинності з моменту його підписання і діє до часу письмового заявлення однієї із сторін про його розірвання.

Всі асоційовані члени споживчого товариства вносять внески безпосередньо в касу споживчого товариства. Для цього головний бухгалтер виписує прибутковий касовий ордер на визначену в договорі суму внеску. Квитанція до прибуткового касового ордера з підпи-

сами головного бухгалтера і касира, засвідченими печаткою споживчого товариства видається пайовику, як підтвердження про сплату ним першого внеску.

У бухгалтерії споживчого товариства сплата внеску в касу відображається проведенням:

Дт 301 “Каса”;

Кт 412 “Пайові внески для формування фінансових ресурсів”.

Відповідно до заяви члена споживчого товариства додаткові пайові внески на формування фінансових ресурсів можуть утримувати із його заробітної плати:

Дт 661 “Розрахунки за заробітною платою”;

Кт 412 “Пайові внески для формування фінансових ресурсів”.

Після сплати першого внеску члену споживчого товариства виписується кооперативна книжка взаємодопомоги, де у розділі “Рух додаткових пайових внесків для формування фінансових ресурсів” записується дата і номер прибуткового касового ордера, згідно з яким у касу прийнято внесок. Після кожного надходження чи видатку внесків відображається залишок коштів, який вказується цифрами і прописом. Правильність записів у кооперативній книжці підтверджується підписами голови правління, головного бухгалтера та скріплюється печаткою товариства.

Додатковий внесок на формування фінансових ресурсів члену споживчого товариства повертається з каси протягом 30 днів з дня подачі заяви-клопотання про видачу його пайового внеску. Видача внеску з каси оформляється видатковим касовим ордером, а в бухгалтерії відображається проведенням:

Кт 412 “Пайові внески для формування фінансових ресурсів”;

Дт 301 “Каса”.

Аналітичний облік за субрахунком 412 “Пайові внески для формування фінансових ресурсів” ведеться у книзі форми № К-20 за особовими рахунками членів споживчого товариства, які сплатили внески. У книзі відображається рух коштів на особових рахунках пайовиків. Оборот за кредитом записують чорними чорнилами, а оборот за дебетом - червоними.

В кінці кожного кварталу підводять підсумки на кожній сторінці. На останній сторінці книги відображається загальна сума оборотів за всіма особовими рахунками.

За субрахунком 412 “Пайові внески для формування фінансових ресурсів” обороти також відображаються у зведену відомість, підсумки якої в кінці кожного кварталу звіряють з оборотами Головної книги ф. № К-41.

Висновки дослідження. З-поміж додаткових джерел, направлених на підвищення ефективності формування оборотного капіталу споживчого товариства, чільне місце належить додатковим пайовим внескам на формування фінансових ресурсів.

Вкладення додаткових пайових внесків в активи споживчого товариства дає можливість ефективного управління фінансовими ресурсами товариства з метою забезпечення раціонального формування його активів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Верига Ю. А. Бухгалтерський облік в основних галузях господарства споживчої кооперації. / Ю. А. Верига, О. В. Заєць. – К. : Лібра, 1997. – 312 с.
2. Економіка підприємства : теорія і практикум : навч. посібник / [за ред. Н. Г. Міценко, О. І. Ященко]. – Львів : “Магнолія 2006”, 2008. – 688 с.
3. Положення про організацію пайового господарства споживчої кооперації України, затверджено постановою шостих зборів Ради Укоопспілки сімнадцятого скликання 3 квітня 2003 року із змінами і доповненнями, внесеними постановою Правління Укоопспілки від 27.05.03, № 156.
4. Положення про організацію пайового господарства споживчої кооперації України, затверджено постановою четвертих зборів Ради Укоопспілки дев’ятнадцятого скликання від 24.01.2007 р.

5. Положення про організацію пайового господарства споживчої кооперації України, затверджено постановою четвертих зборів Ради Укоопспілки дев’ятнадцятого скликання від 24.01.2007 р.
6. Положення про членські внески, затверджено постановою других зборів Ради Укоопспілки дев’ятнадцятого скликання від 23.02.2005 р.
7. Рекомендації щодо складання та подання фінансової і статистичної звітності споживчими товариствами, споживспілками, їх підприємствами (об'єднаннями), іншими господарюючими суб'єктами (далі - підприємства) Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки), Додаток до листа правління Укоопспілки від 15.01.2010р., № 02-30/03-13/8.
8. Україна. Закон. Про споживчу кооперацію від 10.04.92р., № 2265-XII.
9. Україна. Закон. Про кооперацію від 10.07.03 р., № 1087-IV.
10. Фінанси підприємств і організацій споживчої кооперації : [підручник для студентів кооперативних вищих навчальних закладів] / [О. Г. Біла, В. П. Косаріна, С. І. Мельник, О. І. Мосціховська ; за редакцією О. Г. Білої]. – К. : НМЦ “Укоопосвіта”, 1999. – 520 с.

СЕКЦІЯ „ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВСЬКО-КРЕДИТНИХ УСТАНОВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ”

УДК 336.713

Вовчак О. Д., д.е.н., проф. кафедри банківської справи,
Львівська комерційна академія

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ В УКРАЇНІ

Попередні зауваження. Сьогодні кооперативні банки посідають провідне місце в банківській системі багатьох країн світу, передусім Західної Європи. В складних умовах світової кризи вони зберігали стабільність і фінансову стійкість. В Україні Законом України "Про банки і банківську діяльність" передбачено створення таких банків, однак сьогодні банків такої організаційно-правової форми ще не існує через низку проблем, що актуалізує дослідження перспектив їх створення та подальшого розвитку з урахуванням світового досвіду.

Дослідженням проблематики кооперативних банків займаються науковців Л. Бубнова, В. Гончаренка, Ю. Лузана, А. Пантелеймоненко та інших [1, 2, 3]. Водночас основна увага науковців зосереджена на діяльності кооперативних банків у зарубіжних країнах та розвитку кредитної кооперації.

Доцільність розвитку кооперативних банків. Сьогодні необхідність створення вітчизняних кооперативних банків зумовлюється насамперед потребою вирішення проблеми кредитування малого та середнього бізнесу, яка в умовах фінансово-економічної кризи набула ще більшої гостроти через майже повне призупинення кредитної діяльності комерційними банками та значне скорочення обсягів кредитних послуг з боку кредитних спілок. Це, у свою чергу, унеможливлює успішний розвиток міського та сільського бізнесу, зосередженого в руках дрібних підприємців та одноосібних сільськогосподарських товаровиробників. Такі обставини стимулюють пошук виходу з такої складної економічної ситуації через розвиток мережі кооперативних банків.

Практичний досвід створення кооперативних банків. В Україні вже були спроби створити кооперативні банки. Першим був кооперативний банк ”Таврія”, відкритий у Феодосії у 1988 р., У 1990 р. було зареєстровано 8 таких банків. Створювались вони на пайових засадах в основному підприємствами та організаціями певної галузі економіки для вирішення своїх нагальних проблем. Оскільки в них були вкрай низькі статутні капітали, що негативно відображалося на виконанні їх основних функцій, тому в процесі банківської реформи вони були ліквідовані або перереєстровані в комерційні банки. Основними причинами такої трансформації є те, що кооперативний банк за функціями, методами і технологіями діяльності майже не відрізняється від комерційного банку, однак істотна різниця полягає в тому, що його діяльність побудована за принципом фінансової кооперації і на інших правових засадах.

Водночас з огляду на те, що, хоча законодавством і передбачена можливість створення кооперативних банків, проте жодного такого банку в Україні не створено, розпорядженням Кабінету Міністрів України від 07.06.2006 р. № 321-р. було схвалено Концепцію розвитку системи кредитної кооперації, яка визначає стратегічні напрями державної політики у сфері кооперативного кредитування, що розвивається на ринкових засадах з мінімально можливим втручанням держави, та принципи функціонування системи кредитної кооперації з урахуванням позитивного міжнародного досвіду. Концепцією передбачається створення дво-, трирівневої системи кредитної кооперації.

Перший рівень – кредитні спілки, що безпосередньо надають фінансові послуги споживачам – своїм членам. Другий рівень – кооперативні банки та об'єднані кредитні спілки, що забезпечують для кредитних спілок можливість доступу до необхідних фінансових ресурсів як шляхом їх перерозподілу у межах системи кредитної кооперації, так і шляхом залучення відповідних ресурсів із зовнішніх джерел. Через кооперативні банки можуть здійснюватися рефінансування, диверсифікація ризиків, доступ до міжбанківської системи розрахунків, забезпечення переказу коштів у межах небанківських платіжних систем. При цьому на законодавчому рівні необхідно: визначити, що засновниками кооперативних банків, які утворюються за участю кредитних спілок та об'єднаних кредитних спілок, можуть бути тільки кредитні спілки; установити можливість заснування кредитними спілками регіональних і міжрегіональних кооперативних банків; надати право створювати об'єднані кредитні спілки лише на базі членства в асоціаціях кредитних спілок. Установи другого рівня системи кредитної кооперації можуть утворювати третій рівень - центральні кооперативні банки та/або об'єднані кредитні спілки.

При формуванні вітчизняної моделі кооперативного банку важливим є використання зарубіжного досвіду функціонування кооперативних банків в окремих країнах.

У Західній Європі перші кооперативні банки було створено саме в Німеччині. Сьогодні у цій країні діє система кооперативних банків, основи якої закладено ще 120 років тому. Зважаючи на те, що одним з варіантів подальшого розвитку ринку кредитної кооперації, може стати створення кооперативного банку на базі кредитних спілок, досвід Німеччини в цьому питанні для України є надзвичайно корисним.

Ефективними фінансовими установами, які виявилися стійкими в умовах світової економічної кризи є кооперативні банки Італії. За останні десять років у результаті швидкого розвитку інформаційних і банківських технологій, а також суттєвих змін у попиті на фінансові послуги у кооперативному банківському секторі Італії відбулися суттєві зміни. Загалом ж кооперативні банки Італії охоплюють 39 % фінансового ринку, що є значним прогресом [6]. Враховуючи названі обставини, їх досвід можна враховувати при формуванні вітчизняної моделі регіонального кооперативного банку.

Зазначимо, що створення кооперативних банків в Україні неможливе без фінансової підтримки держави. Сьогодні чинним законодавством не передбачено пільг при формуванні статутного капіталу таких банків, що є суттєвою причиною їх відсутності у вітчизняній банківській системі. Тому, за прикладом італійських банків, формування статутного капіталу може мати пропорцію, за якої 70 % становлять державні кошти (надані у вигляді цільової позики під солідарну відповідальність членів) і 30 % вклади членів регіонального кооперативного банку. Для забезпечення фінансової стабільності можна також використати довід італійських комерційних банків щодо формування високого рівня їхньої капіталізації за рахунок відраховувань із щорічного чистого доходу до резервного капіталу. Крім того, логічним є створення фонду підтримки розвитку кооперативних банків за рахунок відрахувань до нього певного процента (аналогічного італійському – Fondo Sviluppo SpA) [5, 6]. Такий фонд може бути створений на регіональному чи національному рівнях.

Висновки. В Україні ж при створенні кооперативних банків, з огляду на складність економічної ситуації, необхідно орієнтуватися на класичні кооперативні принципи, щоб у повній мірі використати переваги статусу неприбутковості цієї форми банків.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гончаренко В. В. Кредитна кооперація. Форми економічної самодопомоги сільського і міського населення у світі та в Україні (теорія, методологія, практика) / В. В. Гончаренко. – К. : Глобус, 1998. – 330 с.
2. Лузан Ю. Я. Кооперативні банки – важливий фактор зростання аграрної економіки / Ю. Я. Лузан // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 95–97.

3. Пантелеймоненко А. О. Аграрна кооперація в Україні: теорія і практика : монографія / А. О. Пантелеймоненко. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2008. – 347 с.
4. European cooperative banks in financial and economic turmoil Contribution of the EACB to the Expert Group Meeting on «Cooperatives in a world in crisis» and the International Year of Co-operatives United Nations. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org/-esa/socdev/egms/docs/2009/ cooperatives/eacb.pdf
5. Gutiérrez E.The Reform of Italian Cooperative Banks: Discussion of Proposals / E. Gutiérrez. – Washington : International Monetary Fund, 2008. – *18 p.*
6. Tarantola A. M. Cooperative Banks and Competition: Local Vocation and Governance Issues / A. M. Tarantola. – Taormina : Bank of Italy, 2009. – 17 p.

УДК 336.71

Копилюк О. І., к.е.н., проф.,
Музичка О. М., к.е.н., ст. викл. кафедри банківської справи,
Львівська комерційна академія

МЕХАНІЗМ СТВОРЕННЯ ТА ФУНКЦІОНУВАННЯ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ У СУЧАСНИХ УМОВАХ

Попередні зауваження. В сучасних умовах глобалізації фінансових ринків важлива роль у забезпеченні стабільного функціонування фінансових систем розвинутих країн світу належить кооперативним банкам. Досвід функціонування кооперативних банків в умовах фінансово-економічної кризи засвідчив, що їх бізнес-модель, у порівнянні із комерційними банками виявилась більш ефективною. На початку 2009 року у країнах Європи функціонувало, 4200 місцевих кооперативних банків і близько 60 тис відділень. Вони охоплювали, в середньому, близько 20% європейського фінансового сектора. Їхніми послугами користувались 45 млн членів та 15 млн клієнтів [3]. В умовах загострення фінансово-економічної кризи більшість кооперативних банків продовжували залишатися фінансово стійкими та зміцнювати власні ринкові позиції, що обумовлено специфікою їх діяльності та стратегічними орієнтирами, які дещо відрізняються від класичної моделі ведення банківського бізнесу й спрямовані на досягнення основної мети – сприяння дотриманню економічних інтересів членів-учасників, а не отримання максимального прибутку. З огляду на це, актуальним є вивчення зарубіжного досвіду для банків України, особливо з позицій подальшого розвитку вітчизняного кооперативного банківського сектора.

Організаційно-економічні засади створення та функціонування кооперативних банків. В Україні законодавчо передбачена можливість створення і функціонування кооперативних банків. Це, зокрема, регламентовано у Законі України „Про банки і банківську діяльність” (стаття 8 „Кооперативні банки”) де визначено, що кооперативні банки створюються за принципом територіальності і поділяються на місцеві та центральний кооперативні банки. Мінімальна кількість учасників місцевого (у межах області) кооперативного банку має бути не менше 50 осіб. У разі зменшення кількості учасників і неспроможності кооперативного банку протягом одного року збільшити їх кількість до мінімальної необхідної кількості діяльність такого банку припиняється шляхом зміни організаційно-правової форми або ліквідації. Учасниками центрального кооперативного банку є місцеві кооперативні банки. До функцій центрального кооперативного банку належать централізація та перерозподіл ресурсів, акумульованих місцевими кооперативними банками, а також здійснення контролю за діяльністю кооперативних банків регіонального рівня. Органами управління кооперативних банків є загальні збори учасників (пайовиків), спостережна рада банку та правління банку. Органом контролю є ревізійна комісія банку. Органи управління та контролю кооперативного банку створюються та здійснюють свої повноваження відповідно до чинного законодавства. Статутний капітал кооперативного банку поділяється на паї. Рівень мінімального

розміру статутного капіталу кооперативного банку встановлюється Національним банком України відповідно до Закону України „Про банки і банківську діяльність”. Кожний учасник кооперативного банку незалежно від розміру своєї участі у капіталі банку (паю) має право одного голосу [1].

Законодавче визначення кооперативного банку наведено у Господарському кодексі України від 16.01.2003р. № 436-IV (стаття 338 „Кооперативні банки”): - це банк, створений суб'єктами господарювання, а також іншими особами за принципом територіальності на засадах добровільного членства та об'єднання пайових внесків для спільної грошово-кредитної діяльності. Прибутки або збитки кооперативного банку за результатами фінансового року розподіляються між учасниками пропорційно розміру їх паю [2].

Однак, незважаючи на те, що законодавством передбачені засади створення та функціонування кооперативних банків, які є основою для становлення та зростання малого і середнього бізнесу, на сьогодні в Національному банку України не зареєстровано жодного такого банку, що свідчить про необхідність розробки дієвого механізму врегулювання організаційно-економічних аспектів їх діяльності.

Світовий досвід розвитку кредитної кооперації свідчить, що кооперативні кредитні системи існують в усіх країнах і без них діяльність кожної окремої кредитної спілки не могла б бути достатньо ефективною і конкурентоспроможною. На відміну від вітчизняної практики, кооперативні банки широко представлені в Європейському банківському секторі. Приблизно 4000 місцевих кооперативних банків обслуговують більше 176 000 000 клієнтів, 50 млн з яких є членами [3]. Більша частина клієнтської бази кооперативних банків зосереджена швидше на місцевому та регіональному рівні, ніж транскордонному. Кооперативні банки мають добре розвинуту роздрібну клієнтську мережу через розгалужену мережу філій. Вони працюють в умовах демократичного самоврядування на основі принципу "одна людина—один голос". 50 мільйонів членів кооперативних банків у Європі також беруть участь в управлінні місцевими і регіональними банками через модель, яка включає в себе участь часток громадян у процесі прийняття рішень та управлінні місцевими банками.

Необхідно зазначити, що при кооперативній бізнес-моделі банків, через їх близькість до місцевої економіки, є можливість оцінити з великою точністю ризик, пов'язаний з кредитуванням. Бізнес-модель управління кооперативними банками базується на тому, що членський капітал не є фінансовими ресурсами інвесторів, які бажають отримати швидку і високу віддачу, а основна мета пайовиків – надання відповідних послуг та сприяння покращенню їх економічного стану як у коротко-, так і довгостроковій перспективі. Це зокрема, проявляється у низькому коефіцієнті дивідендних виплат, що, в свою чергу, свідчить про те, що високоприбуткові кооперативні банки можуть забезпечувати швидке зростання їх капітальної бази, а отже, підвищувати їх ринкову вартість, перш за все, за рахунок внутрішніх джерел поповнення капіталу.

Світова практика функціонування кооперативних банків виділяє низку характерних рис, притаманних кооперативним банкам:

— є добре капіталізованими і стійкими;

— застосовують характерну бізнес-модель побудови банку, яка базується на членстві з довгостроковою перспективою, незважаючи на спади і піднесення;

— мають сформовану антициклічну поведінку і внутрішні схеми гарантування вкладів;

— щільно налагоджений механізм контролю (за принципом „знизу-вверх”);

— керуються демократичною схемою менеджменту, заснованою на широкій участі їх членів у прийнятті управлінських рішень.

Загалом, ці відмінні характеристики засвідчили стійкість кооперативної бізнес-моделі впродовж кризи, про що засвідчують їх доволі сильні позиції у сфері національних заощаджень і кредитування. Звітні показники Європейської Асоціації кооперативних банків засвідчують, що у період 2003 – 2010 рр. у європейських кооперативних банків була вищою середня прибутковість капіталу – 7,5%, тоді як для інших банків цей показник склав 5,7% [3].

Загалом зарубіжні системи кредитної кооперації багатьох країн з ринковою економікою мають важливі спільні риси, зокрема: 1) трирівневий рівень побудови – місцевий, регіональний і національний (центральний) кооперативні банки; 2) створення банків на основі класичних моделей Г. Шульце-Деліча (Volksbanken) та В. Райффайзена (Raiffeisenbanken), які передбачають різні методи формування пайового капіталу. Перша — за рахунок вкладів своїх членів, друга – на основі державної позики, взятої під солідарну відповідальність усіх членів (“позикове коло”); 3) принцип голосування на загальних зборах “один член – один голос”; 4) кількість членів на загальних зборах вимагає максимального членства, але не менше 10%; 5) надання кредитів як на виробничі, так і на споживчі потреби; 6) стійка система рефінансування завдяки автономності; 7) дотримання фундаментальних кооперативних принципів.

Висновки. Отже, незважаючи на кризові явища, які охопили практично усі сфери фінансово-економічної діяльності суспільства, зарубіжний досвід діяльності кооперативних банків засвідчив про ефективність та раціональність побудови їх бізнес-моделі, яка може бути прийнятною та доцільною й в умовах вітчизняної економіки. Тому наступним кроком у подальших дослідженнях повинно стати обґрунтування відповідної правової бази, яка б сприяла врегулюванню відносин кооперативних та комерційних банків й розвитку повноцінного кооперативного банківського сектора в Україні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про банки і банківську діяльність : від 07.12.2000 р. № 2121-III // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. - 2002. - № 7 (зміни і доповнення). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rada.gov.ua.
2. Господарський кодекс України. Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rada.gov.ua.
3. Європейська асоціація кооперативних банків: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.eurocoopbanks.coop

УДК 336.71

Самура Ю. О., к.е.н., доц. кафедри банківської справи,
Львівська комерційна академія

НАПРЯМИ РОЗВИТКУ ТА ОСОБЛИВОСТІ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ У ПОСТКРИЗОВИЙ ПЕРІОД

Попередні зауваження. Хронічна проблема кредитування малого та середнього бізнесу в умовах фінансово-економічної кризи набула ще більшої гостроти через майже повне призупинення кредитної діяльності комерційними банками і значне скорочення обсягів аналогічних послуг з боку кредитних спілок. Це, у свою чергу, унеможливлює успішний розвиток міського та сільського бізнесу, зосередженого в руках дрібних підприємців та одноосібних сільськогосподарських товаровиробників. Названа обставина стимулює вітчизняних учених і практиків до пошуку виходу з такої складної економічної ситуації. Окремі з них цілком справедливо вбачають можливий вихід у створенні вітчизняних кооперативних банків. Саме ця форма кредитно-кооперативних організацій характерна для багатьох країн світу, передусім Західної Європи, у складних умовах глобальної кризи демонструє свою стабільність і фінансову стійкість.

Беручи до уваги цю обставину, зауважимо, що метою даної статті є загальна характеристика кооперативних банків Європи та аналітична оцінка відповідності основних рис їх організації і діяльності класичним принципам кредитно-кооперативних моделей Германа Шуль-

це-Деліча і Фрідріха Вільгельма Райффайзена, а також обґрунтування доцільності використання окремих з них при формуванні вітчизняної моделі кооперативного банку.

У ході дослідження використано методи аналізу і синтезу, зокрема при формуванні загальної характеристики кооперативних банків та оцінці їх відповідності класичним принципам „батьків" кредитної кооперації – Г. Шульце-Деліча і В. Райффайзена.

Історичні передумови формування кооперативних банків. Відомо, що батьківщиною кредитної кооперації є Німеччина, де у середині XIX ст. паралельно почали діяти дві моделі товариств згаданих вище фундаторів світового кредитно-кооперативного руху Г. Шульце-Деліча і В. Райффайзена. Їх поява стала початком формування систем кооперативних банків у країнах Західної Європи [2, с. 1].Сьогодні кооперативні банки посідають провідне місце в європейській системі банківського ринку. На початку 2009 р. у країнах Європи функціонувало 4200 місцевих кооперативних банків, кількість відділень яких приблизно становить 60 тис. У середньому вони охоплювали близько 20 % європейського фінансового сектора. Їх послугами користувались 45 млн членів і 159 млн клієнтів [6].

Таблиця 1

Кооперативні принципи моделей кредитних кооперативів Г. Шульце-Деліча і Ф.В. Райффайзена [5, с. 76]

Кооперативні принципи	
Г. Шульце-Деліча	**В. Райффайзена**
Наявність пайового капіталу і дивідендів	Принципове заперечення пайового капіталу
Необмежена відповідальність членів за зобов'язання кооперативу	Спільна (солідарна) відповідальність членів своїм майном за зобов'язання кооперативу
Широке і необмежене поле членства	Заборона членам брати участь у діяльності інших кооперативів
Надання кредитів як на виробничі, так і на споживчі потреби	Надання кредитів на виробничі потреби
Переважання короткотермінових кредитів	Переважання довготермінових кредитів
Надання кредитів не тільки членам кооперативу	Надання кредитів тільки членам кооперативу
Великий район дії кооперативу	Малий район дії кооперативу
Виплата винагороди членам спостережної ради	Визнання роботи спостережної ради безоплатною

Основна відмінність класичних моделей полягає у тому, що міські кооперативи Г. Шульце-Деліча (у подальшому Volksbanken – „народні банки") формували позичковий фонд за рахунок вкладів від своїх членів, а товариства В. Райффайзена (Raiffeisenbanken – „райффайзенбанки") аналогічний фонд створювали на основі державної позики, взятої під солідарну відповідальність усіх членів („позикове коло").

За останні десять років у результаті швидкого розвитку інформаційних і банківських технологій, а також суттєвих змін у попиті на фінансові послуги у кооперативному банківському секторі Європи відбулися суттєві зміни. Так, злиття окремих банківських установ призвело до зменшення їх кількості, і разом з тим до значного збільшення банків «середнього розміру». При цьому значно розширилась мережа філій і відділень, що загострило міжбанківську конкуренцію на місцевих фінансових ринках. Це підштовхнуло і комерційні, і кооперативні банки до освоєння міжнародних ринків фінансових послуг. А ще більш активним цей процес став з розширення кордонів ЄС. Вихід на зарубіжні фінансові ринки приніс кооперативним банкам стрімке зростання. У результаті цього утворилися цілі банківські групи. У більшості випадків відбулися суттєві зміни й у структурі власності, а також зміцнення позицій . Частка цієї кооперативної банківської групи на фінансовому ринку за останні десять років збільшилася з 16,8 до 21,1 %. Зараз вона охопила 27,3 % населення

Специфіка кооперативних банків. У цілому ж кооперативні банки Європи охоплюють понад 30 % фінансового ринку, що є значним прогресом. Проте в умовах фінансової кризи їхня діяльність цілком закономірно має певні ускладнення. Так, за результатами перших

трьох кварталів 2008 р. дещо погіршилась якість кредитного портфеля. Разом з цим, знизилась ліквідність і прибутковість. Рентабельність власного капіталу стала нижчою, ніж у окремих комерційних банках – 8 проти 10 %. Проте й за цих негативних проявах, фінансовий стан кооперативних банків є не гіршим за загальну ситуацію у банківському секторі Європи. Компетентні аналітики свідчать про те, що при незначних фінансових втратах вони не втратили своєї соціальної спрямованості. Як і багато років тому, кооперативні банки поєднують ефективне управління ризиками працівниками банків з демократичними принципами управління з боку членів-власників („дух активної демократії")

При цьому слід зазначити, що кооперативні банки виявились найбільш підготовленими до випробувань кризою. Ще до її перших проявів Міжнародний валютний фонд провів глибоке дослідження і опублікував аналітичний огляд під назвою "Кооперативні банки і фінансова стабільність" ("Cooperative Banksand Financial Stability", 2007 р.). У ньому було здійснено порівняльний аналіз 11090 приватних комерційних, 3072 (73,1 % від загальноєвропейської кількості) кооперативних і 2415 ощадних банків країн Європи, у результаті чого встановлено суттєві переваги кредитно-кооперативного фінансового сектора провідних західноєвропейських держав.

Головні з визначених переваг полягають у тому, що:

- кооперативні банки у своїй діяльності дотримуються менш ризикової стратегії у здійснені їх фінансової діяльності, ніж невеликі комерційні банківські фінансові установи;
- характерною є більша стабільність кооперативних банків у порівнянні з комерційними через високий рівень капіталізації і стійкості ресурсної бази;
- значне поширення кооперативних банків сприяє звільненню банківської системи від неефективних комерційних банків;
- розгалуженість системи дозволяє оптимізувати фінансові потоки, ефективно розподілити ризики, скоротити витрати, оптимізувати спектр банківських операцій, максимально захисти кооперативну інфраструктуру від небажаних впливів зовнішнього середовища;
- стійка система рефінансування (завдяки автономності);
- захищеність системи кооперативних банків від ефекту „доміно", завдяки сконцентрованій інформації про реальний фінансовий стан місцевих кооперативних банків;
- наявність внутрішньосистемних гарантійних фондів, кошти яких забезпечують фінансове оздоровлення кооперативів;
- внутрішня консолідація, характерна для кооперативної системи;
- дотримання фундаментальних кооперативних принципів [2].

Висновки. На основі вищезазначеного можна зробити висновок про те, що, незважаючи на загальноєвропейську тенденцію до "комерціалізації" кооперативні банки Європи у своїй діяльності продовжують керуватися базовими принципи "батьків" кредитної кооперації – Г. Шульце-Деліча і В. Райффайзена, що зберігає їх соціальну місію. При цьому вони є досить ефективними фінансовими установами і демонструють фінансову стійкість в умовах світової фінансово-економічної кризи. Враховуючи названі обставини, їх досвід можна враховувати при формуванні вітчизняної моделі регіонального кооперативного банку. Передусім, на нашу думку, можна використати елементи організації В. Райффайзена.

Очевидно те, що створення кооперативних банків в Україні не можливе без фінансової підтримки держави. Приміром, формування статутного капіталу може мати таку пропорцію, за якої 70 % становлять державні кошти (надані у вигляді цільової позики під солідарну відповідальність членів) і 30 % вклади членів регіонального кооперативного банку. Для забезпечення фінансової стабільності можна використати італійський довід щодо формування високого рівня їхньої капіталізації за рахунок відраховування щонайменше 70 % із щорічного чистого доходу до резервного капіталу. Крім цього, цілком логічно певний процент відраховувати до „Фонду розвитку кооперативних банків".

Проте, як зазначалося вище, в українській практиці можна використовувати лише окремі елементи організації і діяльності Європейських кооперативних банків. Слід враховувати той факт, що упродовж тривалого часу, через специфіку фінансової системи Європи та досить

високий рівень життя населення, такі банки пішли шляхом відхилення від класичних кооперативних принципів у бік "комерціалізації". А Україні, у разі створення кооперативних банків, з огляду на складність економічної ситуації, доцільно орієнтуватися на класичні кооперативні принципи, щоб у повній мірі використати всі переварі цієї форми кредитного кооперативу, передусім статусу неприбутковості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бубнов Л. И. Кредитные кооперативы способны устоять перед финансовыми цунами: [Електронний ресурс] / И. Л. Бубнов. – Режим доступу : http://www.orema.ru/766.
2. Гончаренко В. В. Кредитна кооперація. Форми економічної самодопомоги сільського і міського населення у світі та в Україні (теорія, методологія, практика) / В. В. Гончаренко. – К. : Глобус, 1998. – 330 с.
3. Лузан Ю. Я. Кооперативні банки – важливий фактор зростання аграрної економіки / Ю. Я. Лузан // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 95–97.
4. Лю Це Я. Державне регулювання розвитку кредитної кооперації в умовах ринкової економіки (на прикладі КНР) : дис. … ступ. канд. екон. наук : спец. 08.00.03 / Лю Це Я. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. – 223 с.
5. Пантелеймоненко А. О. Аграрна кооперація в Україні: теорія і практика : монографія / А. О. Пантелеймоненко. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2008. – 347 с.
6. European co-operative banks in financial and economic turmoil Contribution of the EACB to the Expert Group Meeting on «Co-operatives in a world in crisis» and the International Year of Co-operatives United Nations. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.un.org/esa/-socdev/egms/docs/2009/cooperatives/eacb.pdf
7. Gutiérrez E.The Reform of Italian Cooperative Banks: Discussion of Proposals / E. Gutiérrez. – Washington : International Monetary Fund, 2008. – 18 p.
8. Tarantola A. M. Cooperative Banks and Competition: Local Vocation and Governance Issues / A. M. Tarantola. – Taormina : Bank of Italy, 2009. – 17 p.

УДК 336.71

Чікіта І. Б., к.е.н., в.о. доц. кафедри банківської справи,
Львівська комерційна академія

КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ БАНКІВСЬКОГО БІЗНЕСУ В ЄВРОПІ – ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Попередні зауваження. Європейські кооперативні банки є сильними гравцями в роздрібному банківському секторі в Європі, які займають у середньому понад 20% ринку. Кооперативна модель банківництва поширена у 27 європейських державах, і включає 4200 банків, приблизно 65000 філій, які об'єднують понад 60 млн чол. учасників та обслуговують за різними оцінками до 180 млн клієнтів, переважно домогосподарства, громади, підприємства малого і середнього бізнесу. В системі кооперативних банків задіяні понад 750 000 працівників [1,2]. За даними журналу "Економіст", кожен 5-й європеєць є клієнтом кооперативного банку [3]. Цікавість аналітиків, політиків і дослідників до кооперативної банківської моделі значно зросла за останні три роки, передусім через те, що в умовах глобальної фінансово-економічної кризи вони виявилися стійкішими, ніж засновані на акціонерній власності, та, хоч і повільно, але продовжували нарощувати капітал і збільшувати свою частку ринку.

Стійкість кооперативних банків. За інформацією рейтингового агентства Standard & Poor's (S&P), з моменту заснування цієї організації понад 75 років тому жоден кооперативний банк не був оголошений банкрутом [3].

О. О. Митченок зазначає, що німецька система кооперативних банків практично без болісно пережила фінансову кризу 2008- 2009 рр. Більше того, маючи надлишкову ліквідність, німецька система кооперативних банків частково виступала стабілізатором усієї банківської системи Німеччини, спрямовуючи надлишок своїх коштів для збалансування всього ринку [4, с. 6].

Дослідження, здійснені у 2009 р. Бундесбанком Німеччини щодо взаємозв'язку з фінансовою стійкістю і формою власності, показали, що у кооперативних банків ризик банкрутства менший, ніж у банків з акціонерною формою власності. Це підтверджує більш ранні висновки експертів МВФ (2007 р.), що кооперативні банки є стабільнішими, ніж акціонерні. Одна з причин цього явища за версією журналу "Економіст" полягає саме у формі власності та структурі управління кооперативних банків.

Результати діяльності кооперативних банків. Аналіз результатів діяльності кооперативних банків Європи показав, що з 27 їх груп лише два – литовське та датське об'єднання кредитних кооперативів, мають негативний фінансовий результат протягом 2009-2010 рр., тоді як серед українських банків збитковими були понад 35% банківських установ, як правило 1-3 груп за рівнем капіталу. Звичайно, в умовах кризи основні фінансові показники європейських кооперативних банків знизились, що є закономірним явищем, однак вони не виходили за критичні межі і поступово покращувались. Так найбільша у Європі французька група Crédit Agricole, активи якої перевищують 1784000 млн євро, наростила свою капіталізацію з 8,4% у 2008 р. до 10,3% у 2010 р. За світовою практикою, недокапіталізованими є ті фінансові установи, в яких показник частки капіталу 1-го рівня в активах, зважених за рівнем ризику, є меншим за 6% [5]. Серед 27 кооперативних банків та їх об'єднань у Європі немає жодного недокапіталізованого. З 2008 по 2010 р. рівень капіталізації усіх банків збільшився та знаходиться у діапазоні 7,8% (Österreichische Raiffeisenbanken) і 36,4% (Romania Creditcoop). Обсяг активів європейських кооперативних кредитних об'єднань зріс за цей же період з 5581,5 до 5647,4 млрд євро, величина кредитного портфеля – з 3043,2 до 3304,8 млрд євро, а обсяг залучених депозитів – з 2736,5 до 3107,9 млрд євро [6]. Порівняно невисокі значення показників ROA та ROE зумовлені передусім тим фактом, що кооперативні банки не прагнуть до отримання надприбутків, а працюють як організації фінансової взаємодопомоги.

Фактори стабільності кооперативних банків. Серед факторів, які, на наш погляд, сприяють стабільності кооперативних банків, є модель кооперативної організації банківського бізнесу. Серед елементів такої моделі слід назвати:

1. Клієнтами кооперативних банків є передусім їх власники – пайовики. В цьому аспекті простежується аналогія з кредо вітчизняних кооперативних організацій – "Свій до свого по своє". Відносини з пайовиками і клієнтами базуються на багатолітній стабільності та надійності, яка зумовлена також іншими аспектами організації кооперативної моделі банківського бізнесу. У підсумку, така система забезпечує акумуляцію значного масиву внесків дрібних інвесторів та постійність клієнтської бази (частка кооперативних банків на ринку депозитів за результатами 2010 р: Німеччина – 36,5%, Фінлядія 32%, Нідерланди – 40% [6]).
2. Кооперативні банки спеціалізуються, передусім, на кредитуванні малого і середнього бізнесу своїх пайовиків та їх споживчих потреб, тоді як великі кредити акумулюють більші ризики, що особливо відчутно в умовах фінансової нестабільності. Також кредитні кооперативи як організації фінансової взаємодопомоги не націлені на отримання надприбутків і уникають ризикових стратегій. Це дозволило уникнути найбільшого негативного наслідку фінансової кризи 2008-2009 рр. – незадовільної якості активів.
3. Структура управління кооперативних банків підпорядковується системній ієрархічній координації в мережі на чолі з центральною інституцією, переважно у формі центрального кооперативного банку чи національної асоціації кооперативних банків та спілок. Саме цей фактор є ключовим в організації кооперативного банківництва та головною відмінністю кооперативних банків від кредитних спілок. Завдяки координації та субординації відносин між організаціями в кооперативних банківських мережах, у цьому сегменті не спостері-

гається ефекту “доміно”, тобто ланцюгової реакції банкрутств організацій, яка викликана неплатоспроможністю одного з учасників операцій. У системі кооперативного кредиту первинні ланки взаємодіють за допомогою кооперативів другого рівня. Через них проходить значний обсяг фінансових потоків і вони мають достатньо інформації для визначення фактичного фінансового стану кожного контрагента й, відповідно, для прийняття превентивних заходів [7]. Разом з тим, центральна інституція діє як “центральний банк” для кооперативної системи та має певну автономію у рефінансуванні. Вона регулює ліквідність банків системи, перерозподіляючи надлишкові кошти між ними та розміщує їх на фінансових ринках.

4. Важливим аспектом побудови системи управління кооперативних банків є принцип „одна особа – один голос”, що забезпечує паритетну участь усіх пайовиків в управлінні банком не залежно від їх статусу та унеможливлює фінансові махінації, рейдерські напади тощо.

Окремі з цих висновків доведені емпірично (з допомогою моделей) на основі вибірки зі 11090 приватних комерційних банків, 3072 кредитних кооперативів, 2415 ощадбанків [7]. Однак не всі з аспектів піддаються кількісній формалізації, формуючи, разом з тим, унікальність кооперативної банківської моделі.

Висновки. В Україні можливість створення кооперативних банків передбачена законодавством, однак жодний такий банк не було зареєстровано. Поряд з тим результати дослідження свідчать, що кооперативна модель банківництва, поширена в Європі, має високу довіру серед населення, є стабільною і стійкою до фінансових потрясінь, сприяє розвитку малого і середнього бізнесу. Усе це необхідно для розвитку вітчизняної економіки загалом. Така модель організації банківського бізнесу доцільна для впровадження в Україні на засадах державного сприяння, що може бути предметом подальших досліджень.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. European co-operative banks in financial and economic turmoil. Contribution of the EACB to the Expert Group Meeting on “Co-operatives in a world in crisis” and the International Year of Co-operatives United Nations, New York, 28-30 April 2009: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eurocoopbanks.coop/?nav=2
2. EACB 2010 Research Paper: European co-operative banks in financial and economic turmoil: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eurocoopbanks.coop/?nav=2
3. Mutual respect. Taking stock of Europe’s islands of socialist banking // The Economist. - Jan 21st 2010. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.economist.com/node/15331269
4. Митченок О. О. Становлення та сучасний стан розвитку системи кредитної кооперації в ЄС / О. О. Митченок: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc gum/Pav/2011_20/20-05.pdf.
5. Investopedia. Definition of 'Tier 1 Capital Ratio': [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.investopedia.com/terms/t/tier-1-capital-ratio.asp#axzz1pUagrXv4.
6. KEY STATISTICS (Financial Indicators) as on 31.12.08 - 31.12. 10.: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.eurocoopbanks.coop/?id=359
7. Бубнов И. Л. Кредитные кооперативы способны устоять перед финансовым цунами / И. Л. Бубнов. Лига кредитных союзов: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://-www.orema.ru/766.

УДК 336.71

Бучко І. Є., к.е.н., ст. викл. кафедри банківської справи,
Львівська комерційна академія

СВІТОВИЙ ДОСВІД ФУНКЦІОНУВАННЯ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ

Попередні зауваження. Світовий досвід переконливо свідчить про те, що кооперативний рух в умовах економічної кризи має особливе значення. Саме у кризовий період зростає роль усіх видів кооперації, що обумовлює актуальність досліджень, пов'язаних із вивченням світового досвіду функціонування європейських кооперативних банківських систем, який може використовуватись у сучасній банківській системі України.

Незважаючи на значну актуальність вивчення особливостей функціонування кооперативних банків та їхніх систем, даній проблематиці українські науковці присвятили незначну кількість праць. Окремі аспекти цієї теми уже розкриті у працях В. Гончаренка, Ю. Лузана, Лю Це Я та ін. [2, 3, 4]. Проте, досвід функціонування кооперативних банків, з огляду на їх особливу актуальність, потребує подальшого й усебічного дослідження.

Метою даної публікації є вивчення світового досвіду функціонування кооперативних банків, їх особливостей та розвитку в період фінансово-економічної кризи, а також обґрунтування доцільності поширення кооперативних банків в Україні.

Моделі кооперативних банків. Кооперативні банки є одними із різновидів кредитних кооперативів, які функціонують у різних країнах світу. Батьківщиною кредитної кооперації є Німеччина, де усередині XIX ст. паралельно почали діяти дві моделі – товариства Германа Шульце-Деліча і Фрідріха Вільгельма Райффайзена. Їх поява стала початком формування системи кооперативних банків. Прогресивна ідея фінансової взаємодопомоги населення досить швидко набула популярності у більшості країн Європи, передусім Австрії, Англії, Італії, Російській імперії, Франції [1, с. 1].

Функціонування кооперативних банків. Сьогодні кооперативні банки займають провідне місце в європейській системі банківського ринку. На початку 2009 р. у країнах Європи функціонувало 4200 місцевих кооперативних банків, із близько 60 тис відділень. Вони охоплювали, в середньому, близько 20% європейського фінансового сектора. Їхніми послугами користувалися 45 млн членів та 159 млн клієнтів [4]. Система кооперативних банків Австрії представлена народними банками (широковідома модель Г. Шульце-Деліча) і райффайзенбанками (модель започаткована Ф. В. Райффайзеном). Нині кожен другий австрієць користується послугами кооперативних банків, які займають близько 25% фінансового ринку [8].

За останні десять років у результаті швидкого розвитку інформаційних і банківських технологій, а також суттєвих змін у попиті на фінансові послуги у кооперативному банківському секторі Італії відбулися суттєві зміни. Вихід на зарубіжні фінансові ринки приніс кооперативним банкам стрімке зростання. Частка цієї кооперативної банківської групи на фінансовому ринку за останні десять років збільшилася з 16,8 до 21,1 %. Зараз вона охопила 27,3 % населення країни. Кооперативні банки Італії (Banche popolari та Banche di credito cooperativo) на початок 2009 р. мали вже 13422 місцевих відділень [7, с. 2–3].

Стійкість кооперативних банків під час кризи. Варто зауважити, що кооперативні банки виявились найбільш підготовленими до випробувань кризою: ще до її перших проявів Міжнародний валютний фонд провів глибоке дослідження й опублікував огляд під назвою "Кооперативні банки і фінансова стабільність" ("CooperativeBanks and Financial Stability", 2007 р.). У ньому було здійснено порівняльний аналіз 63 місцевих (регіональних) народних банків (Volksbanken) із 545 представництвами (525 тис. членів)* Österreiche Volksbanken AG (ÖVAG) (фінансове об'єднання Австрії) ÖGV–Dersterreichischer Genossenschaftsverband (австрійська кооперативна Шульце-Делічівська спілка-представницьке об'єднання). Переваги полягають у наступному: кооперативні банки у своїй діяльності дотримуються менш ризикової стратегії у здійсненні їх фінансової діяльності, ніж невеликі комерційні банківські фінансові установи; характерною є більша стабільність кооперативних банків, у порівнянні з

комерційними, через високий рівень капіталізації й стійкості ресурсної бази; значне поширення кооперативних банків сприяє звільненню банківської системи від неефективних комерційних банків. При цьому слід зауважити, що визначені вище чинники базуються лише на застосуванні економіко-математичних методів. Тому, окремі параметри через неможливість піддати їх формалізації не були враховано, а сааме: розгалуженість системи, що дозволяє оптимізувати фінансові потоки, ефективно розподілити ризики, скоротити витрати, оптимізувати кооперативну інфраструктуру від небажаних впливів зовнішнього середовища; стійка система рефінансування (завдяки автономності); захищеність системи кооперативних банків від ефекту "доміно", завдяки сконцентрованій на другому рівні інформації про реальний фінансовий стан місцевих кооперативних банків; наявність внутрішньосистемних гарантійних фондів, кошти яких забезпечують фінансове оздоровлення кооперативів; внутрішня консолідація, характерна для кооперативної системи; дотримання фундаментальних кооперативних принципів [1].

Проте, в умовах світової фінансово-економічної кризи й зарубіжні кооперативні банки мають певні фінансові та організаційні труднощі. Оцінюючи результати 2008 р., голова спостережної ради акціонерного товариства австрійських "народних" банків доктор Вальтер Цанданелль у своєму звіті дипломатично зазначив: "Розвиток акціонерного товариства австрійських народних банків у 2008 році був обумовлений турбулентністю на фінансовому ринку…" [8].

Висновки. Таким чином, дослідження світового досвіду, передусім австрійських та італійських кооперативних банків, переконливо свідчить про те, що в умовах світової фінансово-економічної кризи винятково позитивну роль відіграють кооперативні банки. Система кооперативних банків сприяє налагодженню надійної системи фінансування дрібного підприємництва, зокрема у аграрному секторі. Проте, зазначена організаційно-правова форма банків на даний час відсутня у кредитно-кооперативній системі України і потребує вивчення.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бубнов Л. И. Кредитные кооперативы способны устоять перед финансовыми цунами: [Електронний ресурс] / И. Л. Бубнов. – Режим доступу : http://www.orema.ru/766.
2. Гончаренко В. В. Кредитна кооперація. Форми економічної самодопомоги сільського і міського населення у світі та в Україні (теорія, методологія, практика) / В. В. Гончаренко. – К. : Глобус, 1998. – 330 с.
3. Лузан Ю. Я. Кооперативні банки – важливий фактор зростання аграрної економіки / Ю. Я. Лузан // Економіка АПК. – 2004. – № 3. – С. 95–97.
4. Лю Це Я. Державне регулювання розвитку кредитної кооперації в умовах ринкової економіки (на прикладі КНР) : дис. ступ. канд. екон. наук : спец. 08.00.03 / Це Я Лю. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2010. – 223 с.
5. European co-operative banks in financial and economic turmoil Contribution of the EACB to the Expert Group Meeting on «Co-operatives in a world in crisis» and the International Year of Co-operatives United Nations: [Електронний ресурс]. – Режимдоступу: http://www.un.org /esa/socdev/egms/docs/eacb.pdf
6. Gutiérrez E.The Reform of Italian Cooperative Banks: Discussion of Proposals / E. Gutiérrez. – Washington : International Monetary Fund, 2008. – 18 p.
7. Tarantola A. M. Cooperative Banks and Competition: Local Vocation and Governance Issues / A. M. Tarantola. – Taormina : Bank of Italy, 2009. – 17 p.
8. Raiffeisen Bankengruppe: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http: //www.raiffeisen-verband.at/gruppe.php?id=2.

УДК: 336.71

Вареник В. А., асист. кафедри банківської справи,
Львівська комерційна академія

МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ КАПІТАЛУ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ

Попередні зауваження. Актуальна проблема кредитування малих та середніх підприємств в умовах виходу з фінансової кризи набула ще більшої гостроти через майже повне призупинення кредитування комерційними банками і значне скорочення обсягів кредитних послуг з боку небанківських фінансово-кредитних установ. Це, у свою чергу, унеможливлює успішний розвиток малого та середнього бізнесу, зосередженого в руках дрібних підприємців та одноосібних сільськогосподарських товаровиробників. Названа обставина стимулює вітчизняних учених і практиків до пошуку виходу з такої складної економічної ситуації. Окремі з них цілком справедливо вбачають можливий вихід у створенні вітчизняних кооперативних банків. Саме ця форма кредитно-кооперативних організацій характерна для багатьох країн світу, передусім Західної Європи, у складних умовах виходу з глобальної кризи демонструє свою стабільність і фінансову стійкість

Значний внесок у вирішення проблеми формування кооперативного сектора України приділяється достатньо уваги в роботах вчених: П. І. Гайдуцького, В. І. Грушка, М. Я. Дем'яненка, В. Я. Амбросова, М. Й. Маліка, В. Я. Месель-Веселяка, С. С. Осадця, П. Т. Савлука, Л. В. Романової, В. М. Алексійчука, К. І. Якуби, О. М. Шпичака, С. І. Юрій, В. В. Зіновчука, М. Ф. Кропивка та інших. Завдяки роботам цих вчених сформульовано підґрунтя для подальших наукових досліджень. Проте відсутні фундаментальні наукові дослідження з питань механізму формування капіталу кооперативних банків на етапі створення, які б враховували певні перспективи розвитку.

Правові засади формування капіталу кооперативних банків. Кооперативний банк – це банк, створений суб'єктами господарювання, а також іншими особами за принципом територіальності на засадах добровільного членства та об'єднання пайових внесків для спільної грошово-кредитної діяльності. Кооперативні банки створюються за принципом територіальності та поділяються на місцеві та центральний кооперативні банки. Мінімальна кількість учасників місцевого (у межах області) кооперативного банку має бути не менше 50 осіб. Учасниками центрального кооперативного банку є місцеві кооперативні банки. Прибутки або збитки кооперативного банку за результатами фінансового року розподіляються між учасниками пропорційно розміру їх паю [1].

Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 07.06.2006 р. №321-р схвалено Концепцію розвитку системи кредитної кооперації. Ця Концепція визначає стратегічні напрями державної політики у сфері кооперативного кредитування, що розвивається на ринкових засадах з мінімально можливим втручанням держави, та принципи функціонування системи кредитної кооперації з урахуванням позитивного міжнародного досвіду формування капіталу банку [2].

У зазначеній Концепції звертається увага, що хоча законодавством і передбачена можливість створення кооперативних банків, проте жодного такого банку не створено.

Згідно із Законом України "Про банки і банківську діяльність" від 7 грудня 2000 р. № 2121-III капітал кооперативного банку формується за рахунок статутного (пайового), резервного та додаткового капіталів, а також залишку нерозподіленого прибутку.

Так, капітал кооперативного банку не може бути меншим ніж 10% від суми її загальних зобов'язань. Контроль за дотриманням цього нормативу здійснюється щоденно на початок робочого дня.

Статутний (пайовий) капітал кооперативного банку формується за рахунок обов'язкових та додаткових пайових внесків членів кооперативного банку. Статутний фонд кооперативного банку поділяється на паї, та не може бути меншим 120 млн грн. Кожний учасник

кооперативного банку незалежно від його участі (паю) у статутному фонді банку має право одного голосу.

Резервний капітал призначений для відшкодування можливих збитків кооперативного банку, які не можуть бути покриті за рахунок надходжень поточного року, забезпечення платоспроможності кооперативного банку та захисту заощаджень її пайовиків.

Джерела формування капіталу кооперативних банків. Джерелами формування резервного капіталу кооперативного банку є:

1) вступні внески пайовиків кооперативного банку;

2) частина доходу кооперативного банку;

3) інші джерела, перелік яких визначено статутом банку.

Резервний капітал кооперативного банку формується до моменту досягнення ним не менше 25% розміру пайового капіталу.

Додатковий капітал кооперативного банку формується за рахунок цільових внесків пайовиків банку, обов'язкових цільових внесків у додатковий капітал, благодійних внесків фізичних та юридичних осіб та безоплатно отриманого майна і необоротних засобів. У разі ліквідації кооперативного банку залишок додаткового капіталу та коштів резервного фонду зараховується до Державного бюджету України.

Нерозподілений дохід (збиток) кооперативного банку — узагальню-вальний показник, який характеризує фінансовий результат діяльності кооперативного банку за звітний період. Прибутки або збитки кооперативного банку за результатами фінансового року розподіляються між учасниками пропорційно розміру їх паю.

Висновки. Таким чином, зазначимо, що на законодавчому рівні України не визначено специфіку формування капіталу кооперативних банків. Зокрема, не визначено відмінність місцевих кооперативних банків від звичайних обласних комерційних банків (за винятком розміру статутного капіталу і кількості учасників). Потребує законодавчого врегулювання й питання щодо джерел формування капіталу кооперативними банками та управління ним.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про банки і банківську діяльність : від 07.12.2000р. № 2121-III // Законодавчі і нормативні акти з банківської діяльності. – 2002. –№ 7: [Електронний ресурс]. – Режим доступу.: www.rada.gov.ua.
2. Україна. Кабінету Міністрів. Розпорядження від 07.06.2006 р. № 321-р про Концепцію розвитку системи кредитної кооперації // Офіційний вісник України. – 2006. – № 23. – С. 164.
3. Пантелеймоненко А. О. Аграрна кооперація в Україні: теорія і практика : монографія / А. О. Пантелеймоненко. – Полтава : РВЦ ПУСКУ, 2008. – 347 с.

СЕКЦІЯ „ІНФОРМАЦІЙНО-АНАЛІТИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ МЕНЕДЖМЕНТУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ”

УДК 334.735 (477): 316.422

Хміль Ф. І., д. е. н., проф.,
Львівська комерційна академія

ПЕРСПЕКТИВИ ТРАНСФОРМАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ У СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Вступ. Кооперація є важливою ланкою суспільно-економічного устрою, випробуваною багаторічним досвідом формою організованої дії на користь перетворень, які відбувалися в суспільно-економічній структурі багатьох країн світу.

Діяльність кооперативів має важливе значення для національної економіки, особливо у сфері обслуговування виробничих потреб сільського населення, товарообороту, дрібнотоварного виробництва, послуг для міського і сільського населення, житлового будівництва тощо.

Фактично, більшість із цих напрямів господарської діяльності історично розвивалися у споживчій кооперації. Завдання полягає в економіко-управлінській оцінці галузей діяльності кожного кооперативу, оптимізації структури цієї діяльності як в економічному, так і в соціально-територіальному аспектах.

В Україні є політичні, економічні та соціальні чинники і передумови розвитку кооперативного руху взагалі і споживчої кооперації, зокрема.

Політичні передумови. Політичні платформи найбільш чисельних партій і рухів центристського та правоцентристського спрямування не мають принципових відмінностей і містять державотворчу ідею, економічною основою якої є створення багатоукладної економіки. Тому, на наш погляд, вже в найближчий час слід очікувати формування чіткого бачення соціально-економічних напрямів розвитку суспільного устрою в нашій державі, у тому числі щодо укладності економіки і ролі в ній кооперативного сектору. Одним із ініціаторів цього може виступити і найпотужніша на даний час кооперативна система – споживча кооперація України.

Економічні чинники. У сільській місцевості традиційно основну частку торговельно-заготівельних послуг населенню надає система споживчої кооперації. Розвиток споживчої кооперації у нових умовах вимагає не простого збереження сільських споживчих товариств, а системної трансформації їх на засадах світового кооперативного руху і з урахуванням сьогоднішніх ринкових реалій України.

Соціальні передумови. Особливістю соціального розвитку населення України як у дореволюційні часи, так і у складі СРСР була сильна залежність кожного окремого індивідуума від інших, особливо у сільській місцевості.

Необхідно використати сформовану систему цінностей, особливості національного характеру українців, зокрема, почуття належності до певної соціальної спільноти. Переважна більшість цих цінностей відповідає системі принципів і цінностей, сформованих міжнародним кооперативним рухом.

Трансформаційні процеси в системі споживчої кооперації України повинні здійснюватися на основі наукового, правового, методичного та організаційного забезпечення цього процесу.

Наукове забезпечення полягає у проведенні відповідних економічних і соціальних досліджень та в узагальненні світового кооперативного досвіду і науковому обґрунтуванні концепції та напрямів розвитку споживчої кооперації.

Правове забезпечення вимагає удосконалення законодавчої бази розвитку кооперативного сектору економіки України, в тому числі споживчої кооперації.

Методичне забезпечення полягає у розробці системи підзаконних актів та інших нормативно-правових положень внутрішнього характеру, які б скеровували і закріплювали інноваційні зміни у функціонування організацій споживчої кооперації .

Організаційне забезпечення вимагає перегляду організаційно-структурної побудови системи споживчої кооперації, принципових засад її функціонування, структури органів управління та їх функцій, впровадження сучасного менеджменту та відповідного інструментарію управління соціальною і господарською діяльністю кооперативів та їх спілок.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про споживчу кооперацію: від 10 квітня 1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 30.
2. Україна. Закон. Про кооперацію від 10 липня 2003 р. // Голос України. – 2003 р. – 28 серпня – № 160.
3. Україна. Закон. Про кооперацію // Постанова Верховної Ради України від 10.07.2003 р. № 1087-IV.
4. Україна. Закон. Про кооперацію // Постанова Верховної Ради України від 10.04.1992 р. № 2266-XII.

УДК 005:004.4

Хміль Ф. І., д.е.н., проф., зав. кафедри менеджменту,
Львівська комерційна академія,
Плеша М. І., к.ф.-м.н, доц. кафедри програмних засобів інформатики,
Львівська комерційна академія

ОГЛЯД ІНФОРМАЦІЙНО-ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПРАЦІ МЕНЕДЖЕРА

В практиці функціонування вітчизняних виробничо-господарських організацій (підприємств) комп'ютер став невід'ємним атрибутом професійної діяльності менеджера (і не лише менеджера). Комп'ютери з програмним забезпеченням, комп'ютерні мережі, вихід в Інтернет — невід'ємна ознака сучасного підприємства чи офісу. У той же час ставити крапку в ефективному використанні комп'ютерів та програмного забезпечення занадто рано. У той час, коли у світі розробка та впровадження програмного забезпечення підтримки професійної діяльності переживають нові етапи розвитку, у нас здебільшого використання комп'ютерно-програмного забезпечення обмежено достатньо вузьким колом задач: набір (редагування, роздрук) документів (графіків, презентацій), у Microsoft Word (Microsoft Excel, Microsoft PowerPoint), пошук в Інтернеті, комунікація з використанням Інтернету, ведення обліку у системі 1С Підприємство. Розважальні аспекти використання (перегляд фільмів, прослуховування музики, участь в соціальних мережах, ігри, тощо) до уваги не беруться. Таке використання комп'ютерів важко назвати ефективним. Побутує термін „коштовна друкарка", яким часто наділяють комп'ютер і який яскраво описує основні межі його використання. Такий стан речей часто обумовлений необізнаністю з сучасними розробками та концепціями використання програмного забезпечення. Деякі прояви зрушень в останні роки мають місце, але в основному пов'язані з процесами закупівлі технологій — разом з обладнанням та технологіями закуповуються програми необхідної підтримки різних видів діяльності. До того ж, темпи розвитку надто низькі.

Описана проблема актуальна для значної частини підприємств, а для організацій та підприємств споживчої кооперації вона має особливу гостроту, оскільки поняття кооперація

передбачає тісний рівень взаємодії між учасниками кооперації, а отже, є необхідність в програмах, що забезпечують підтримку різних видів діяльності та взаємодії між учасниками.

У даній роботі ми досліджуємо наявне на ринку програмне забезпечення для підтримки діяльності менеджера. Досліджені програми ми виділили в наступні групи, залежно від видів менеджерської діяльності:

- маркетинговий менеджмент;
- управління інноваційною діяльністю підприємства;
- управління фінансово-економічною підсистемою;
- управління комерційною функцією підприємства;
- організація особистої праці менеджера.

Проведено класифікацію програмного забезпечення у відповідності з термінологією APICS (American Production and Inventory Control Society, американське товариство управління виробництвом та розподілом ресурсів).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Дойль П. Менеджмент: стратегия и тактика / П. Дойль. — СПб : Питер, 2004. — 560 с.
2. Друкер П. Ф. Задачи менеджмента в XXI веке : уч. пос. / П. Ф. Друкер. — М.: Издательский дом “Вильямс”, 2000. — 272 с.
3. Сергеев В. И. Логистика: информационные системы и технологии : уч.-пр. пос. / В. И. Сергеев, М. Н. Григорьев, С. А. Уваров. — М. : Альфа-пресс, 2008. — 608 с.
4. Хміль Ф. І. Основи менеджменту : підруч. / Ф. І. Хміль. — К. : Академвидав, 2003. — 608 с.
5. Юринець В. Є. Автоматизовані інформаційні системи у фінансах : навч. посіб. / Юринець В. Є. — Л. : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2004. — 329 с.
6. Юринець В. Є. Інформаційні системи управління персоналом, діловодства і документообігу : навч. посіб. / В. Є. Юринець, Р. В. Юринець. —— Л. : Тріада плюс, 2008. — 628 с.

УДК:336.71; 330.43

Пілявський А. І., д.ф.-м.н., проф., зав. кафедри вищої математики,
Вовчак О. Д., д.е.н., проф., зав. кафедри банківської справи,
Маців Ю. І., асп.,
Львівська комерційна академія

АНАЛІЗ ВИТРАТНОЇ ЕФЕКТИВНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ БАНКІВ

Попередні зауваження. Аналіз сучасного стану розвитку економіки України потребує постійної увагидо банківської системи, проведення політики, спрямованої на створення сприятливих умовдля її стабільного та ефективногот функціонування. Дана робота присвячена аналізу витратної ефективностіукраїнських банків протягом 2008 року з використанням Аналізу Стохастичних Фронтів (SFA, Stochastic Frontier Analysis). Відзначимо, що SFA широко використовуєтьсядля оцінки ефективності діяльності банків Центрально-Східної Європи, зокрема Росії [1-3], Угорщини [4], Словенії [5]. Щодо України, то нам відома лише одна праця присвячена оцінці ефективності діялmності українських банків методои SFA [6].

Метод, модель, дані. Метод SFA був запропонований незалежно одна від одної в роботах [7,8]. У цьому підході для оцінки технічної ефективності застосовується економетричний аналіз для побудови *виробничої функції*, котра включає дві випадкові компоненти, одна з яких оцінює випадкові помилки, а інша пов’язана з неефективністю. Ефективність діяльності банку тоді буде залежати від вибору функціональної форми для апроксимації виробничого фронту та форми розподілу випадкових компонент.

SFA дозволяє також оцінити ефективність витрат (cost-efficiency), дещо модифікувавши модель, що використовується для оцінки технічної ефективності. Функцію витрат можна записати так:

$$\ln C = f(y, w, z, \beta) + u + v, \quad (1)$$

тут: C – витрати, y – виходи (об'єм випуску), w – ціни на входи (ресурси), z – так звані нетпути (фіксовані параметри), β – невідомі параметри, які треба оцінити, u – випадкова компонента, пов'язана з неефективністю, v – компонента випадкових помилок (random error term).

Тоді, якщо ми маємо *K* банків, ефективність *k-ого (k=1,...,K)* з них (Eff_k) визначається так:

$$Eff_k = e^{-\hat{u}_k}, \quad (2)$$

де $\hat{u}_k$ - це оцінка параметра u_k.

На жаль, не існує простого способу оцінки $\hat{u}_k$ параметра u_k. Це залежить як від розподілу u_k, так і від вибраного методу оцінки (детальніше див., напр., [9]).

Розподіл компоненти випадкових помилок вважають нормальним, тоді як розподіл компоненти, повязаної з неефективністю, може бути напівнормальним, урізаним нормальним, експоненціальним, гамма-розподілом, тощо. Найчастіше вибір ведеться між напівнормальним та урізаним нормальним розподілами.

У нашому дослідженні для оцінки витратної ефективності українських банків ми скористалися даними про діяльність українських банківза 2008 рік, що офіційно розміщені на сайті НБУ. При відборі даних для дослідження нами використано *посередницький підхід* до моделювання діяльності банку [10]. За цим *підходом* банки розглядаються як фінансові посередники між позичальниками і вкладниками. Банки "продукують" посередницькі послуги через залучення депозитів та інші зобовязання і розміщують їх у дохідні активи (кредити, цінні папери тощо). Виходами в нашій моделі є кредити і цінні папери та інші доходні активи. Ціни входів – це ціна праці, ціна позичених коштів та ціна фізичного капіталу. Як нетпут (фіксований вхід) ми використовуємо розмір банківського капіталу.

Результати та висновки. За результатами оцінки витратної ефективності, ми виявили, що ефективність українських банків коливається в межах від 0,5224 до 0,9869 із середнім значенням 0,8734. Перевіривши низку гіпотез ми встановили, що відмінності між витратною ефективністю банків за їх розміром, типом власника та локалізацією є статистично незначущими.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белоусова В. Ю. Эффективность издержек однородных российских коммерческих банков: обзор проблемы и новые результаты / В. Ю. Белоусова // Экономический журнал ВШЭ. – № 4. – С.489-519.
2. Styrin K. (2005). What Explains Differences in Efficiency Across Russian Banks? EERC. – P.1–29.
3. Peresetsky A. (2010). Bank cost efficiency in Kazakhstan and Russia. BOFIT Discussion Papers, 1/2010.
4. Hasan I. and Marton K. (2003). Development and efficiency of the banking sector in a transitional economy: Hungarian experience. Journal of Banking & Finance, 27. – P.2249–2271.
5. Stavárek D. and Šulganová J. (2009). Analýza efektívnosti slovenských bánk využitím Stochastic Frontier Approach. Ekonomická revue – Central European Review of Economic, Issues 12, 2009. – P. 17-24.
6. Mertens A. and Urga G. (2001). Efficiency, scale and scope economies in the Ukrainian banking sector in 1998. Emerging Markets Review, 2, 292-308.

7. Aigner, D., Lovell, C.A., Schmidt, P. Formulation and Estimation of Stochastic Frontier Production Models. Journal of Econometrics, 6, 21-37.
8. Meeusen W. and van Den Broeck J. Efficiency Estimation from Cobb-Douglas Production Functions with Composed Error. International Economic Review, 18(2), 435-444.
9. Kumbhakar S. C. and Lovell C. A. K. Stochastic Frontier analysis. – Cambridge University Press, Cambridge, 2000.
10. Sealey C. W. and Lindley J. T. (1977). Inputs, outputs and a theory of production and cost at depository financial institutions. Journal of Finance, 32, 1251–1266.

УДК 658.5:33+061

Мізюк Б. М., д.е.н., проф., зав. кафедри ІС у менеджменті,
Тучковська І. І., ас. кафедри ІС у менеджменті,
Львівська комерційна академія

ІНФОРМАЦІЙНА БАЗА ВИБОРУ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ КОНКУРЕНТНИХ СТРАТЕГІЙ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Попередні зауваження. Кожне торговельне підприємство (ТП) у процесі своєї діяльності стає учасником конкурентної боротьби за споживача, а можливість його виживання залежить від здатності ефективно використовувати свої конкурентні переваги. Існування ТП споживчої кооперації (СК) у ринковому середовищі неможливе без розвинутої інформаційної інфраструктури. Швидкозмінні вимоги ринку пов'язані з висуненням високих вимог до керівників ТП на всіх рівнях управління [5, с. 58]. Слід зауважити, що ефективність діяльності ТП СК тим вища, чим вища швидкість руху необхідної інформації від джерела виникнення до користувача. Інтегрування інформації, що відображають різноманітні виробничо-господарські та технологічні процеси виступає важливим елементом підвищення ефективності діяльності ТП СК. Однак без застосування нових інформаційних технологій та чітко сформованих конкурентних стратегій це здійснити практично не можливо. Саме комплексна автоматизована обробка інформації забезпечує об'єднання в єдиний комплекс всіх технічних засобів обробки інформації з використанням найновішої технології, методології і різноманітних процедур для її обробки.

Концепції інформації. В науковій літературі існує чимало різноманітних концепцій інформації. Сучасні розробки з теорії інформації належить таким відомим вченим, як С. Т. Биру [1, с. 15], Л. Бриллюэну [2, с. 23], И. Земану [3, с. 41], Д.А. Поспєлову [6, с. 36], К. Э. Шеннону [7. с. 53]. Використовувана інформація в управлінні діяльністю ТП СК відображається через показники та чинники, що з'являються із внутрішнього та зовнішнього середовища. Відсутність достовірної, повної та своєчасної інформації спричиняє важкі фінансово-економічні наслідки для ТП. У той же час наявність актуальної інформації дозволяє оперативно відстежувати стан зовнішнього середовища, оцінювати ситуацію та коригувати стратегію з урахуванням змін, що в результаті дозволяє підвищити результати діяльності ТП. Дослідження засвідчують, що у динамічному конкурентному середовищі традиційний підхід до управління не забезпечує бажаних результатів, тому потрібно орієнтуватися на більш динамічні концепції, оскільки умови діяльності ТП змінюються швидше, ніж сформовані стратегії реалізуються. Отже, виникає потреба у стратегіях, які б відрізнялися динамічністю та здатністю до адаптації. Для цього повинен проводитися чіткий розподіл відповідальності за виконання та коригування відповідно до зміни умов функціонування. При цьому, процеси узгодження та регулювання діяльності ТП СК повинні здійснюватися за умови обмеженого часу.

База даних кооперативних торговельних підприємств. Оскільки формування конкурентних стратегій є складним процесом, який залежить від наявності достовірної, повної та

своєчасної інформації, то важливою є розробка відповідної інформаційної бази (ІБ). Її основу становить база даних (БД) та технологія її ведення (рис. 1).

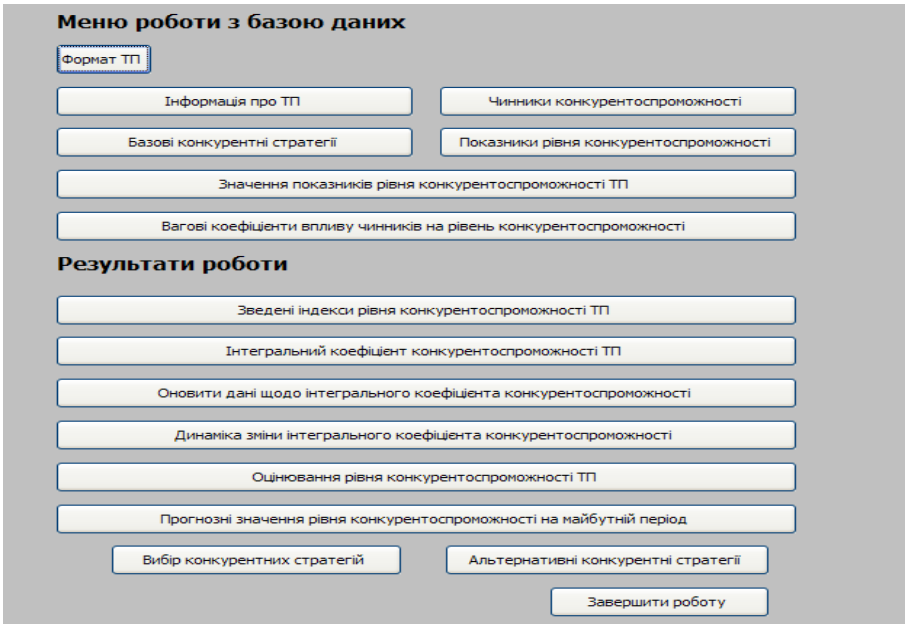

Рис. 1. Технологія роботи бази даних при виборі конкурентних стратегій ТП СК України

На нашу думку, БД повинна задовольняти наступним вимогам [4, с. 15–19]:

- структура БД повинна дозволити легко розділяти її на складові частини, які розміщуються в окремих вузлах мережі, забезпечувати простоту доступу до будь-якої підбази, захист від несанкціонованого доступу до тих чи інших даних і високу продуктивність у роботі з даними;
- структура БД має забезпечувати адекватність змісту зовнішньої (документальної) і внутрішньої (комп'ютерної) форми зберігання інформації про об'єкти чи процеси, з якими працює виконавець;
- структура БД і схема її розподілення у вузлах локальної обчислювальної мережі повинна забезпечувати можливість єдиного або одночасного процесу корегування декількох однакових БД, що зберігаються у різних вузлах, або ж зміну скорегованої БД одного вузла на всіх інших, пов'язаних з ним єдиною інформаційною мережею;
- структура БД має бути мінімальною за обсягом і одночасно зручною для архівування даних.

При формуванні інформаційної бази даних вирішуються питання про систему збереження та оновлення даних, а також обґрунтовується зв'язок даних, їх взаємна узгодженість, можливість проведення порівняння і зіставлення оцінок даних, що зберігаються в банках даних. Це дозволить ТП СК оперативно відслідковувати укомплектованість штатів, переміщення кадрів всередині системи споживчої кооперації (ССК), набір і звільнення працівників, заходи, спрямовані на підвищення їхньої кваліфікації. Дана БД характеризується здатністю інформаційної нарощуваності та захищеності від несанкціонованого доступу і потужністю програмних засобів. Усе це придатне для роботи з великими проектами у межах БД.

Структурно-процедурна схема функціонування БД вибору конкурентних стратегій ТП СК дозволить успішно оцінити рівень їх конкурентоспроможності і, відповідно, здійснити вибір альтернативних конкурентних стратегій (рис. 2).

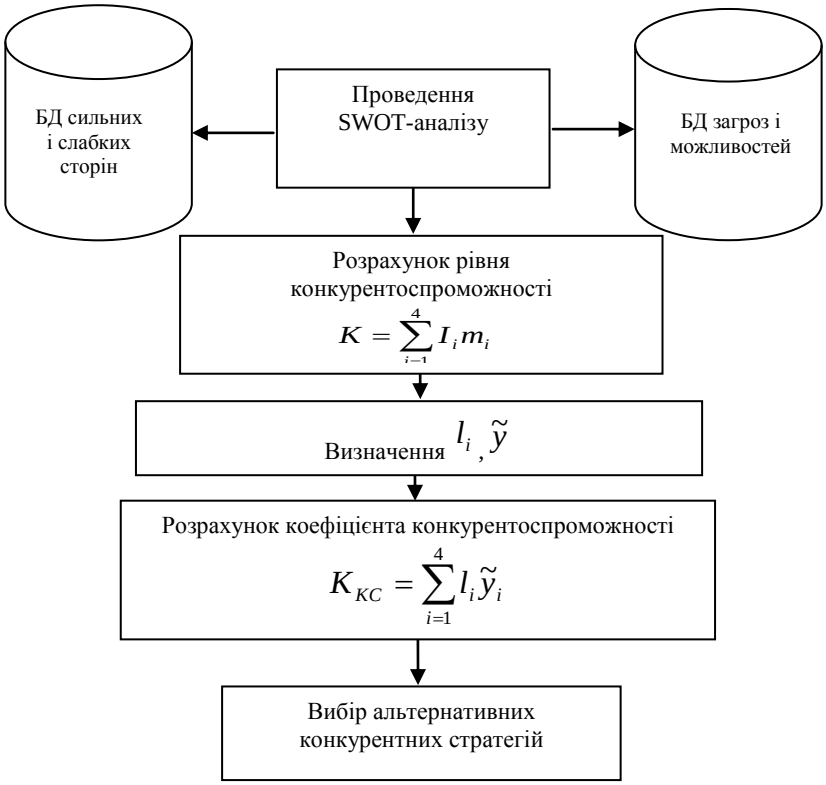

Рис. 2. Структурно-процедурна схема функціонування БД вибору конкурентних стратегій ТП СК України

Висновки для економічної політики. Створення такої БД сприятиме здійсненню кількісного аналізу стратегічних альтернатив. Це дозволить сформувати обґрунтовану конкурентну стратегію ТП СК та забезпечити її успішну реалізацію.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бир С. Т. Кибернетика и управление производством / С. Т. Бир. – М.: Физматг из, 1963. – 275.
2. Бриллюэн Л. Научная неопределённость и информация / Л. Бриллюэн.– М.: Мир, 1966. – 213 с.
3. Земан И. Познание и информация / И. Земан ; [пер. с чешск.] – М.: Прогресс, 1966.
4. Мізюк Б. М. Концептуальна роль інформації в конкурентоспроможності торговельних підприємств споживчої кооперації / Б. М. Мізюк, І. І. Масюк // Торгівля, комерція, підприємництво : збірник наукових праць / [редакц. кол.: Апопій В. В., Дайновський Ю. А., Скибінський С. В. та ін.]. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2010. – Вип. 11 – С. 15-19.
5. Мізюк Б. М. Системне управління : монографія / М. Б. Мізюк. – Львів : Видавництво Львівської комерційної академії, 2004. – 388 с.
6. Поспєлов Д. А. Мышление и автомат / Д. А. Поспєлов, В. Пушкин. – М.: Сов. радио, 1972. – 311 с.
7. Шеннон К. Э. Работы по теории информации и кибернетике: Сб. статей. / К. Э. Шеннон – М.: Изд-во иностр. л-ры, 1963. – 829 с.

УДК 330.73:330.4

Єлейко В. І., д.е.н., проф., зав. кафедри економетрії та статистики,
Боднар Р. Д., к.ф.-м.н., доц. кафедри економетрії та статистики,
Демчишин М. Я., к.е.н., доц. кафедри економетрії та статистики,
Львівська комерційна академія

ЕКОНОМЕТРИЧНИЙ АНАЛІЗ ЯК ЗАСІБ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЕФЕКТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ УКРАЇНИ

Попередні зауваження. В умовах ринкової економіки зростає роль кооперації, зокрема споживчої. Споживча кооперація, хай і понівечена як радянською командно-адміністративною системою, так і економічними кризами в незалежній Україні, в основному зберегла матеріально-технічну базу та кваліфіковані кадри. В сучасних умовах ринкових перетворень важливим є підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій споживчої кооперації України, що знаходить своє відображення у пошуку відповідних важелів.

Підвищенню ефективності діяльності в системі споживчої кооперації приділяється певна увага, про що свідчать розроблені Стратегія розвитку споживчої кооперації України на 2004-2015 роки [1] та заходи, затверджені постановою шостих зборів Ради Укоопспілки двадцятого скликання від 30.11.2011 року „Про господарсько-фінансову діяльність споживчої кооперації України у 2011 році та завдання щодо підвищення ефективності господарювання кооперативних організацій і підприємств у 2012 році” [8].

Інтерпретація ефективності. Л. І. Федулова та колектив вчених вважають, що ефективність як загальна категорія пов'язана із задоволенням потреб споживачів і є зовнішнім показником, який важко виміряти. Економісти вживають більш точне визначення – економічна ефективність. Економічна ефективність менеджменту оцінюється залежністю від впливу підсумкового показника діяльності на підвищення кінцевих результатів діяльності підприємства [4].

Автори К. В. Мазур, Т. І. Ганжа [3], О. С Мицко [5] стверджують, що економічна ефективність менеджменту відображає економічні результати діяльності організації при певній системі управління. Її доцільно розглядати у двох аспектах – з одного боку, економічна ефективність характеризується показниками, які відображають побудову та функціонування систем менеджменту. З іншого боку, ефективність систем менеджменту характеризується показниками, що відображають результати виробничо-господарської діяльності: величину прибутку, собівартість та обсяг виготовленої продукції, обсяг реалізації продукції, рентабельність виробництва, фондомісткість тощо .

На думку Г. В. Осовської та О. А. Осовського, підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій вважається основною проблемою переходу народного господарства України до ринкової економіки, важливим завданням менеджменту є підвищення ефективності роботи підприємств, акціонерних товариств, концернів. Головною метою розробки бізнес-плану і стратегії підприємства є забезпечення ефективного і прибуткового виробництва. Важливе значення при цьому має вибір оптимальних економічних рішень, які торкалися б усіх аспектів господарської діяльності підприємства [7] .

Проблематикою формування та удосконалення організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України займаються Л. М. Шимановська-Діанич, В. А. Власенко, які вважають, що до перспектив подальших досліджень у даному напрямі слід віднести розробку методик оцінки ефективності удосконалення організаційної складової механізму управління розвитком підприємств і організацій споживчої кооперації України, дослідження взаємозв’язку між організаційною та економічною складовими даного механізму, а також проведення діагностики стану економічного механізму управління розвитком кооперативних об’єктів [10].

На думку С. Р. Семіва, в умовах економічної кризи на підприємства та в організаціях споживчої кооперації необхідно активізувати впровадження сучасних методів та інструментів менеджменту, маркетингу та антикризового управління. Зокрема, для цього необхідно розробити механізми консультативного супроводу діяльності окремих кооперативних підприємств та організацій, у тому числі з використанням власного наукового потенціалу Укоопспілки [9].

Одним з дієвих способів підвищення ефективності діяльності та ефективності менеджменту підприємств, у тому числі і підприємств та організацій споживчої кооперації України, є аналіз їх діяльності на основі моделювання показників та процесів, зокрема за допомогою економетричних методів та моделей [1].

Емпіричні результати. На основі статистичних даних показників господарсько-фінансової діяльності підприємств та організацій Укоопспілки за 2008-2010 р. [8] побудовано та досліджено економетричні моделі залежності показників діяльності споживчої кооперації України. Для проведення досліджень ми використали економетричні методи, які розглядаються у працях В. Гріна, В. І. Єлейка та ін. [2, 11].

Зокрема, побудовано множинні лінійні рівняння регресії залежності роздрібного товарообігу від витрат. $\tilde{x}_0 = b_0 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + b_6x_6 + b_7x_7 + b_8x_8 + b_9x_9$ Де: x_0 – обсяг роздрібного товарообігу; x_2 – витрати на транспортування товарів; x_3 – витрати на оплату праці; x_4 – відрахування на соціальні заходи; x_5 – амортизація основних засобів; x_6 – погашення фінансових кредитів; x_7 – витрати на оренду і утримання основних засобів; x_8 – податки, збори, обов'язкові платежі; x_9 – інші витрати.

Для усіх моделей обчислено множинний коефіцієнт детермінації $R^2_{0.2345678}$, наведено статистику Стьюдента для оцінки коефіцієнтів регресії на статистичну вірогідність, проведено перевірку на адекватність моделі до вихідних даних за критерієм Фішера та на автокореляцію залишків за критерієм Дарбіна-Уотсона.

2008: $\tilde{x}_0 = 14{,}197 + 26{,}911x_2 + 3{,}037x_3 - 0{,}952x_4 + 18{,}68x_5 - 23{,}743x_6 - 13{,}281x_7 + 24{,}585x_8 + 6{,}892x_9$;

$R^2_{0.23456789} = 0{,}965$;

Коефіцієнти регресії	b_0	b_2	b_3	b_4	b_5	b_6	b_7	b_8	b_9
t-статистика (p-level)	0,079	0,004	0,760	0,969	0,009	0,068	0,150	0,239	0,198

$F_{розр} = 22{,}524$**;
$DW = 2{,}224$.

2009: $\tilde{x}_0 = 12{,}295 + 10{,}264x_2 - 0{,}265x_3 + 17{,}343x_4 - 6{,}683x_5 - 6{,}011x_6 + 9{,}481x_7 - 13{,}487x_8 + 15{,}46x_9$;

$R^2_{0.23456789} = 0{,}993$;

Коефіцієнти регресії	b_0	b_2	b_3	b_4	b_5	b_6	b_7	b_8	b_9
t-статистика (p-level)	0,010	0,007	0,859	0,000	0,385	0,3999	0,007	0,239	0,000

$F_{розр} = 121{,}62$**;
$DW = 1{,}667$.

$$\tilde{x}_0 = 10{,}095 + 8{,}863x_2 + 3{,}042x_3 + 15{,}968x_4 - 16{,}908x_5 + 10{,}941x_6$$

2010: $$+ 11{,}827x_7 - 23{,}303x_8 + 12{,}487x_9;$$

$$R^2_{0.23456789} = 0{,}994;$$

Коефіцієнти регресії	b_0	b_2	b_3	b_4	b_5	b_6	b_7	b_8	b_9
t-статистика (p-level)	0,026	0,020	0,075	0,000	0,079	0,168	0,001	0,010	0,001

$F_{розр} = 153{,}82$**.

$DW = 1{,}531$.

За результатами кореляційного аналізу можна виокремити як одні з найбільш значущих чинників впливу – витрати на транспортування товарів (x_2), на оплату праці (x_3), відрахування на соціальні заходи (x_4). Найменш впливовими на обсяг роздрібного товарообігу є такі витрати, як погашення фінансових кредитів (x_6), утримання основних засобів (x_7). Таким чином, за допомогою економетричного моделювання виявлено чинники впливу на показник діяльності торговельних підприємств споживчої кооперації України, який одночасно відображає ефективність менеджменту цих підприємств – обсяг роздрібного товарообігу.

Висновки для економічної політики. Зважаючи на необхідність підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій споживчої кооперації України та той факт, що процес прийняття науково обґрунтованих рішень в економіці тісно пов'язаний з визначенням кількісних співвідношень між економічними показниками, виникає питання доцільності застосування методів економетричного аналізу в дослідженні цієї діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко С. Г. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) / С. Г. Бабенко. – К. : Укоопспілка, 2004. – 62 с.
2. Єлейко В. І. Економетричний аналіз діяльності підприємств : навч. посібник / В. Єлейко, Р. Боднар, М. Демчишин. – Тернопіль: Навчальна книга "Богдан", 2011. – 368 с.
3. Мазур К. В. Теоретико-методологічні основи ефективності менеджменту та напрямки її підвищення / К. В. Мазур, Т. І. Ганжа. – Вінниця. –Вінницький національний аграрний університет, 2010. – С. 120-126.
4. Менеджмент організацій: підручник / [Федулова Л. І. , Сокирник І. В., Стадник В. В. та ін.; за заг. ред. Л. І. Федулової]. – К.: Либідь, 2004. – 448 с.
5. Мицко О. С. Основи менеджменту: опорний конспект лекцій з дисципліни для студентів III курсу спец. 6.050201 Менеджмент організацій : [Електронний ресурс] / О. С. Мицко. – Львів: Електронна бібліотека ЛКА. – 2008. – 25 с.
6. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 2008-2010 роки. – К.: Укоопспілка, 2009–2011. – 100 с.
7. Осовська Г. В. Основи менеджменту: навчальний посіб. / Г. В. Осовська, О. А. Осовський. – К.: Кондор, 2006. – 664 с.
8. Постанова третіх зборів Ради Укоопспілки двадцятого скликання від 10.11.2010 року «Про господарсько-фінансову діяльність споживчої кооперації України у 2010 році та завдання щодо підвищення ефективності господарювання кооперативних організацій і підприємств у 2011 році» // Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. – 2010. – № 47.
9. Семів С. Р. Вплив світової фінансової кризи на діяльність споживчої кооперації України / [ред. кол.: Г. І. Башнянин, В. В. Апопій, О. Д. Вовчак] // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2009. – Вип. 30. – С. 127-132. – (Серія економічна).
10. Шимановська-Діанич Л. М. Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України: теорія і практика : монографія / Л. М. Шимановська-Діанич, В. А. Власенко. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2010. – 314 с.
11. Greene W.H. Econometrical Analysis / W. H. Greene. – Prentice Hall, 2005. – 1026 p.

УДК 338:519.8

Глушик М. М., к.ф.-м.н., доц.,
Львівська комерційна академія

ІННОВАЦІЙНІ ПІДХОДИ ДО ДОСЛІДЖЕННЯ ЕКОНОМІЧНИХ ПРОЦЕСІВ

Вступ. Термін „інновація” як нова економічна категорія був введений у науковий обіг австрійським економістом Й.Шумпетером [1]. Це виявлення і використання нових підходів для вирішення комерційних завдань і ефективного їх розвитку.

У дослідженнях структури інноваційного процесу більшість вітчизняних учених, як правило, дотримується схеми: „маркетинг — дослідження — розробка — виробництво — продаж”. Усі вказані етапи взаємозумовлені і забезпечують успіх нововведення лише за умови інтеграції їх у єдине ціле.

В роботі представлено використання інноваційних підходів до дослідження економічних систем на основі використання економіко-математичного моделювання економічних процесів і їх аналіз з використанням математичних методів. Такий підхід розглядається сьогодні як одна з умов модернізації національного виробництва і є одним з найважливіших складових процесу забезпечення успішного функціонування підприємства.

Моделювання економічних процесів. На початковому етапі господарської діяльності підприємець моделює економічні процеси, в результаті чого оцінює свої можливості по веденню бізнесу, залученню інвестицій і т. п. На основі таких даних визначаються масштаби функціонування економічної системи (скільки і яких підприємств слід побудувати в різних регіонах, щоб отримати максимальний ефект від їх діяльності в межах виділених інвестицій). Для визначення ефективних управлінь такою системою створюється математична модель виробничих процесів підприємств. Математична модель – це система математичних виразів, яка описує характеристики об’єкта моделювання і взаємозв’язок між ними. Природно, що не завжди будь-яка математична модель адекватна модельованому об’єкту (процесу, явищу). Вона лише дає деяке наближене уявлення про нього. Для її побудови необхідно мати чітке розуміння мети функціонування досліджуваної системи. Кожна математична модель повинна визначати правило відбору оптимального управління, тобто мету функціонування підприємства. Під метою розуміють результат, який необхідно одержати шляхом вибору та реалізації певної програми дій (методів впливу) на досліджувану систему. В економічних задачах мета, як правило, полягає в тому, щоб максимізувати прибуток або мінімізувати витрати. Коли мета визначена, виникає потреба у виборі способу дій, який би в найбільшій мірі сприяв її досягненню. Сам вибір способу дій визначається інформацією про обмеження, які повинна задовольняти програма (план) дій. Як мета, так і обмеження повинні бути представлені у вигляді функцій від змінних величин.

Реальні економічні процеси досить складні. При їх математичному описі потрібно враховувати множину різних факторів. Тому математична модель містить велику кількість умов з багатьма невідомими.

Математична модель виробничої програми. Наприклад, виробнича програма фірми, що випускає продукцію описується за допомогою наступної математичної моделі.

Знайти найбільший дохід від реалізації продукції, яка випускається фірмою $f = \sum_{j=1}^{n} c_j x_j$,

при наступних обмеженнях

$$\sum_{j=1}^{n} a_{ij} x_j \le b_i \ , (i = \overline{1,m}),$$

де $x_j \ge 0 \ , (j = \overline{1,n}).$

Потрібно скласти оптимальний план роботи підприємства, тобто знайти такі невід'ємні значення $x_1, x_2, \ldots, x_n$, які б задовольняли систему обмежень і прибуток від реалізації продукції був би максимальним.

Дана математична модель може бути використана для визначення ефективних рішень для економічних задач, пов'язаних з розподілом будь-яких ресурсів (час, кошти і т.п.).

Для підвищення ефективності функціонування економічної системи можна оцінити сировинні ресурси, які використовуються у виробничому процесі. Такий аналіз можна здійснити, розглядаючи дуальну задачу до задачі розглянутої раніше, а саме:

Визначити найменші витрати на сировинні ресурси, які використовуються у виробництві $F = \sum_{i=1}^{m} b_i u_i$, де $u_1 \geq 0, u_2 \geq 0, \ldots, u_m \geq 0$ і визначають ціни на ресурси, якщо на змінні накладаються умови:

$\sum_{i=1}^{m} a_{ij} u_i \geq c_j, \ (j = \overline{1,n}),$ дані обмеження визначають той факт, що витрати на одиницю виробу повинні бути не менші за його ціну і $u_i \geq 0 \ \ (i = \overline{1,m}).$

Ефективність функціонування економічної системи можна оцінювати, виходячи з оцінки її рентабельності.

Визначити максимальну рентабельність підприємства

$$f = \frac{\left(\sum_{i=1}^{n} c_i x_i\right)}{\left(\sum_{i=1}^{n} l_i x_i\right)},$$

якщо

$$\begin{cases} \sum_{i=1}^{n} a_{ij} x_j \leq b_i, & i = \overline{1,k}, \\ \sum_{i=1}^{n} a_{ij} x_j = b_i, & i = \overline{k+1,s}, \\ \sum_{i=1}^{n} a_{ij} x_j \geq b_i, & i = \overline{s+1,m}, \end{cases}$$

$$x_j \geq 0, \ j = \overline{1,n}.$$

Із даної задачі випливає, що для збільшення рентабельності підприємства необхідно зменшувати витрати на виробництво або збільшувати ціни на готову продукцію.

В подальшому для вирішення питання збереження виготовленої продукції, стратегії її реалізації використовуємо методи математичної теорії дослідження операцій [2], [3].

Широке використання економіко-математичного моделювання і їх методів є важливим напрямком поглиблення економічного аналізу, який підвищує ефективність діяльності підприємств.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития / Й. Шумпетер ; [пер. с нем. В. Автономова, М., Любского А., Чепуренко]. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
2. Глушик М. Математичне програмування: навчальний підручник / М. Глушик., І. Копич, В. Сороківський. – Львів: Новий світ-2000, 2009.– 280 с.
3. Глушик М. Дослідження операцій: навчальний посібник. / М. Глушик, Н. Телесницька. – Львів: Новий світ-2000, 2009. – 368 с.

УДК 005.35:334.735

Колянко О. В., к.е.н., доц. кафедри менеджменту,
Львівська комерційна академія

СУТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ЯК ЗАСАДНИЧОЇ СТРАТЕГІЇ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛІННЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Вступ. Останнім часом Глобальний договір ООН для сталого розвитку суспільства охоплює всі провідні суспільні сили багатьох країн світу: уряди, що визначили принципи цієї ініціативи; компанії, на діяльність яких він прагне вплинути; працівників, які вироблюють товари та послуги; громадські організації, які представляють широке коло зацікавлених сторін, тощо.

У цьому контексті Україна взяла на себе зобов'язання щодо забезпечення необхідних соціальних стандартів. Але навіть в умовах повного виходу економіки країни із „тіні" Україна не буде в змозі забезпечити своїм громадянам соціальні гарантії на належному рівні. Оскільки кооперація є невід'ємною частиною соціально орієнтованої економіки України то вона має допомогти державі вирішити ці питання, щоб не залишитися разом з нею на „узбіччі" глобалізаційних процесів.

Соціальна відповідальність. Одним із найбільш важливих аргументів на користь необхідності впровадження соціальної відповідальності у практику діяльності впровадження соціальної відповідальності підприємства є те, що традиційно соціальна відповідальність визначається як активний чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства та, водночас, як ефективна стратегія зростання добробуту населення та досягнення збалансованого розвитку.

Метою роботи є не тільки визначення економічних основ функціонування споживчої кооперації, а й комплекс тих цілей, до яких вона повинна прагнути, дотримуючись кооперативних принципів, та розглянути сутність соціальної відповідальності, як засадничої стратегії управління.

Це актуально з погляду реалізації принципів господарювання споживчої кооперації, які є основою її стратегії, а відтак і корпоративної соціальної відповідальності.

Реалізація кооперативних принципів господарювання не відбувається автоматично. Їх дія забезпечується лише через свідому діяльність людей. Якщо ця діяльність має форму адміністрування, то вона породжує застійні процеси і явища. Причому "механізм гальмування" кооперативного розвитку може бути обумовлений як діями державного апарату, так і внутрікооперативними відносинами.

Нині проблема полягає у тому, щоб не тільки визначити економічні основи функціонування споживчої кооперації у ринкових умовах, а й комплекс тих цілей, до яких вона повинна прагнути для дотримання кооперативних принципів.

Громадськомасовий і господарський характер діяльності споживчої кооперації є підґрунтям наявності в механізмі її функціонування цілей двох видів: суспільного і економічного характеру.

Соціальне призначення кооперативів, перш за все, у тому, щоб ефективно захищати інтереси кооператорів як виробників та споживачів, відстояти, а то й підвищити соціальний статус, покращити якість життя.

Соціальна захищеність дуже важлива, але не менш важлива і соціальна відповідальність.За п'ять років розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні кооперативи переходять від декларування принципів ведення соціально відповідального бізнесу до практики системного та стратегічного планування й втілення стратегії корпоративної соціальної відповідальності шляхом реалізації різних соціальних програм як зовнішнього, так і внутрішнього спрямування. Ми вже можемо спостерігати конкретні приклади того, що корпоративна соціальна відповідальність сприяє створенню певного статусу.

Одним із найбільш важливих аргументів на користь необхідності впровадження соціальної відповідальності у практику діяльності впровадження соціальної відповідальності підприєм-

ства є те, що традиційно соціальна відповідальність визначається як активний чинник підвищення конкурентоспроможності підприємства та, водночас, як ефективна стратегія зростання добробуту населення та досягнення збалансованого розвитку. при цьому об'єктивно постає питання аналізу конкурентних переваг соціально відповідальних компаній.

Важливим стратегічним пріоритетом впровадження корпоративної соціальної відповідальності є розширення можливостей щодо залучення та мотивування співробітників компанії, що є особливо актуальним з огляду на тенденцію до постійного зниження як рівня продуктивності праці, так і економічної активності українського населення загалом. Рівень економічної активності населення є одним із найнижчих у Європі і становить 56% , що значно обмежує можливості використання потенціалу людського капіталу в Україні. Разом з тим, експерти та аналітики відмічають тенденцію зростаючої соціальної вразливості населення. Саме в межах стратегії корпоративної соціальної відповідальності існує можливість для оптимальної внутрішньої соціальної політики підприємств, що, зрештою, сприятиме формуванню та нарощуванню соціального капіталу, стабілізації ринку зайнятості та зростанню ефективності трудових ресурсів. [6]

Понад 2/3 українських підприємств вважають, що заходи із соціальної відповідальності впливають на можливість підприємства знайти та втратити кращих працівників (77%), формування позитивного іміджу і покращення репутації (76%), створення переваг перед конкурентами (64%).

Кооперація є невід'ємною частиною соціально орієнтованої економіки України. Яскраве підтвердження цьому – світовий досвід. Це особливо актуально сьогодні, коли кооперативи відіграють місію адаптації людини в ринкових умовах, є важливим чинником соціальної стабільності та досягнення нової якості економічного зростання в суспільстві, сприяє захисту прав споживачів, екологічній безпеці. Використання кооперативних принципів і корпоративної соціальної відповідальності суттєво сприятиме цьому. Стратегія соціальної відповідальності підприємства є засобом покращення технологій, ділової та загальносуспільної репутації підприємства, підвищення мотивації та продуктивності працівників, підвищення ефективності управління та конкурентної спроможності підприємства, мінімізації ризиків та забезпечення збалансованого розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про споживчу кооперацію.
2. Україна. Закон. Про кооперацію.
3. Гелей С. Д. Теорія та історія кооперації / С. Д. Гелей, Р. Я. Пастушенко. – К. : Знання, 2006. – 513 с.
4. Римар І. А. Соціальна відповідальність в системі корпоративного управління / І. А. Римар // Вісник КНТЕУ 2010. К., 2010. – С. 65-67.
5. Корнійчук Л. Сталий розвиток і глобальна місія України / Л. Корнійчук, В. Шевчук // Економіка України. – 2009. – №4. – С. 4-13.
6. Супрун Н. А. Корпоративна соціальна відповідальність як чинник сталого розвитку / Н. А. Супрун // Економіка і прогнозування. – 2009. – С.61-74.
7. Корпоративна соціальна відповідальність: підручник/ [О. Гирик, О. Денис, О. Дубовик, І. Жеребило, А. Зінченко, Н. Реверчук, М. Саприкіна, Р. Семів, З. Скринник, К. Телюк; за заг. ред. д.е.н., проф. Т. С. Смовженко, д.е.н., проф. А. Я. Кузнєцової]. – К. : УБС НБУ, 2009. – 258 с.
8. Котлер Ф. Корпоративна соціальна відповідальність. Як зробити якомога більше добра для вашої компанії та суспільства / Ф. Котлер, Н.Лі ; [пер. з англ. С. Яринич]. – К. : Стандарт, 2005. – 302 с.

УДК: 330.342+338:334

Ананьєв О. М., к.е.н., доц. каф. ІСуМ,
Львівська комерційна академія

ІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА БАЗІ ЗАСТОСУВАННЯ НОВІТНІХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Попередні зауваження. Інтеграція системи споживчої кооперації (ССК) у загальний ринковий простір України ставить гострі питання щодо можливостей і конкурентоспроможності її підприємств на внутрішньому таі зовнішньому ринках [1]. Товари і послуги реалізуються на конкретній території, тому важливо врахувати в планах розвитку ССК географічний фактор, тобто територіальні особливості життєдіяльності окремих регіонів (населення, добробут, забезпечення товарами тощо). Прийняття будь-яких управлінських рішень у діяльності такої глобальної системи, як ССК, має не тільки спиратися на досвід та інтуїцію керівництва, а й бути всебічно обгрунтованим. Для цього слугують економіко-географічні моделі, які можуть виявити тенденції розвитку явищ і процесів на конкретній території.

На діяльність ССК постійно впливають зовнішні фактори: політичні, державне регулювання, економічні: інфляція і безробіття, коливання банківських ставок і т.ін.

Дослідження управлінських задач, особливо таких, як прогнозування, планування за допомогою комп'ютера допомагають повніше врахувати всю сукупність цих факторів, а в сфері кооперативної торгівлі – визначити просторову сегментацію ринку споживачів і найкращого розміщення підприємств торгівлі. Ці дослідження здійснюються на основі інформації про соціально-економічні характеристики населення і господарства певної території, які включають дані про рівні доходу, зайнятості, функціональну структуру населених пунктів, вікову структуру, існуюче і планове розміщення підприємств роздрібної та оптової торгівлі, ступінь наявності конкуруючих підприємств і їх можливостей тощо. Такі дослідження дають змогу зробити висновки щодо факторів, які впливають на споживчий ринок.

Використання географічних інформаційних систем. Сучасні комп'ютерні технології дозволяють застосувати в планово-аналітичній роботі географічні інформаційні системи (ГІС; англійською мовою – Geographical Information System, GIS), які достатньо широко використовуються в країнах з розвинутою економікою [3]. Ці системи спеціально створені для роботи з даними, які мають просторові або географічні координати. Моделі, які закладені в ГІС, імітують взаємодії, що відбуваються в реальності. Користувач вносить дані, які не суперечать моделі і вони дозволяють відповісти на запитання, зробити висновки або прогнози, які в подальшому використовуються при прийнятті управлінських рішень [7].

ГІС не тільки висвітлює статистичні чи економічні дані, а й слугує інструментом для економіко – статистичного моделювання, сітьового та аналітичного планування, складання довгострокових прогнозів і проведення поглибленого економічного аналізу [4].

Перспективним для планово-аналітичної роботи є синтез ГІС і технологій штучного інтелекту ("інтелектуалізованих" систем) у так званих просторових системах підтримки рішень (ПСПР), які використовуються в управлінні (регіональне планування, просторовий аналіз, контролінг в багаторівневих організаціях і т.ін.) [7].

ГІС - технології[*], що забезпечують картографічне подання інформації, необхідної для прийняття рішень, забезпечують:

- високий ступінь інтеграції просторової і тематичної інформації;
- картографічне подання результатів просторового аналізу та моделювання;
- автоматизацію розрахунку різних похідних (коефіцієнтів кореляції, ранжирування тощо.);
- оперативний довідково-інформаційний пошук у територіальному розрізі (шляхом прямого вибору об'єкта на комп'ютерній карті);
- автоматизацію тематичного картографування оптової і роздрібної торгівлі та створення проблемних комп'ютерних атласів їх розташування, або серій карт;

[*] Про те, як широко застосовуються технології ГІС та ПСПР у розв'язанні задач територіальної оптимізації торгівлі, свідчать численні публікації з даної тематики, а також матеріали міжнародних конференцій - авт.

- швидке оновлення тематичної бази даних;
- можливість використання електронної пошти для передачі електронних карт на WeЬ-серверах.

Предметно-орієнтоване картографування ССК є одним з важливих аспектів досліджень, тісно пов'язаних з регіональним плануванням (а саме для ССК це визначається, як складна проблема) забезпечення матеріальних потреб сільського (в першу чергу) населення України.

Особливості застосування в споживчій кооперації. Складність об'єкта дослідження (ССК – це 23 облспоживспілки, 238 райспоживспілок, 211 районних споживчих товариств, 341 райкоопзаготпром, 1279 споживчих товариств) викликає необхідність обгрунтування змісту і структури спеціальної серії планово-аналітичних карт, створеної за допомогою ГІС - технології. Дані карти повинні містити опис ССК у регіональному розрізі. При цьому кожна регіональна система повинна описувати певну сукупність баз даних (різнорівневих БД), починаючи від сільського споживчого товариства (БД ССТ) – районного споживчого товариства (БД РайСТ) - обласного споживчого товариства (БД ОСС) і закінчуючи БД центрального апарату - БД ЦА Укоопспілки.

Проведений аналіз дозволив виділити найбільш представницькі показники (індикатори), які всебічно характеризують кожен регіональний рівень. Сукупності цих показників утворюють багатомірні БД на принципах організації і ведення сховища даних [CD=DW - англ. (Data Warehause)]. Центральним елементом архітектури планово-аналітичного картографування виступає інформаційне сховище даних (DW). Його модель побудови даних може бути як багатомірною, так і реляційною, але у ССК тільки багатомірною (Multi Dimentional Database - MDD). В MDD дані зберігаються як сукупність логічно упорядкованих масивів, що відображають багатомірну природу побудови системи споживчої кооперації України. Основою реалізації змісту планово-аналітичного картографування пропонується багатомірна модель, базовими блоками якої є таблиці показників (measure) і вимірювань. Останні включають характерні для даної предметної області поняття: споживчий ринок, ринок збуту, часові періоди, продукти і т.ін. Таблиця фактів містить у чисельному виразі те, що в результаті бажає вияснити користувач (наприклад, обсяги продажу окремого товару, витрати, прибуток по підприємствах і та ін.).

Форування багатовимірного "інформаційної" моделі наведено на рис. 1.

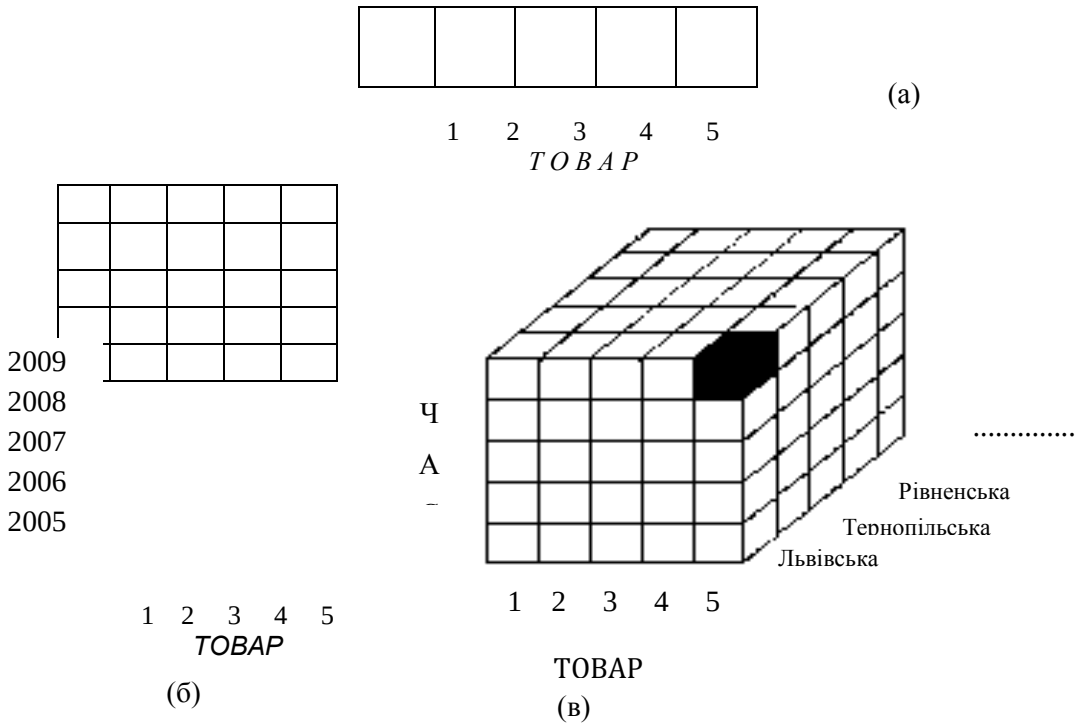

Рис.1. Формування багатомірного "інформаційного" куба в DW системи планово - аналітичного картографування в ІАІС СК

Таблиці вимірювань представляють собою більш складну структуру, ніж таблиці фактів (рис. 2).

У системі планово – аналітичного картографування споживчої кооперації виділяються наступні основні поняття: елементи, ієрархія і атрибути [8]. Елементи відображають ієрархію вимірювання. Дні, тижні, місяці складають ієрархію "час". Елементи більш низького рівня можуть бути "звернуті" в елементи більш високого рівня. При цьому в одному вимірюванні може бути декілька ієрархій. Крім цього, елементи використовуються для фільтрації даних. DW орієнтовані на кінцевого користувача. Для цього користувачу потрібне повне і ясне представлення опису даних і їх структура, щоб мати можливість робити коректні запити до DW. Такій цілі служать метадані (metadate), в яких міститься вся інформація про дані, що знаходяться в DW. Описом метаданих завершується процедура формування DW, як базового компонента автоматизованої картографічної системи ССК.

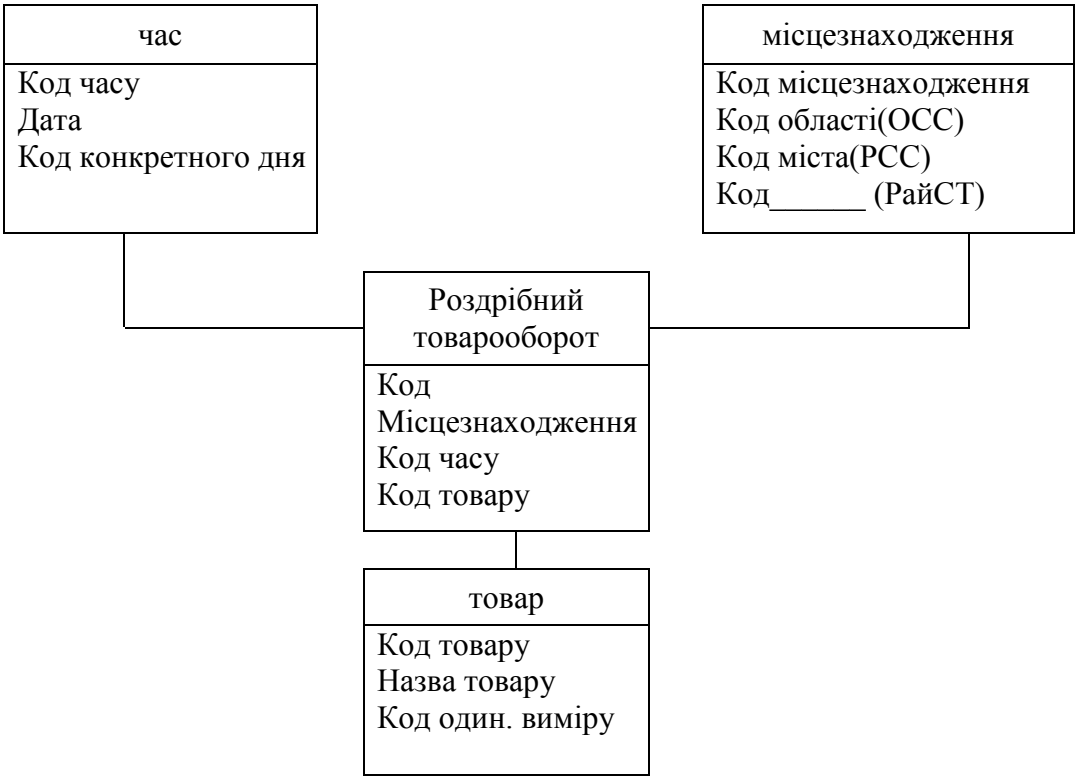

Рис.2. Схема формування показників і вимірювань в DW

По предметній серії (наприклад, торгівля, заготівлі, в майбутньому всі галузі діяльності споживчої кооперації) карт виділяються зони найбільшого відхилення від середньо-статистичного рівня розвитку предметної області. На базі регіональних предметних карт будуються карти комплексної оцінки розвитку предметної області і карта їх інтегральної оцінки для ССК в цілому.

Реалізація серії карт може відбуватися на рівні ЦА Укоопспілки і облспоживспілок* в закритому виді, тобто кожен системний користувач має змогу не тільки використати наявні в предметній карті статистичні дані, що відображають різні характеристики предметної області, а й вводити у систему свої власні (або нові) бази даних, вносити зміни в предметно-орієнтовані карти, а також створювати власні тематичні карти.

Дослідження соціально-економічного потенціалу ССК включає різноманітні блоки аналізу її функціонування. Наприклад, карти "Забезпеченість сільського (міського) населення підприємствами роздрібної торгівлі", "Забезпеченість сільського (міського) населення підприємствами громадського харчування" дають можливість порівняти різні компоненти ССК -

* Карти створюються за допомогою автоматизованої картографічної системи Мапінфо 4.0. - авт.

ОСС за ступенями розвитку кожної із сфер торгівлі або послуг, а, головне, виявити пріоритетність активізації того чи іншого виду діяльності ОСС.

Висновки. Завдяки ГІС – технології в складі ІАІС СК виникає можливість застосувати в економічних дослідженнях методів геоінформаційного моделювання та аналізу: аналітичної візуалізації; просторово-часового аналізу; прогнозного і планового моделювання; різноманітних запитів тощо.

У перспективі планується створити карти не лише всіх галузей діяльності ССК, але й карти "побажань" обслуговуваного населення щодо задоволення їх попиту на товари та послуги, які в стані реалізувати ССК. Для цього будуть проводитись аналогічні дослідження на інших масштабних рівнях споживчої кооперації (обласного, районного, сільського споживчого товариства).

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ананьєв О. М. Підприємницька філософія системи споживчої кооперації України / О. М. Ананьєв, О. І. Белей // Вісник Львівської комерційної академії. – Вип. 12. – Львів: видавництво ЛКА, 2002 – С. 67-75.
2. Ананьєв О. М. Методологічні основи побудови інтегрованої управлінської інформаційної системи (ІУІС) споживчої кооперації України / О. М. Ананьєв // Діловий Вісник, 2004. – №36. – К.: Вісті. – С. 5-9.
3. Ананьєв О. М. Концептуальні підходи до формування і реалізації інформаційного забезпечення системи управління бізнес-процесами торговельного підприємства / О. М. Ананьєв // Науковий Вісник НЛТУУ: збірник наукових праць. – Вип. 16.2. – Львів: НЛТУУ, 2006. – С. 77-87.
4. Информационные технологии в бизнесе / [под ред. М. Желены]. – СПб: Питер, 2002. – 1120 с.
5. Кизич Н. А. Нейронные сети: Теория и практика применения: монография / Н. А. Кизич, Е. Н. Ястремская, В. Ф. Сенчуков; НАН Украины. – Харьков: ИД "ИНЖЕК", 2006. – 234 с.
6. Модели и методы информационного обеспечения принятия решений / [редкол.: Ю. Г. Лысенко и др]. – Донецк: Юго-Восток. 2004. – 179 с.
7. Муралі К. "Роздрібна торгівля у XXI столітті. Теперішні і майбутні тренди" / К. Муралі; [пер. з англ. ; під ред. Л. Савицької]. – К.: Видавництво Олексія Капусти, 2008. – 462 с.
8. Прогнозирование будущего: новая парадигма / [под ред. Г. Г. Фетисова, В. И. Бондаренко]. – М.: Экономика, 2008. – 437 с.
9. Саати Т. Принятие решений. Метод анализа иерархий / Т. Саати. – М.: Радио и связь, 1998. – 520 с.

УДК 334.735:65.018

Миронов Ю. Б., ст. викл. кафедри менеджменту,
Львівська комерційна академія

УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА ОСНОВІ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Вступ. На сьогоднішній день стан економіки України відрізняється досить високим рівнем конкуренції та невизначеністю кон'юнктури. Тому з метою досягнення стійкого стану господарської системи, в якій безпосередньо приймає участь і споживча кооперація нашої країни, необхідним є розв'язання багатьох складних організаційних питань. Найважливішим завданням є максимальне використання своїх можливостей та формування здатності швидко пристосуватися до мінливої ситуації на ринку. Ефективність діяльності кооперативних підприємств буде в повній мірі залежати від того, наскільки ефективно вони будуть використовувати наявні трудові ресурси.

Можна стверджувати, що управління персоналом було і є в даний час одним із найскладніших напрямів людської діяльності, яка, насамперед, вимагає глибоких фахових знань, яка буде істотно впливати на ефективність діяльності підприємств на ринку.

Особливості роботи з персоналом. У роботі з персоналом на підприємствах системи споживчої кооперації можна побачити багато невирішених проблем, внаслідок яких можуть виникати небажані тенденції. Проблеми в системі управління персоналом на підприємствах споживчої кооперації вимагають поглибленого вивчення та використання теоретичних основ і практичних підходів у роботі з персоналом, дотримуючись при цьому чіткої системи управління персоналом. Саме тому, сьогодні в умовах жорсткої конкуренції на ринку, впровадження корпоративної системи управління підприємством являється однією з необхідних умов для виходу із кризової ситуації та розвитку підприємства.

Можна спостерігати, що у багатьох компаніях, які функціонують на ринку, досить часто постає питання системного управління персоналом. Практика показує, що досить значні кошти доводиться вкладати у підбір та розвиток персоналу. Але такі дії в 90% випадків повністю виправдовують себе. Як наслідок підвищення ефективності роботи персоналу дає можливість підвищити ефективність роботи самих підприємств. Управління персоналом буде складатися з таких важливих елементів, зокрема – визначення загальної стратегії підприємства, залучення та відбір персоналу, оцінка їх організаційної діяльності, перепідготовка та підвищення кваліфікації персоналу.

При зростаючій тенденції конкуренції на ринку використання інформаційних технологій дає можливість багатьом підприємствам споживчої кооперації більш ретельно слідкувати за тим, щоб ресурси підприємств, використовувалися з максимальною віддачею. Можна з упевненістю сказати, що існуючі сучасні системи управління є доволі ефективними механізмами функціонування підприємств. Крім того, вони дають гарантію для своїх інвесторів – на підприємстві все знаходиться під постійним контролем, а можливі помилки в управлінні зведені до мінімуму. В нашій країні корпоративні інформаційні системи являються прикладом правильної роботи корпоративних систем обліку та прийняття правильних рішень, які, в першу чергу, забезпечують інтегрований погляд на всю діяльність підприємства, а сюди будуть входити – складські приміщення, придбання та продаж, фінанси і, насамперед, персонал.

Правильне вирішення різноманітних проблем ефективності корпоративного управління є вкрай необхідним, так як це дає можливість забезпечити необхідні темпи розвитку економічного зростання підприємства та його прибутковості. Від правильної роботи управління буде залежати реалізація потенціалу конкурентного середовища, підвищення продуктивності праці та ефективності роботи підприємства.

Автоматизація системи управління. Як приклад може слугувати інтегрована система управління підприємством Галактика ERP, яка є основою комплексу Галактика Business Suite [3].

Можливості автоматизованої системи ERP дають можливість оперативно вирішувати в єдиному інформаційному просторі головні завдання управлінської системи – вона забезпечує менеджерів різного рівня достовірною та необхідною інформацією, щоб правильно прийняти відповідне рішення. В системі Галактика ERP всі функції автоматизації управлінських процесів об’єднані в так звані контури управління:

1. Фінансове планування та управлінський облік.
2. Побудова системи обліку та формування різних видів статистичної звітності.
3. Виробниче планування та керування виробництвом.
4. Управління фінансовими та матеріальними потоками.
5. Управління кадровою політикою та персоналом.

Також до складу автоматизованої системи управління підприємством Галактика ERP входять засоби для виконання спеціальних управлінських завдань, зокрема:

1. Управління взаєминами з потенціальними клієнтами.
2. Управління технічним обслуговуванням виробництва та ремонтом устаткування.
3. Управління якістю продукції.

4. Управління нерухомістю.

Система Галактика ERP також володіє такими властивостями, які можуть бути використані сьогодні і будуть необхідні в майбутньому:

1. Захист конфіденційної інформації.
2. Підтримка національних та міжнародних стандартів фінансової звітності.
3. Можливість швидкого впровадження.
4. Оптимальне співвідношення для кожного замовника – "ціна/якість, рішення".
5. Масштабованість.

На базі системи Галактика ERP для невеликих підприємств було розроблено схему, яка дозволяла швидко, та з мінімальними затратами провести автоматизацію основних бізнес-показників підприємства - Галактика Старт. Для середніх підприємств була також розроблена автоматизована система - Галактика Прогрес.

Висновки. З вищенаведеного можна зробити висновок, що впровадження корпоративної інформаційної системи дає можливість якісно покращити процеси управління підприємствами. Ефект від впровадження системи визначається значним зменшенням трудомісткості процесів обробки та використання даних. Система якісно покращує процеси підготовки та прийняття управлінських рішень, дає можливість економити витрати за рахунок скорочення адміністративно-управлінського персоналу, переорієнтацію персоналу на інші види діяльності. Виходячи з вище викладеного можна зробити висновок, що ефективно впроваджена корпоративна інформаційна система є одним із основних факторів ефективного розвитку підприємства системи споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білінська О. П. Особливості формування системи оцінки персоналу підприємств та організацій споживчої кооперації України / О. П. Білінська // Науковий вісник Ужгородського університету. – 2011. – Вип. 2(34). – (Серія „Економіка”).
2. Войнаш Л. Г. Концептуальні засади формування системи управління персоналом у споживчій кооперації України / Л. Г. Войнаш // Збірник наукових праць міжнар. наук.-практ. конференції 26-27 червня 2001 р. – К., 2001.
3. ERP система Галактика. Офіційний веб-сайт. [Електронний ресурс]. – Режим доступу http://erp.galaktika.ru/.

УДК: 65.003.13

Белей О. І., доц. каф. ІСуМ,
Львівська комерційна академія

ЗАСТОСУВАННЯ КОМП’ЮТЕРНИХ ОПТИМІЗАЦІЙНИХ МОДЕЛЕЙ ДЛЯ ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Попередні зауваження. Управління розвитком торговельного підприємства пов’язано, в першу чергу, із забезпеченням сталості його господарської діяльності. Об’єктивно існуюча і принципово незмінна невизначеність зовнішнього середовища торговельного підприємства (ТП) обумовлює збурюючі дії в процесі руху до поставлених цілей та потребує попереднього визначення різноманітних критеріїв ефективності її досягнення. Вирішення питань, пов’язаних зі сталим розвитком ТП, є невід’ємною складовою вирішення проблеми розвитку економіки України.

Як відомо [3, 4, 6, 7, 8], гармонійний розвиток будь-якого торговельного підприємства (в тому числі і кооперативного), а також стабільність його розвитку, досягається взаємним урівноваженням різних результатів його діяльності, згрупованих нами у два класи: (1) – госпо-

дарських і (2) – фінансових. При цьому рівновага може досягатися різноманітними шляхами за допомогою комбінування результатів господарської діяльності (РГД) і результати фінансової діяльності (РФД). Звідси, завдання майбутньої управлінської системи [1, 2, 5] полягають як в оцінці дій менеджерів всіх рівнів, включаючи і топ-менеджерів, так і забезпеченні умов досягнення постійної рівноваги всіх без виключення фінансових потоків підприємства.

Система управління. Створення та впровадження системи управління, яка базується на принципах системності і реалізується на засадах інжинірингу, пов'язане, перш за все, з класифікацією основних і підтримуючих бізнес-процесів торговельних підприємств (ТП) та розробкою сукупності інформаційно-логічних моделей бізнес-процесів супермаркету, а також описом їх компонент, виходячи зі змісту й особливостей формування товарних, інформаційних та фінансових потоків.

Метою ефективного управління торговельними бізнес-процесами та бізнес-операціями кооперативного супермаркету визначено мінімізацію функціонально-управлінських витрат, що пов'язані з організацією запланованих обсягів товарообороту, починаючи з кожної товарної позиції. Доведено, що процеси менеджменту сучасних ТП узагальнено поділяються на дві компоненти: (1) менеджмент формування ресурсів (постачання – формування товарного забезпечення); (2) менеджмент реалізації (формування цільового планового обсягу товарообороту). В цьому контексті пропонується узагальнена послідовність управлінських дій щодо досягнення ефективності управління торговельними процесами у вигляді п'яти етапів: визначення витрат на розрахунок і оцінку прогнозної роздрібної ціни реалізації товарної одиниці (позиції) (B_1); визначення витрат на кредитування товарних позицій (B_2); визначення витрат на страхування товарних позицій (B_3); визначення витрат на зберігання товарних позицій (B_4); визначення сукупності додаткових витрат (B_5) за елементами: витрати на сплату біржового або аукціонного збору (B_{51}); витрати на виплати комісійної винагороди брокерській конторі (B_{52}); витрати на придбання валюти (при відповідних умовах) (B_{53}); витрати на проведення обов'язкової сертифікації товарів (B_{54}); непередбачені витрати (B_{55}).

Загальна сума поточних витрат (B_n) системи управління супермаркетом по комплексу задач, що пов'язані з управлінням товарними ресурсами ТП, визначається за формулою:

$$B_n = B_1 + B_2 + B_3 + B_4 + B_{51} + B_{52} + B_{53} + B_{54} + B_{55}, \quad (1)$$

Основними показниками вартісної оцінки товарних потоків (в асортименті груп товарів) і результатів роботи супермаркету протягом планового періоду є обсяги реалізації (товарооборот), кількість повернень постачальнику товарів та цін на них.

При цьому, витрати класифікуються і розглядаються поокремо в складі кожного бізнес-процесу за формулою:

$$\sum_{j=1}^{m} \frac{p_j \times q_j - (A_j \times S_j + v_j)}{(1+r)^t} - \sum_{i=1}^{n} K_i \times (1+r)^T = 0, \quad (2)$$

де: i – управлінські операції в діяльності кооперативного ТП; j – асортиментні групи товарів; n – кількість елементів у вертикально-інтегровану технологічному ланцюгу; m – кількість видів товарних позицій, що продаються підприємством; r – внутрішня норма дохідності капіталовкладень; K_i – обсяг капіталовкладень, здійснених підприємством; p_j – ціна конкретного товару; q_j – кількість товару того чи іншого виду; A_j – коефіцієнти прямих затрат на товари; S_j – валова вартість товарообороту; v_j – витрати змінного капіталу по видах товарообороту; t – життєвий цикл товару q_i; T – час реалізації накопичень K_j.

В даному випадку питання про стимулювання прогресивних структурних змін, широкого освоєння нових товарних позицій вирішується шляхом зменшення їх витрат, що розраховуються як порівняння витрат на величину товарообороту по товарній позиції з величиною прибутку по цій же позиції.

Оскільки параметри, що входять у формулу [2], заздалегідь відомі за даними балансів, а також уточнюються в процесі планування роботи ТП, межі "цінового коридору" нових товарів можна оперативно і точно розрахувати методом прямих розрахунків.

Модель ефективного управління. Запропонована модель ґрунтується на формуванні мікромеханізмів управління витратами по кожній операції і встановленні їх граничних па-

раметрів. Висунуті обмеження щодо обсягів поступлення товарів та реалізації товарних номенклатур, дозволили розробити інформаційну модель управління бізнес-процесами кооперативних супермаркетів у вигляді діагностичної матриці, що базується на використанні наступних узагальнюючих показників: результату господарської діяльності (РГД), який характеризує достатність власних коштів підприємства для фінансування товарообороту; результату фінансової діяльності (РФД), що відображає зміну обсягу заборгованості підприємства, скориговану на розмір фінансових витрат; результату господарсько-фінансової діяльності (РГФД), який є підсумком результату господарської та фінансової діяльності ТП (рис. 1). При цьому цільовою функцією виступає оптимізація витрат по кожній операції і бізнес-процесу в цілому, а також збільшення параметрів показників за рахунок дії управлінської системи ТП в цілому.

В умовах конкуренції формування товарного ресурсу планового обсягу товарообороту підприємства передбачено здійснювати за двома схемами: 1) обрахування власних грошових засобів; 2) оптимізації розмірів кредитів.

	РФД<<0	РФД=0	РФД>>0
РГД>>0	РГФД =0	РГФД >0	РГФД >>0
РГФД=0	РФХД<0	РГФД =0	РГФД >0
РГД<<0	РГФД <<0	РГФД <0	РГФД =0

Рис. 1. Оптимізаційна матриця витрат на функціональні процеси кооперативного супермаркету

Оскільки власні засоби формуються під дією різних форм обмежень часових, місцевих, регіональних, корпоративних – завдання менеджменту полягає у встановленні такої товарно-асортиментної політики, при якій формування величини товарного забезпечення здійснюється у розмірах запланованої величини товарообороту (плюс запланована величини товарних запасів у конкретний проміжок часу). При цьому всі розрахунки передбачено здійснювати в розрізі товарних позицій.

Такий підхід до формування методичного забезпечення вимагає формування спеціалізованого інформаційного забезпечення, яке відображає величини залучення засобів при плануванні товарообороту в розрізі товарних позицій і одночасно потребує обґрунтування дій, як щодо закупівлі кожної позиції товару, так і щодо можливості отримання кредитів на формування відповідних товарних ресурсів. А це в свою чергу передбачає необхідність менеджерських дій у послідовності, згідно з якою спочатку здійснюється формування плану замовлень на товарні позиції. Що стосується оптових покупців супермаркету, то це просто формування бази даних (БД) про майбутні закупівлі на основі відповідної документальної бази. Для покупців запланована покупку вираховується через визначення минулих покупок по кожній товарній позиції торговельного залу, яке стає можливим лише в умовах автоматизованого виконання функції реалізації.

Основним співвідношенням механізму ефективного управління ТП виступає:

$$ВК + СДК * ДК + ССК * СК + СКК * КК = \sum_{i=1}^{n} TO_i , \qquad (3)$$

де: $ТО_i$ – величина товарообороту по і-ій товарній позиції; ВК – власний капітал; СДК – ставка по довгостроковому кредиту; ДК – величина довгострокового кредиту; ССК – ставка по середньостроковому кредиту; СК – величина середньострокового кредиту; СКК - ставка по короткостроковому кредиту; КК – величина короткострокового кредиту.

При цьому обмеженнями слугують оптимальні значення коефіцієнту автономії (1), коефіцієнту покриття інвестицій (2), здатність самофінансування (3), співвідношення фінансових витрат і економічного ефекту (4), співвідношення результату господарської діяльності і доданої вартості (5), що формально представлені так:

(1) $\frac{ВЗ + ДК + КК}{А} \geq 0{,}8$,

(2) $\frac{ССП \times (ДК + СК + КК)}{БРЕІ} \leq 0{,}4$,

(4) $\frac{ВЗ}{ДК + СК + КК + ІЗЗ} \geq 0{,}2$,

(3) $\frac{ДК + СК + КК + ІЗЗ}{ВЗ} \leq 0{,}5$,

(5) $-0{,}1 \times ДВ \leq РГД \leq 0{,}1 \times ДВ$.

де: А – активи; ВЗ – власні засоби; ІЗЗ – інші запозичені засоби; ССП – середня ставка по кредиту; БРЕІ – брутто-результат експлуатації інвестицій; ДВ – додана вартість.

На основі застосування такого інструментарію формуються результати оцінки господарсько-фінансової діяльності ТП за встановлений період у вигляді таблиці 1.

Таблиця 1

Результати розрахунку індикативних показників розвитку супермаркету „ЛеОКС" (м. Городок) за 2010 рік

Показник	За попередній період	За звітний період			Наступний плановий період
		фактичне значення	нормативне значення (для супермаркетів)	відхилення, %	
Коефіцієнт автономії	3	1.71	0.5	-1.29	2.57
Коефіцієнт покриття інвестицій	0.22	0.26	0.2	0.04	0.31
Співвідношення фінансових витрат і економічного ефекту	131.71	134.48	135.64	0.10	168.57
Результат господарської діяльності (тис.грн.)	80500	68124	65378	-0.15	61311.6
Результат фінансової діяльності (тис.грн..)	29300	37576	37415	0.28	41333.6
Короткострокові кредити (тис.грн.)	5000	4200	4500	-0.16	7560
Довгострокові кредити (тис.грн.)	25000	30000	28000	0.2	45000

Одержані результати по конкретному супермаркету слугують нормативами при розробці бізнес-планів інших ТП і утворюють спеціалізовану інформаційну базу прийняття ефективних рішень їх розвитку.

Висновки для економічної політики. Одержані результати по конкретному супермаркету слугують нормативами при розробці бізнес-планів інших ТП і утворюють спеціалізовану інформаційну базу прийняття ефективних рішень їх розвитку.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Белей О. І. Особливості організації інформаційного і програмного забезпечення системи внутрішнього менеджменту кооперативного супермаркету / О. І. Белей // Вісник Львівської комерційної академії. – Вип. 28. – Львів: Вид-во ЛКА, 2008. – С. 54-59. – (Серія економічна).
2. Белей О. І. Методика ефективного управління торговельним підприємством / О. І. Белей // Вісник Львівської комерційної академії. – Вип. 26. – Львів: Вид-во ЛКА, 2007. – С. 270-276. – (Серія економічна).
3. Буренин А. Н. Рынки производных финансовых инструментов / А. Н. Буренин. – М: ИНФРА-М, 1996. – 368 с.
4. Деминг В. Е. Выход из кризиса / В. Е. Деминг. – Твер: Система, 1994. – 498 с.

5. Друкер П. Ф. Практика менеджмента / П. Ф. Друкер; [пер. с англ.]. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2001. – 312 с.
6. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт, Ф. Хедоури; [пер. с англ.]. – М.: Дело, 1992. – 702 с.
7. Никишкин В. Маркетинг в современной торговле / В. Никишкин, А. Цвєткова. – М.: Маркетинг, 2002. – №4(65). – С. 45-57.
8. Спицына Т. Совершенствование управление торговлей / [Т. Спицына, Н. Ушакова, А. И. Гребнев, А. И.Никулин, В. П. Гонжаров] – М.: Экономика, 1988. – 276 с.

УДК 334.735:658.5

Папіровська Р. Р., здобувач кафедри економетрії та статистики,
Львівська комерційна академія

ОСНОВНІ НАПРЯМИ РЕІНЖИНІРИНГУ ГОСПОДАРСЬКИХ ПРОЦЕСІВ У ПІДПРИЄМСТВАХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Попередні зауваження. Світова економічна криза негативно вплинула на розвиток підприємств споживчої кооперації України. Споживча кооперація як соціальна організація та ефективна форма господарювання покликана суттєво активізувати людський фактор, забезпечити в широких масштабах соціально орієнтовану економічну діяльність, зміцнити багатоукладність національної економіки, посилити соціальні гарантії та соціальний захист мільйонів людей, створити основу для розвитку громадянського суспільства.

Економічна активність підприємств споживчої кооперації. Як свідчать наукові дослідження, споживча кооперація України не достатньо підготовлена для виконання складної соціально-економічної місії. Так, на думку А. Сена, кризові явища у світовій економіці впливають на розвиток конкретних господарюючих суб'єктів [8, 45]. Основними передумовами зниження економічної активності вітчизняних підприємств споживчої кооперації є: кризові явища трансформаційного періоду, несприятливе зовнішнє середовище, низка суб'єктивних внутрішніх чинників. Це негативно позначилося на розвитку споживчої кооперації: звузилися масштаби кооперативної діяльності, суттєво знизилася віддача соціального і економічного потенціалу, погіршився економічний стан, застаріла матеріально-технічна база, послабилась соціальна місія кооперації [7].

Трансформаційний період розвитку сучасної української економіки обумовив негативні тенденції розвитку споживчої кооперації, що призвело до значного руйнування економічного і ресурсного потенціалу кооперації в умовах глобальної кризи перехідного періоду [7]. Зокрема, відбулося поступове зменшення кількості підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації, що відповідно і вплинуло на зменшення доходів. Так, за період з 2009-2010рр мережа роздрібної торгівлі знизилась на 11,6%, при чому загальна площа зменшилась з 983,8 ти.м^2 до 838,3 ти. м^2 . Ці показники вплинули і на основний економічний показник діяльності підприємств споживчої кооперації – чистий прибуток, сума якого знизилась на 43,3% у 2010р, порівняно із 2008р. Це зумовило, відповідно, зменшення кількості прибуткових підприємств споживчої кооперації.

В умовах, що склалися, нагально необхідним вбачається вирішення проблеми теоретичного обґрунтування пріоритетів стратегічного розвитку споживчої кооперації, адаптації її діяльності до ринкового середовища. Тому існує нагальна потреба у застосуванні реінжинірингу, як методу технологій та інструментів адаптації підприємств до нових умов зовнішнього середовища, здатних найбільш повно реалізувати їх організаційно-управлінський та виробничий потенціал на ринку [1].

Реінжиніринг бізнес-процесів спрямований на досягнення високих результатів за рахунок удосконалення виконання всіх процесів, реалізованих в організації. Однак, слід вказати й на загальні проблеми, пов'язані з проведенням реінжинірингу в компанії [5].

Реінжиніринг не можна назвати новим методом управління компанією, оскільки його основи були закладені ще в 80-х роках, а успішна апробація великими іноземними компаніями проходить з початку 90-х років. Зокрема, за даними Ernst & Young, 100 найбільших банків Північної Америки витратили у 1997 році приблизно 2,8 млрд доларів тільки на реінжиніринг своїх підрозділів [3].

Практичні пропозиції. Для ефективного впровадження реінжинірингу на торгівельних підприємствах споживчої кооперації необхідно абстрагуватися від існуючої функціональної організації бізнесу, піддавши сумніву прийняті методи управління.

Виокремлення бізнес-процесів торговельного підприємства системи споживчої кооперації передбачає чітке визначення структури його організації та основних функцій. Структура торговельного підприємства відображає склад і взаємодію бізнес-процесів, що відбуваються на підприємстві та забезпечують збереження його властивостей за наявності зовнішніх і внутрішніх впливів [1]. Для впровадження реінжинірингового бізнес-процесу необхідно виконати оптимізацію технологічної структури, кадрової політики, провести маркетингове дослідження, визначити функції проведення торгівлі. Це включає такі етапи:

1. Покращання торговельно-технологічної структури.
2. Покращання кадрової політики.
3. Визначення та розширення основних функцій торговельного підприємства.
4. Впровадження системи управління якістю товарів та послуг на основі передового досвіду розвинених країн.

Висновки для економічної політики. Застосування методу реінжинірингу бізнес-процесів на торговельних підприємствах споживчої кооперації може мати ряд позитивних наслідків:

- оптимізується система управління підприємством, що призведе до зменшення кількості рівнів управління та адміністративних витрат;
- зросте багатоплановість роботи окремого співробітника, що стане додатковим мотиваційним фактором;
- працівникам делегуються додаткові повноваження, що дозволяє їм багато рішень приймати самостійно та брати відповідальність за виконану роботу;
- зміняться критерії оцінки ефективності діяльності підприємства споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Андриенко В. Н. Методы планирования в реинжиниринге систем управления / В. Н. Андриенко, Ю. Г. Лысенко // Экономическая кибернетика. – №1-2(13-14). – 2002. – С. 71-82.
2. Ареф'єва О. В. Реінжиніринг бізнес-процесів: принципи та технологія / О. В. Ареф'єва, І. Є. Мельник – К. : ГРОТ, 2004. – 64 с.
3. Бушуєва І. Реінжиніринг банківських бізнес-процесів як складова вдосконалення менеджменту комерційного банку / І. Бушуєва, В. Дем'яненко // Вісник НБУ. – 2001, № 3. – С. 20 – 23.
4. Мельник І. Є. Агрегована методика реінжинірингу на основі методу аналізу ієрархій / І. Є. Мельник (Актуальні проблеми гуманізації та гармонізації управління та регулювання економікою) // Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна. – Вип. №612. – Харків: ХНУ ім. В.Н.Каразіна, 2003. – С. 179-185. – (Серія економічна).
5. Виноградова О. В. Реінжинірінг бізнес-процесів торговельних підприємств : монографія / О. В. Виноградова. – Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. – 183 с.
6. Железко Б. А. Реинжиниринг бізнес-процессов / Б. А. Железко, Т. А. Єрмакова, Л. П. Володько; [под. ред. Б. А. Железко]. –М. : Мисанта, 2006. – 216 с.
7. Борсук С. С. Підприємства торгівлі як основна організаційно-господарська ланка : навч. посіб. / С. С. Борсук. − К. : КТЕІ, 2006. − 36 с.
8. Development and Capability Expansion Sen A. // Journal of Plannig. – 2003. – № 19 – P. 41-58.

УДК 65.012.45: 061.5 + 005

Артищук І. В., асист.
кафедри інформаційних систем у менеджменті,
Львівська комерційна академія

СИСТЕМА РИЗИКОЗАХИЩЕНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. В сучасних пост-умовах світової фінансово-економічної кризи проблема ризикозахищеності підприємств постала дуже гостро [6,7]. Адже через економічну, політичну, фінансову нестабільність, недосконаліть ринку товарів і послуг є висока ймовірність повторного виникнення і розвитку кризи в процесі діяльності будь-якого підприємства. Особливо це актуально для підприємств Споживчої кооперації (СК), які переживали ряд проблем і до кризи 2008/09 рр. [1,7]. Виходячи із зазначених аспектів даної проблеми, побудова системи ризикозахищеності торговельного підприємства дозволить своєчасно та оперативно реагувати на виклики нестабільного зовнішнього середовища та сприятиме підвищенню конкурентності підприємства [2].

Управління ризиками в системі кооперативних підприємств. Практика впровадження на торговельних підприємствах України (зокрема і на підприємствах СК) окремих елементів управління ризиками зводиться в основному до управління кредитним і деякими видами операційного ризику. Як наслідок, підприємства, менеджмент яких не враховував у своїй діяльності вплив інших, досить суттєвих факторів ризику, понесли суттєві фінансові втрати через неможливість якісного прогнозування кризових явищ 2008-2009 рр. і наступного за ним падіння платоспроможного попиту і обсягів реалізації (товарообороту), особливо це стосується підприємств з чітко визначеною зоною діяльності (ТП СК, розміщених у сільській місцевості).

Таким чином, врахування факторів ризику і їх ранжування за ступенем впливу на ефективність бізнес-процесів ТП стає обов'язковим не тільки при розрахунках фінансової компоненти ризику, а й інших факторів, що прямо чи опосередковано впливають на ефективність торговельних процесів.

Систематизація понять ризику і невизначеності, призводить до необхідності їх об'єднання в єдину термінологічну базу, якою, на думку автора, може слугувати понятійний образ ризикозахищеності. З кібернетичної точки зору ризикозахищеність нами розглядається як кількісна й якісна характеристика властивостей системи "підприємства" з точки зору її здатності до самовиживання і розвитку в умовах:

1) виникнення зовнішніх і внутрішніх ризикових ситуацій господарських процесів;
2) дестабілізуючої дії непередбачуваних і складнопрогнозованих зовнішніх і внутрішніх факторів.

У цьому контексті запропонуємо наступне авторське визначення поняття ризикозахищеності для торговельного підприємства СК: це властивість системи управління, що забезпечує її сталий і стабільний розвиток в умовах виникнення різних видів ризиків внутрішнього і зовнішнього середовища.

Ризикозахищеність підприємства. Для емпіричного оцінювання запровадимо інтегральний показник рівень ризикозахищеності. Рівень ризикозахищеності системи торговельного підприємства СК визначається сукупністю показників.

При цьому глобальний критерій оптимальності ступеню ризикозахищеності може розглядатися у вигляді:

$$\Theta^{рр} = \Theta^{б} - \Theta^{ф}, \qquad (1.1)$$

де $\Theta^{рр}$ – рівень ризикозахищеності;
$\Theta^{б}$ – бажаний рівень ризикозахищеності;
$\Theta^{ф}$ – фактично досягнутий рівень.

Задача системи управління ризикозахищеністю торговельного підприємства СК полягає у мінімізації показника Θ.

Найдоцільніше управляти ризиками торговельного підприємства СК з допомогою спеціальної системи ризикозахищеності (рис. 1.), що є складовою частиною бізнес-системи підприємства. Розробка і впровадження такої системи спиратися на знання методів управління ризиком. При розробці моделей, метою яких є передача комп'ютеру функцій прийняття рішень для найбільш типових класів ситуацій, необхідно використовувати метод ситуаційного управління. Якщо кожному класу ризиків ставити у відповідність не типове управлінське рішення, а його структуру в даному класі ризиків, то такий метод можна застосовувати в будь-яких бізнес-процесах.

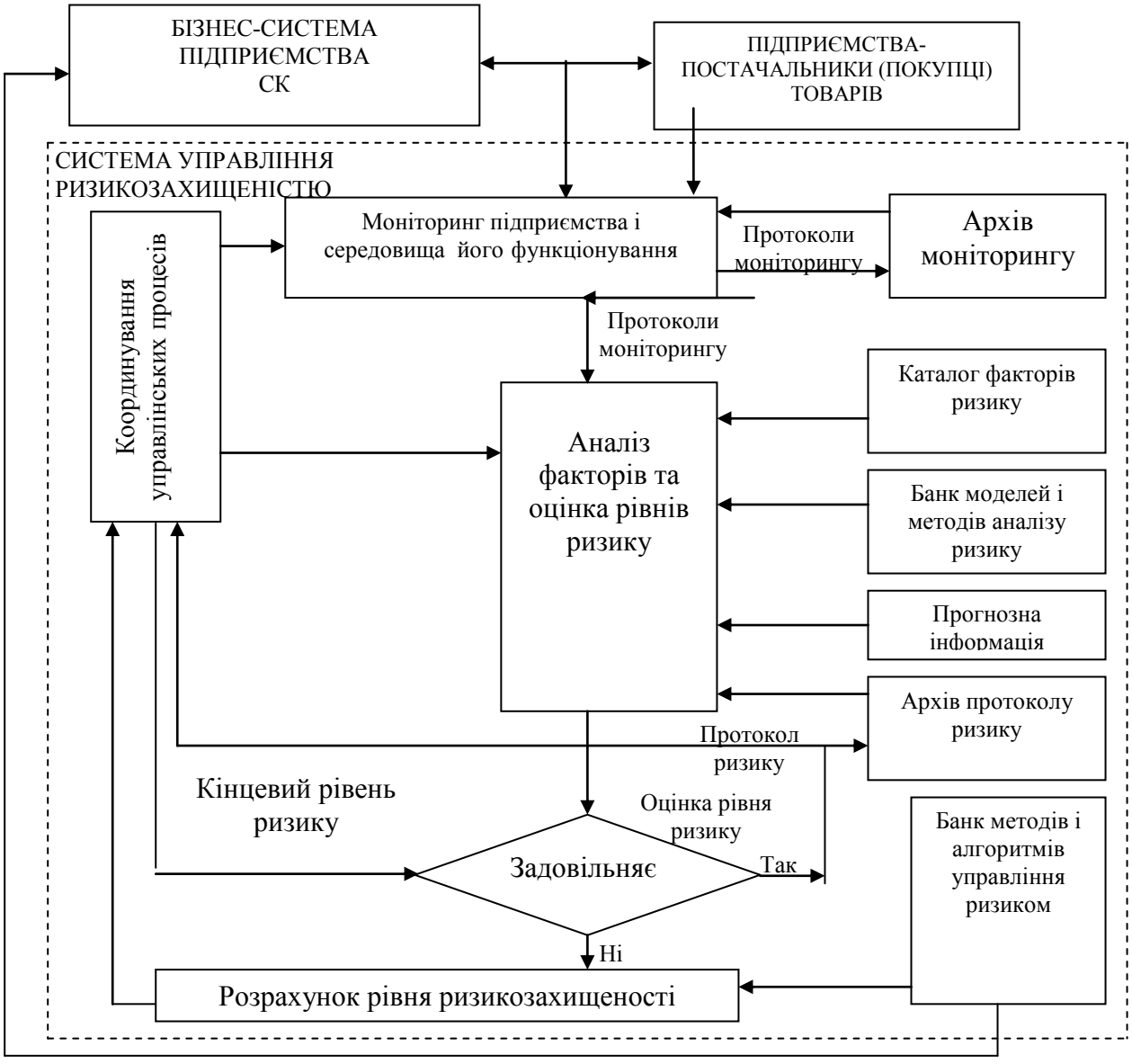

Рис. 1. Система ризикозахищеності підприємства СК

Для врахування впливу спектру факторів ризику на ТП СК повинна бути проведена робота по збору і попередньому обробленню даних про функціонування всіх бізнес-процесів (і супроводжуючих їх функціональних підрозділів), визначенню факторів ризиків, що виникають у ході роботи кожного підрозділу, систематизації даної інформації, групуванні факторів ризику у відповідності з природою їх виникнення. Результатом подібної роботи є розроблення карти ризиків конкретного ТП, яка буде слугувати як основою для подальшої формалізації інформації про ризикові ситуації, так і для розробки заходів по управлінню інтегрованим ризиком підприємства в цілому. У процесі формалізації факторів ризику у кількісну форму кожному унікальному фактору або групі факторів слід присвоювати вагові кое-

фіцієнти, які відповідають ступеню впливу кожного фактору ризику на ефективність того бізнес-процесу підприємства, у якому вказаний фактор ризику є присутнім. Результатом такого роду операцій буде числова інтегрована карта ризиків підприємства, у якій фактори ризиків ранжовані виходячи із системи значущості їх впливу як на окремі бізнес-процеси, так і на ефективність діяльності ТП в цілому. Цій технології присвячені інші роботи автора [3,4].

Висновки для економічної політики. Отримані результати переконують, що управління ризикозахищеністю є одним із найбільш важливих елементів управління підприємством, який дозволяє виявляти та запобігати негативним тенденціям розвитку. Тому формування системи ризикозахищеності торговельного підприємства СК дозволить підвищити економічну ефективність його діяльності в умовах трансформаційного стану вітчизняного бізнес-середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) Постанова XIX з'їзду Споживчої кооперації України від 23.03.2004.
2. Ананьєв О. М. Особливості динаміки розвитку торговельних підприємств системи споживчої кооперації України в транзитивний період / О. М. Ананьєв, О. І. Белей // Торгівля, комерція, підприємництво: збірник наукових праць. – Вип. 10. – Львів: Видавництво ЛКА, 2009. – С. 18-22.
3. Артищук І. В. Управління ризикозахищеністю підприємства / І. В. Артищук. // Збірник наукових праць. – Вип. 21.5. Національного лісотехнічного університету України. – Львів, 2011. – С. 153-159.
4. Артищук І. В. Формування підсистеми ризикозахищеності в авто-матизованій інформаційній системі торговельного підприємства (АІС ТП) / І. В. Артищук, В. О. Івашків // Науковий вісник НЛТУ України : збірник науково-технічних праць. – Вип. 21.10.– Львів : РВВ НЛТУ України. – 2011. – С. 305-308.
5. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці: моногр. / С. Г. Бабенко – К.: Наукова думка, 2003. – 332 с.
6. Данилишин Б. Економіка України: життя після кризи? / Б. Данилишин // Дзеркало тижня. – 2009. – № 1. – С. 25.
7. Семів С. Р. Вплив світової фінансової кризи на діяльність споживчої кооперації України / С. Р. Семів // Вісник Львівської комерційної академії. – Сер. : Вид-во "Економ." – Львів : Вид-во ЛКА, 2009. – Вип. 30. – С. 127-132.

УДК 005.56:334.735(477)

Трут О. О., к. е. н., доц. кафедри менеджменту,
Львівська комерційна академія

СТАНОВЛЕННЯ КООПЕРАТИВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ В ОРГАНІЗАЦІЯХ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Вступ. Кооперація – це економічна самоорганізація людей з метою захисту своїх прав та інтересів. З таких соціально-економічних засад бере свої витоки й Споживча кооперація України, як добровільне об'єднання громадян для спального ведення господарської діяльності, що об'єднує сьогодні 1,2 млн пайовиків. Головна її мета – покращувати соціально-економічне становище членів - пайовиків та сприяти розвитку села.

Укоопспілка, витоки якої сягають в історію кооперативного руху, започаткованого ще в XIX столітті, так і не зуміла ефективно використати всі свої майнові, матеріально-фінансові, правові, преференційні ресурси та величезний потенціал соціально-економічного кооперування українців, їхню національну схильність до колективної кооперaційної дії. Незважаючи

на такий значний арсенал, система споживчої кооперації України не змогла адаптуватися до ринкових умов, які дають суттєвий поштовх приватній ініціативі й покликані виявляти найбільш ефективні моделі і способи господарювання.

Кооперативний менеджмент. Вихід системи споживчої кооперації на новий рівень свого розвитку, забезпечення конкурентних переваг, освоєння нових ринкових сегментів, охоплення ширшого кола споживачів можна забезпечити лише на основі глибоких трансформаційних змін діючої системи управління споживчою кооперацією і становленням *кооперативного менеджменту*. Ефективне впровадження якого, потребує застосування наукового підходу, поєднання кооперативних принципів управління з ринковим механізмом господарювання, реалізації сучасних методів галузевого і функціонального управління.

Особливості соціальних і господарських процесів всередині системи споживчої кооперації обумовлені природою споживчої кооперації, а за її межами – сучасним станом національної економіки України. Ці особливості вимагають розробки таких теоретичних і практичних підходів, які б забезпечували ефективний управлінський вплив на кооперативні організації, підприємства та їх структурні підрозділи в умовах функціонування ринкової економіки, реалізацію найкращих сучасних технологій і стратегій управління з врахуванням кооперативних принципів і цінностей. Інакше процеси стагнації, які протікають у системі споживчої кооперації вже більше двадцяти років, не тільки не зупиняться, а й посиляться, що у кінцевому рахунку призведе до руйнування системи.

Одним із шляхів підвищення ефективності управління споживчою кооперацією є його *професіоналізація.* Для цього пропонуємо перейти до професійного управління господарсько-фінансовою діяльністю споживчих товариств та їх спілок, не покладаючи ці обов'язки на голову правління та кількох його членів. На всіх рівнях управління споживчою кооперацією професійний апарат управління повинні очолювати *професійні менеджери,* підпорядковані відповідним органам громадського самоврядування, сформованим представниками пайовиків.

Під *кооперативним менеджментом* розуміється система управління власністю, соціальною і господарською діяльністю, що забезпечує реалізацію соціальної місії, принципів і цінностей споживчої кооперації на основі узгодження інтересів всіх учасників економічних відносин: власників-пайовиків та найманих менеджерів, працівників та некооперованого населення.

Основою побудови й функціонування сучасного кооперативного менеджменту повинні стати кооперативні цінності і принципи, властиві природі кооперативних організацій.

Основною відмітною рисою кооперативного менеджменту - є функція соціалізації, історично притаманна йому. Функція соціалізації - це процес, спрямований на досягнення соціальних завдань кооперації, відображення її соціальної орієнтації. Ця функція повинна бути основою стратегії кожної організації споживчої кооперації. Вона накладає відбиток на формування її місії та цілей.

Реформування управління кооперативною власністю. Необхідно запровадити практику індикативного управління в системі споживчої кооперації. Тут мусить діяти принцип соціального замовлення на професійне управління кооперативними підприємствами та власністю, що полягатиме в наступному. Кооперативні об’єднання передають на визначений термін (наприклад, випробувальний термін – на рік) управління своїми підприємствами і власністю командам *професійних менеджерів.* Така передача відбувається на чітких конкурсних засадах, на основі розробленого й затвердженого бізнес-плану, на підставі визначених соціальних зобов’язань, і, що головне, з обов’язковою умовою досягнення в кінці кожного року чітких соціально-економічних результатів на основі визначених індикативних завдань, що будуть чітко закріплені в умовах договору.

Суттєвою проблемою управління споживчою кооперацією є *професіоналізація кооперативного менеджменту,* яка полягає в пріоритеті системи громадського самоврядування над системою органів професійного управління; стимулюванні активної участі пайовиків засобами і особистими зусиллями в діяльності споживчих товариств шляхом отримання відчутного економічного ефекту; структуризації кооперативного менеджменту відповідно до соціальних

і господарських функцій споживчої кооперації; застосуванні сучасних інструментів управління, визнаних наукою і практикою менеджменту.

Ефективність управління соціальною і економічною діяльністю споживчої кооперації у свою чергу, залежить від професіоналізму кооперативного менеджменту, під яким ми розуміємо сукупність елементів, що відображають його побудову і базові засади функціонування.

Основними елементами побудови кооперативного менеджменту на засадах професіоналізму, на нашу думку, виступають:

1. Гармонійна співпраця між органами громадського самоврядування і професійного управління, побудована на дотриманні статутних норм і вимог.

2. Структуризація кооперативного менеджменту, відповідно до соціальних і господарських функцій споживчої кооперації.

3. Наявність управлінських кадрів з високими професійними якостями й ідеологічними особистісними установками, що відповідають принципам кооперації.

4. Застосування сучасних інструментів управління, визнаних наукою і практикою менеджменту (корпоративна культура, місія та стратегія організації).

Кооперативний менеджмент вносить до загальної теорії менеджменту наступні *етичні норми і цінності:*

- управління на основі взаємодопомоги, взаємної відповідальності, демократії, рівності, справедливості і солідарності;
- орієнтацію на пріоритети соціальної роботи;
- збереження і відтворення етичних основ у бізнесі та в житті;
- дбайливе до етнічних традицій, менталітету, турботу про духовне відродження, збереження сімейних засад;
- організацію виробничо-господарських процесів з дотриманням вимог захисту навколишнього середовища.

Побудова довгострокових програмних засад діяльності Укоопспілки та впровадження ефективного соціального і господарського менеджменту.

В першу чергу, організації, що входять до складу Укоопспілки, мають розробляти й пропонувати альтернативні програми і підходи до реформування політики й діяльності цієї організації. Це питання, у зв'язку з його важливістю, має бути винесене на широке громадське обговорення, а програма розвитку системи споживчої кооперації України має будуватися на стратегічних соціально-економічних засадах, включати в себе коротко-, середньо- і довгострокові заходи яскраво вираженого соціального характеру. Розробка й обговорення такої програми мусить відбуватися у режимі відкритих громадських обговорень і дискусій з обов'язковим розглядом та об'єктивною оцінкою всіх можливих альтернативних методів й підходів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про споживчу кооперацію: №2265-XII від 10.04.1992, зі змінами і доповненнями.
2. Висновки і пропозиції тимчасової комплексної комісії Кабінету міністрів України щодо реформування відносин власності та організаційних засад споживчої кооперації. – К., 1995. – 16 с.
3. Основи кооперації: навч. посіб. / [С. Г. Бабенко, С. Д. Гелей, Я. А. Гончарук, Р. Я. Пастушенко]. – К.: Знання, 2004. – 470 с.
4. Програма завершення розмежування і закріплення власності в споживчій кооперації України (Укоопспілки): Затв. Постановою XVIII (позачергового) зїзду споживчої кооперації України 19 грудня 2000 р.
5. Трут О. О. Оптимізація організаційних форм і структур управління споживчої кооперації: навч. посіб. / О. О. Трут – Львів: ЛКА, 1997. – 31 с.
6. Туган-Барановський М. І. Остання мета кооперації / М. І. Туган–Барановський, С. М. Злупко. – Львів: Каменяр, 1993. – 173 с.
7. Хміль Ф. І. Менеджмент: підручник / Ф. І. Хміль. – К.: Вища школа, 1995. – 351 с.

СЕКЦІЯ „ПРІОРИТЕТИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ В УМОВАХ ПОСТТРАНСФОРМАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ”

УДК 334.012.4

Міценко Н. Г., к.е.н., проф., зав. кафедри економіки підприємства,
Іванченко Г. В., асп.,
Львівська комерційна академія

РОЗВИТОК ІНТЕГРОВАНИХ ФОРМУВАНЬ НА СІЛЬСЬКИХ ТЕРИТОРІЯХ: НЕОБХІДНІСТЬ ТА НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО ВПЛИВУ

Особливості аграрних реформ. Процеси реформування аграрного сектору економіки України в умовах світової фінансової кризи проявляються у незавершеності земельної реформи, відсутності надійної державної підтримки та важкому фінансовому стані сільськогосподарських товаровиробників, зниженні добробуту сільського населення та його платоспроможного попиту, загостренні соціальних проблем села та підвищенні рівня безробіття, обмеженості можливостей місцевих бюджетів у вирішенні проблем розвитку сільських територій тощо.

Роздержавлення та приватизація породили різноманіття організаційно-правових форм підприємств на селі, спричинили розрив науково-дослідних, економічних та виробничо-технологічних зв’язків споживчої кооперації, що актуалізує використання світового досвіду створення територіальних інтегрованих формувань на сільських територіях як пріоритетного засобу забезпечення їх сталого розвитку. Споживча кооперація має реальні передумови виступити в ролі ініціатора створення та активного учасника інтегрованих формувань.

Розвиток сільських територій. Зарубіжні науковці розглядають розвиток сільських територій з точки зору концепції людського розвитку і визначають в якості пріоритету розвитку сільської території людський розвиток її жителів [3, с. 114].

Засади державної політики підтримки розвитку сільських територій задекларовані в Законах України „Про пріоритетність соціального розвитку села та агропромислового комплексу в народному господарстві” (1990 р.), „Про планування територіальної інфраструктури сільської місцевості” (2005 р.), „Про стимулювання розвитку регіонів” (2005 р.), „Про основні засади державної аграрної політики на період до 2015 р.” (2005 р.), Державній цільовій програмі розвитку українського села на період до 2015 р. (2007 р.), Концепції загальнодержавної програми сталого розвитку сільських територій до 2020 р. (2010 р.).

Незадовільна ситуація в сільському господарстві України свідчить про відсутність реальної підтримки з боку держави розвитку сільських територій, зумовлює зниження обсягів виробництва продукції, ставить під загрозу економічну безпеку країни.

Серед відомих вітчизняних вчених проблеми розвитку сільських територій вивчають І. Лукінов, М. Малік, О. Павлов [6], І. Прокопа, П. Саблук [8], Л. Шепотько, В. Юрчишин [10] та ін. Зокрема, П. Саблук наголошує, що розвиток сільських територій „неможливий без становлення високотехнологічного й прибуткового аграрного сектора, формування нової організаційної структури сільського господарства та його ринкової інфраструктури” [8, с. 22]. Х. Притула зазначає, що „метою розвитку сільських територій є зростання якості життя людей за рахунок підвищення ефективності функціонування агропромислового комплексу та розвитку несільськогосподарських видів діяльності за умов збереження та відновлення природних екосистем” [7, с. 41-42].

Враховуючи, що прерогативою розвитку сільських територій є відродження села, споживча кооперація виступає соціально-економічним механізмом, який виконує низку функцій держави із соціального захисту населення. Роль споживчої кооперації у вирішенні проблем села досліджують В. Апопій, С. Бабенко [1], О. Березін, В. Геєць [2], Д. Крисанов [5], Л. Молдаван [5], В. Ситник, Г. Скляр [9] та ін.

Практичні рекомендації. Існуючий стан державного регулювання розвитку сільських територій є незадовільним. Як свідчить світовий досвід, активний державний вплив є основою забезпечення розвитку сільських територій, що особливо проявляється в кризові періоди. Так, в Європі розміри державної підтримки в розрахунку на 1 га сільськогосподарських угідь у десятки разів перевищує рівень України [7, с. 44]. При цьому актуальними залишаються питання дотацій на продукцію тваринництва, здешевлення кредитів для суб'єктів АПК, відшкодування ПДВ, орієнтація на експорт сировини та ін. Водночас, у розвинутих країнах роль уряду щодо підтримки та регулювання сільського розвитку має не стільки фінансовий характер, скільки інформаційний та освітній – через розвинену систему дорадчих служб [5, с. 127].

На нашу думку, ефективним засобом розвитку сільських територій у контексті забезпечення належного рівня життя їх мешканців повинна стати інтеграційна діяльність системи споживчої кооперації, яка територіально охоплює всі регіони країни, концентрує свою діяльність на обслуговуванні потреб саме сільського населення, історично близька до дрібних сільгоспвиробників (власників особистих селянських та фермерських господарств), приймає безпосередню участь у формуванні середнього класу на селі, реалізує свою соціальну відповідальність саме у сільській місцевості (через забезпечення працівникам робочих місць, належних умов праці та заробітної плати; зобов'язання ефективно працювати; соціальну чутливість до вирішення проблем соціально-економічного розвитку сільських територій; відповідальність найбільшого організатора сільського ринку товарів та послуг). Як зазначає Г. П. Скляр, „відносини інтеграції сфер виробництва і заготівель мали місце і в умовах адміністративно-командної економіки" [9, с. 151]. Стратегічний розвиток споживчої кооперації в умовах глобалізації пов'язаний з створенням крупномасштабного інтегрованого виробництва замкнутого технологічного циклу „виробництво-заготівлі-переробка-реалізація" на основі найсучаснішої техніки з середніми та малими підприємствами-суб'єктами АПК [1; 2; 4]. Використання інтеграції як форми співпраці споживчої кооперації з підприємствами АПК на сільських територіях дасть можливість отримати наступні переваги та результати:

1. Підвищити ефективність формування та використання виробничого потенціалу за рахунок: прискорення оновлення основних засобів; розвитку нових видів діяльності, які збільшують можливості інтегрованого формування; підвищення продуктивності праці за допомогою прискорення інновацій у технологічній та організаційній сферах; зниження вартості послуг, здійснюваних між партнерами.

2. Підвищити ефективність формування та використання торговельного потенціалу за рахунок: стабільності зв'язків між учасниками об'єднання, що підвищує конкурентоспроможність продукції та об'єктивно полегшує можливість виходу вітчизняних товаровиробників на внутрішні і зовнішні ринки збуту своєї продукції; формування експортних ніш на світовому ринку; створення нових видів продукції; гнучкого пристосування до змінних умов ринкового попиту.

3. Підвищити ефективність формування та використання людського потенціалу за рахунок: створення додаткових можливостей для підготовки нових кваліфікованих робітників і підвищення кваліфікації вже працюючих; виникнення нових робочих місць, у тому числі для фахівців з управління інтегрованими формуваннями; можливості перерозподілу кваліфікованих кадрів між учасниками об'єднання; входження до складу будь-якого кластеру соціальної інфраструктури, однією з функцій якої є обслуговування працівників-членів об'єднання, що значно підвищує якість їх життя і відповідно продуктивність праці.

4. Підвищити ефективність формування та використання інноваційного потенціалу за рахунок: включення до складу інтегрованого формування науково-дослідних підрозділів,

інноваційних установ, навчальних закладів; підтримки наукових розробок всередині об'єднання; стимулювання зв'язку "економіка-наука-продукція"; можливості обміну "ноу-хау" та технологічними розробками між членами об'єднання; отримання додаткових коштів для інвестування в різноманітні науково-технологічні проекти.

5. Підвищити ефективність формування та використання інвестиційного потенціалу за рахунок: підвищення можливості протистояти впливу зовнішніх факторів і зниження ризиків для вітчизняних та іноземних інвесторів; отримання доступу до участі у інвестиційних програмах уряду; можливості входження об'єднання до глобальної мережі ТНК, здатних забезпечити приплив іноземних інвестицій у структурну перебудову виробництва; створення іміджу довгострокового та ефективного об'єднання, привабливого для інвесторів.

Висновки для економічної політики. Державна підтримка інтеграційних процесів на сільських територіях, ініціатором та учасником яких є система споживчої кооперації, дозволить вирішувати економічні і соціальні проблеми села, забезпечувати сталий розвиток сільських територій за рахунок створення сучасних високопродуктивних виробництв на основі кооперативної матеріально-технічної бази, місцевих ресурсів сільгосппродукції, поєднання інтересів суб'єктів АПК.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : монографія / С. Г. Бабенко. – К. : Наукова думка, 2003. – 332 с.
2. Геєць В. М. Кооперація вчора, сьогодні і завтра: науково-практичні аспекти / В. М. Геєць, Л. П. Горкіна // Споживча кооперація України: історичний досвід, сучасний розвиток, стратегічні орієнтири: зб. наук. допов. Всеукр. наук.-практ. конф. – Львів : ЛКА, 2010. – С. 21-44.
3. Демянишина О. А. Міжнародний досвід розвитку сільських територій: уроки для України/ О. А. Демянишина // Економіка АПК. – 2010. – №9. – С. 114-120.
4. Мисюкевич В. И. Рыночные тенденции в направлении создания кластера потребительской кооперации в агропромышленном комплексе / В. И. Мисюкевич, В. С. Герасименко // Потребительская кооперация: история, традиции, современность: матер. межд. науч.-практ. конф. – Гомель: БТЭУПК, 2011. – С. 236-238.
5. Молдаван Л. В. Роль кооперативів у подоланні сільської бідності / Л. В. Молдаван, Д. Ф. Крисанов, Л. О. Удова // Економіка АПК. – 2010. – №11. – С. 121-129.
6. Павлов О. І. Сільські території України: функціонально-управлінська модель/ О. І. Павлов – Одеса, 2009. – 344 с.
7. Притула Х. М. До питання про роль і місце сільських територій в сучасній економічній політиці держави / Х. М. Притула // Регіональна економіка. – 2010. – №3. – С. 37–45.
8. Саблук П. Т. Розвиток сільських територій – запорука відродження аграрної України / П. Т. Саблук //Вісник аграрної науки. – 2006. – №5. – С. 21-23.
9. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці : монографія / Г. П. Скляр– Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 279 с.
10. Юрчишин В. В. Сільські території як системоутворюючі фактори розвитку аграрного сектору економіки / В. В. Юрчишин // Економіка АПК. – 2005. – №3. – С. 3-10.

УДК 658.6/.8:001.8

Блонська В. І., к.е.н., доц., проф. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

ІННОВАЦІЇ ЯК ОДИН ІЗ НАПРЯМІВ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Важливість інновацій. Неефективний розвиток національного ринку інновацій, відсутність умов для використання сучасного інноваційного інструментарію, перманентний дефіцит коштів на системний інноваційний розвиток підприємств споживчої кооперації, і є тими чинниками, які не дають змоги ефективно використовувати в українській економіці позитивний іноземний досвід проведення інноваційної політики. Перехід підприємств Укоопспілки на інноваційних шлях розвитку, підтверджений у Стратегії розвитку споживчої кооперації України (2004–2015) [2], потребує детального планування та розробки моделі інноваційної стратегії. За умов поглиблення співпраці системи споживчої кооперації України та Euro Coop [11], актуальним залишається адаптація міжнародних інноваційних підходів діяльності до реалій української економіки та вітчизняних особливостей функціонування.

Загальні питання. Закон України "Про інноваційну діяльність" визначає головною метою державної інноваційної політики створення соціально-економічних, організаційних і правових умов для ефективного відтворення, розвитку й використання науково-технічного потенціалу країни, забезпечення впровадження сучасних екологічно чистих, безпечних, енерго- та ресурсозберігаючих технологій, виробництва й реалізації нових видів конкурентоздатної продукції [1].

Про пріоритетність розвитку інноваційних процесів у національних економіках як розвинених країн, так і країнах, що бурхливо розвиваються, свідчить той факт, що за останні 15 років кількість осіб, зайнятих у сфері інноваційної діяльності у США та країнах ЄС зросла удвічі, а у Південно-Східній Азії – у 4 рази [9]. Виходячи із вищенаведеного, для України актуальним є впровадження ефективних механізмів стимулювання інноваційної діяльності, орієнтуючись на досвід країн з високим інноваційним потенціалом. Так, наприклад у Франції, з метою стимулювання інноваційної діяльності підприємств надається податковий кредит у розмірі 25% приросту витрат підприємства на науково дослідну діяльність конструкторських розробок (НДДКР) порівняно з попереднім роком, не обкладаються податками кошти, що вкладаються у ризиковані проекти. Основним інструментом заохочення малого та середнього бізнесу на впровадження інновацій є надання дотації до 50% суми витрат на науково-дослідні роботи, 50% суми витрат на наймання наукового персоналу, зменшення суми податку на прибуток до 25% для нових підприємств [6].

Згідно з "Програмою подальшого розвитку і реформування споживчої кооперації" (за матеріалами VI зборів ради Укоопспілки 2011 року) пріоритетним напрямком розвитку споживчої кооперації України є її реформування з адаптацією досвіду зарубіжних країн, при цьому реформу споживчої кооперації України вбачається доцільним здійснювати на засадах розмежування кооперативної та господарської діяльності споживчих товариств та їх спілок [7, с. 3]. Реформи торкнуться, в першу чергу, зміни форми власності з колективної до приватної, внесення змін до Закону України "Про споживчу кооперацію", використання нової форми господарювання "господарські товариства", адаптація кращих здобутків закордонного досвіду щодо реформування споживчої кооперації. Актуальним при цьому є використання інноваційних підходів, застосування нових форматів діяльності, розвиток бренду споживчої кооперації, стандартизація бізнес-процесів. Оптимальна стратегія у цій ситуації – вивчити досвід колег та взяти найкращі напрацювання, які вже існують сьогодні у кооперації Євросоюзу. Прикладом інноваційного підходу до системи реформування є досвід угорських кооператорів, які у кризовій ситуації залучили до розробки стратегії реформування відому компанію Laurel [10, с. 2]. Серед першочергових кроків під час реформування – створення власної мережі оптової торгівлі, централізоване придбання товарів двох рівнів (загальнонаціональний та регіональ-

ний), розробку та впровадження єдиної ІТ-системи, застосування сучасних інноваційних підходів при побудові системи управління та інші.

Інновації у кооперативних організаціях. Напрямками традиційного та інноваційного розвитку підприємств споживчої кооперації можуть виступати наступні засоби: географічна експансія, мерчендайзинг, техніко-технологічне забезпечення та модернізація основних фондів, програмно-інформаційне забезпечення (автоматизація торгівлі та управління підприємством), стандартизація бізнес-процесів, категорійний менеджмент, програма лояльності для клієнтів, розвиток бренду, застосування нових форматів діяльності, використання освітньої системи для підвищення кадрового потенціалу, впровадження нових "прайвет лейбл" або приватних торгових марок, застосування розподільчих центрів, франчайзинг, рефреймінг, бенч-маркінг та інші засоби. Прикладом розвитку бренду споживчої кооперації є запровадження з 17 січня 2012 року у 10 тисячах магазинів системи споживчої кооперації маркування продукції стікерами із спеціальною емблемою із яблуком на п'єдесталі переможця (маркується лише українська продукції вироблена згідно ГОСТ) [3, с. 2].

Перспективним напрямом впровадження інновацій у системі програмно-інформаційного забезпечення є розробки Укоопінком, так у системі Львівської облспоживспілки станом на 01.01.2012р. (за період 2005-2011рр.) було впроваджено 69 проектів Інституту інформатики і комп'ютеризації споживчої кооперації України [12], зокрема УКС Бухгалтерія (35), УКС – Зарплата (17), УКС – Звіт та аналіз(1), УКС – Маркет (6), УКС – Менеджмент торгівлі (1), УКС – Основні засоби (2), УКС – Пайовий капітал (5), УКС – Реєстр об'єктів (1), УКС – Реєстр пайовиків (1). Водночас необхідно відзначити негативну тенденцію до зменшення реалізованих проектів у динаміці, так у 2011 року було реалізовано лише один проект УКС – Маркет у Турківському районному споживчому товаристві.

Актуальним для підприємств споживчої кооперації є застосування інноваційних підходів у вирішенні завдань складської логістики. Комплексні автоматизовані системи управління складом (WMS – Warehouse Management System) не просто слугують для інформаційного супроводження руху товарно-матеріальних цінностей, але в реальному часі управляють матеріальними, грошовими та інформаційними потоками, що проходять через склад. WMS дозволяють забезпечувати повний контроль товарних запасів на всіх стадіях технологічного циклу з урахуванням всіх особливостей вантажів і вимог до їх зберігання. WMS інтегруються з устаткуванням штрихового кодування і радіотерміналами, а крім того, інформаційно і програмно поєднуються з системами управління виробництвом класів MRP (Material Requirement Planning), ERP (Enterprise Resource Planning), CSM (Chain Supply Management).

Висновки для економічної політики. Таким чином, виходячи із вищенаведеного, можемо зробити висновок, що для підприємств споживчої кооперації, у процесі її реформування, актуальним є впровадження інновацій у всіх видах діяльності та технологічних процесах, а також реалізація інновацій організаційного та управлінського характеру, що будуть ґрунтуватися на фундаментальних наукових знаннях та наукових дослідженнях прикладного характеру.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про інноваційну діяльність від 4 липня 2002 р. №40-IV.
2. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) / [кер. авт. кол. С. Г. Бабенко]. – К.: Укоопспілка, 2004. – 62 с.
3. Балабенко О. З турботою про українське / [О. Балабенко, О. Гуцул та ін.] // Вісті. – 2012. – №3. – С. 2-3.
4. Блонська В. І. Ефективність впровадження інноваційних технологій у торговельних мережах / В. І. Блонська // Вісник ЛКА. – 2011. – Вип. 37. – С.159-165.
5. Іванова Н. Інноваційний підхід у вирішенні завдань складської логістики / Н. Іванова // Роль інновацій у підвищенні наявного потенціалу країни. – Тернопіль, 2011. – Ч. 1. – С. 274-276.

6. Маєвська Є. Специфіка державної інноваційної політики у Франції / Є. Маєвська // Роль інновацій у підвищенні наявного потенціалу країни: [Електронний ресурс]. – Режим доступу // http://conftiapv.at.ua/publ/konf_14_15_grudnja_2011_r
7. Про основні засади подальшого реформування споживчої кооперації України: матеріали VI зборів ради Укоопспілки // Вісті. – 2011. – №49. – С. 2-6.
8. Молодоженя М. С. Критерії, що визначають результативність інноваційної діяльності підприємств торгівлі / М. С. Молодоженя // Вісник Чернівецького торгово-економічного інституту. – 2010. – №3. – С. 127-132.
9. Федоренко І. Державна інноваційна політика в Україні / І. Федоренко, К. Ярош // Роль інновацій у підвищенні наявного потенціалу країни: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://conftiapv.at.ua/publ/konferenciji_2011/section_5
10. Федоров І. Вивчається досвід європейських кооператорів: реформування триває / І. Федоров // Вісті. – 2012. – №9. – С. 2.
11. Офіційний сайт Укоопспілки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.coop.com.ua
12. Офіційний сайт Інституту інформатики і комп'ютеризації споживчої кооперації України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukspro.com.ua

УДК 338.246:339.17

Васильців Т. Г., д.е.н., проф. кафедри економіки підприємства,
Мандрик О. Я., асп. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

ПРОБЛЕМИ ТА НАПРЯМИ ЗМІЦНЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Функція безпеки є невід'ємною з огляду на забезпечення життєздатності суб'єкта господарювання [1; 7; 8]. Відповідно, існує потреба у включенні її до планової роботи на кожному підприємстві, тим більше з огляду на надзвичайно ускладнені умови вітчизняного економіко-правового середовища як господарської, так і підприємницької діяльності [2, с. 840; 9, с. 46]. Об'єктивно зрозуміло, що дія ендогенних та екзогенних ризиків знаходить свій вплив передусім на рівні суб'єктів господарської діяльності. Тому високий рівень захищеності економічних інтересів підприємств системи споживчої кооперації дозволяє посилити їх фінансово-економічну стійкість та гарантувати більш стабільне функціонування, а отже й стає необхідною передумовою реалізації економічного потенціалу цієї системи загалом.

Теоретичні аргументи. В умовах сучасних змін економічного та інституціонального середовища господарювання у сферах заготівель, переробки, виробництва та реалізації продукції, підсилених ускладненнями та негативними наслідками фінансово-економічної кризи (погіршенням економічного стану та ефективності діяльності, збільшенням вартості залученого капіталу, інфляційними процесами та зменшенням фінансового забезпечення конкурентоспроможності, монополізацією ринку та господарських ресурсів, змінами в системі оподаткування, умовах господарювання та структурі торгівлі внаслідок активного розвитку супер- та гіпермаркетів, підприємств роздрібних корпоративних мереж) стан економічної безпеки підприємств споживчої кооперації істотно погіршився [11]. Це проявляється у зменшенні обсягів заготівель та реалізації промислової продукції, скороченні мережі торговельних та підприємств ресторанного господарства, зменшенні частки на споживчому ринку, погіршенні структури капіталу та актуалізує об'єктивну потребу обґрунтування і системної імплементації ефективних інституційних та організаційно-економічних механізмів зміцнення динамічної життєздатності як системи споживчої кооперації, так і її економічних агентів зокрема.

Проблема економічної безпеки. Про погіршення стану економічної безпеки організацій і підприємств споживчої кооперації свідчать важливі детермінанти фінансового, інтелектуально-кадрового, техніко-технологічного функціональних складників безпеки, зокрема:

– фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування у розрахунку на одну гривню власного капіталу залишається малим і знизився на 7,1 % у 2010 р. порівняно з попереднім роком і становив 0,05 грн / грн (тут і надалі [10]);

– спостерігається зменшення коефіцієнта відношення дебіторської заборгованості підприємств до кредиторської (з 0,42 у 2009 р. до 0,39 у 2010 р.), що є негативним, оскільки вказує на зниження їх ліквідності та посилення кредитозалежності;

– низькою залишається фондовіддача (0,03 грн / грн), що не дозволяє своєчасно оновлювати матеріально-технічну базу підприємств системи; більше того – цей показник знижується (на 6,73% у 2010 р. порівняно з 2009 р.);

– зменшуються обсяги інвестицій з розрахунку на одне підприємство (на 8,2% у 2010 р. порівняно з 2009 р.), що об'єктивно знижує конкурентні переваги підприємств системи порівняно з фінансово потужними підприємствами роздрібних торговельних систем;

– збільшується середня заробітна плата при зменшенні середньої умовної продуктивності праці та прибутку в розрахунку на одного працівника (який залишається вкрай малим – 1,5 тис грн / ос.);

– недостатнім є інтелектуально-кадрове забезпечення економічної безпеки підприємств споживчої кооперації, про що свідчить значення показника відношення фінансового результату до фонду оплати праці (у 2010 р. показник становив 1 грн / грн) та зменшення цього показника порівняно з 2009 р.;

спостерігається зниження прибутку у розрахунку на одного працівника, що на фоні значного скорочення чисельності персоналу (8,3%) є ще більш негативним (так, порівняно з 2009 р. прибуток знизився на 1,49% і склав 1,49 тис грн. у розрахунку на одного працівника).

Попри загрози, пов'язані з погіршенням фінансово-економічного стану, знижується й рівень корпоративної безпеки підприємств і організацій системи, про що свідчать: зменшення кількості об'єктів заготівель, виробництва і реалізації продукції, погіршення системно-структурних зв'язків та відношень між ними, зниження рівня якості активів, зменшення фінансового потенціалу та соціально-економічної ролі. Погіршуються й галузеві характеристики економічної безпеки підприємств системи споживчої кооперації. Так, малим є обсяг товарообороту у розрахунку на одне підприємство, що свідчить про недостатню ефективність фінансово-господарської діяльності більшості торговельних підприємств системи та є, здебільшого, наслідком недостатнього забезпечення фінансової та продуктової складових економічної безпеки.

Середнє значення цього показника становить 343,6 тис грн, тоді як у 14 обласних споживспілках він не перевищує 310,6 тис грн. Лише у семи з них (Кримспоживспілка, Дніпропетровська, Житомирська, Рівненська, Тернопільська, Черкаська, Чернівецька) значення цього показника вище за середнє.

Щодо товарообороту у розрахунку на одного працівника, то найвищі позиції утримують вісім обласних споживспілок: Кримспоживспілка (246,6 тис грн), Вінницька (169,8 тис грн), Дніпропетровська (323,1 тис грн), Луганська (238,4 тис грн), Полтавська (159,7 тис грн), Рівненська (144,5 тис грн), Тернопільська (160,8 тис грн) та Черкаська (178,4 тис грн). В середньому ж на одного працівника припадає 138,0 тис грн товарообороту.

Недостатньо високими залишаються значення показника товарообороту в розрахунку на один кв.м торгової площі. Так, у 12 облспоживспілках цей показник нижчий від середнього по системі (4,4 тис грн), що свідчить про недостатню ефективність використання торговельних та складських приміщень, посилення ризиків техніко-технологічної складової безпеки.

Про погіршення фінансової складової безпеки торговельних підприємств споживчої кооперації сигналізує й низьке значення рентабельності доходу (середнє значення цього показника становить лише 0,77%), а в 12 облспоживспілках значення цього показника є значно

нижчим від середнього; зокрема, у Житомирській облспоживспілці цей показник у 2010 р. становив 0,24%, а у Дніпропетровській – 0,36%.

Діяльність підприємств торгівлі споживчої кооперації здебільшого не спрямована на розвиток власного кадрового потенціалу, на що вказує малий рівень витрат на оплату праці найманих працівників, який становив у 2010 р. 9,1% відносно роздрібного товарообороту. При цьому найменшим було значення цього показника у Дніпропетровській (3,7%), Луганській (4,8%) облспоживспілках, Кримспоживспілці (5,3%). Ситуація ускладнюється й нераціональним матеріальним стимулюванням праці, адже на підприємствах системи споживчої кооперації малим є коефіцієнт відношення доходу до витрат на оплату праці. Зокрема, середнє значення цього показника у 2010 р. становило лише 11,0.

Характерні для підприємств торгівлі споживчої кооперації значна тривалість обороту товарів та невисокі темпи їх реалізації, що негативно позначається на стані продуктової складової їх економічної безпеки. Причому більшою за середню є оборотність товарних запасів у Дніпропетровській та Полтавській облспоживспілках.

Існують підстави стверджувати, що основними негативними чинниками, які призводять до зниження рівня безпеки та обумовлюють необхідність активізації діяльності з її посилення є: 1) недоліки в системі планово-економічної роботи, яка не враховує аспектів економічної безпеки [5; 6]; 2) певна фінансова і ресурсна обмеженість підприємств споживчої кооперації та неусвідомленість ролі витрат на безпеку; 3) низький рівень інституціонального забезпечення економічної безпеки в системі; 4) об'єктивна недосконаліть конкурентного середовища, наявність проявів монополізації ринків споживчих товарів і послуг, а також існування адміністративних бар'єрів у відносинах з постачальниками, конкурентами, державними контролюючими і адміністративними органами влади; 5) наявність значного тіньового сектора ринку та тінізації економіки загалом [3; 4] та ін.

Висновки для економічної політики. Забезпечення належного стану економічної безпеки підприємств споживчої кооперації є актуальною та важливою проблемою, особливо в складних умовах нестабільного економічного, політичного та соціального середовища, посилення конкуренції на споживчому ринку. Вирішення цієї суспільно значимої проблеми потребує: посилення інституціонального забезпечення економічної безпеки; організаційного забезпечення діяльності, включно зі змінами в апараті управління системою; оптимізації фінансово-економічної діяльності підприємств системи; забезпечення нормативно-методичними інструкціями та інформаційним супроводом діяльності у сфері безпеки; ведення систематичного моніторингу стану і характеристик безпеки на всіх рівнях системи споживчої кооперації; проведення мотиваційних заходів у сфері зміцнення економічної безпеки підприємств системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ареф'єва О. В. Наукові основи формування економічної безпеки підприємств / О. В. Ареф'єва // Недержавна система безпеки підприємництва як суб'єкт національної безпеки України : зб. матер. наук.-практ. конф., Київ, 16-17 травня 2001 р. – К. : Вид-во Європ. ун-ту фінансів, інформ. систем, менеджменту і бізнесу, 2003. – С. 49-53.
2. Баженова О. В. Аналіз стану економіки України в контексті її економічної безпеки / О. В. Баженова // Проблемы развития внешнеэкономических связей и привлечения иностранных инвестиций: региональный аспект : сб. науч. тр. ДонНУ. – Донецк : Изд-во ДонНУ, 2004. – С. 839-845.
3. Власюк О. С. Теорія і практика економічної безпеки в системі науки про економіку : наук. доповідь / О. С. Власюк // Нац. ін-т проблем міжнар. безпеки при Раді нац. безпеки і оборони України. – К. : Вид-во НІПМБ, 2008. – 48 с.
4. Захарченко В. І. Обґрунтування територіальної концепції економічної безпеки / В. І. Захарченко // Регіональна економіка . – 2000. – № 2. – С. 120-127.

5. Концепція економічної безпеки споживчої кооперації України / Постанова Ради центральної спілки споживчих товариств України від 12.11.2008 р. . – Інтернет-ресурс Професійної юридичної системи. – Режим доступу: http://zakon.nau.ua/doc/?code=n0007626-08.
6. Концепція економічної безпеки України. Ін-т екон. прогнозування НАН України ; кер. проекту Валерій Михайлович Геєць. – К. : Логос, 1999. – 56 с.
7. Куркин Н. В. Управление экономической безопасностью предприятия: монография / Н. В. Куркин. – Днепропетровск: АРТ-ПРЕСС, 2006. – 452 с.
8. Лазаренко В. И. Правовое обеспечение экономической безопасности предприятий: монография / В. И. Лазаренко, Т. В. Филиппенко. – Донецк: Донецкий юридический институт ЛГУВД, 2007. – 192 с.
9. Міценко Н. Г. Регулювання діяльності підприємств роздрібної торгівлі: монографія / Н. Г. Міценко, Т. Г. Васильців, Н. М. Заярна. – Львів: видавництво ЛКА. – 2009. – 176 с.
10. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 2000 – 2010 рр. – К.: Укоопспілка.
11. Скляр Г. П. Безпека розвитку сфери споживчої кооперації в умовах периферійного ринкового господарства / Г. П. Скляр // Економічна безпека і проблеми господарсько-політичної трансформації соціально-економічних систем. – Полтава: РВВ ПУСКУ, 2009. – 407 с.

УДК: 334.735:001.8.339.13

Маринич І. А., к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

АКТИВІЗАЦІЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Попередні зауваження. За умов становлення ринкової економіки в Україні переважаючим напрямом державної політики є формування інноваційної моделі розвитку всіх галузей національного господарства і споживчої кооперації зокрема. Актуальність інноваційної моделі розвитку зумовлюється стрімким зростанням впливу науки та нових технологій на сучасний економічний простір. Економічна криза, що розпочалася в 2008 році, загострила проблеми розвитку такого важливого сектору сфери товарного обігу, як торгівля. Без інновацій неможливо підвищити конкурентоспроможність підприємств. Все це потребує пошуку і обґрунтування шляхів впровадження інновацій, що дозволить створити умови стійкого соціально-економічного розвитку кожного господарюючого суб'єкту і суспільства в цілому.

Інновації у торгівлі. Значний внесок у розвиток наукових досліджень з питань сутності інновацій та управління інноваційними процесами внесли такі вчені: С.Биконя, А.Власова, М. Йохна та ін. В їх працях знайшли відображення організаційно-управлінські та методологічні аспекти інноваційної діяльності.

Методологічним проблемам дослідження системи управління інноваційною діяльністю підприємства присвячено праці Д. Диксона, Б. Бермана, Н. Круглової, П. Самуельсона, В. Стадник та ін [4,5,6]. У сучасній вітчизняній економічній літературі ще недостатньо, лише фрагментарно, приділяється увага комплексному дослідженню можливостей впровадження інновацій у торговельні підприємства, що вимагає подальшого наукового дослідження.

Класифікація інновацій. Для комплексного дослідження такої багатогранної категорії, як інновація, в сфері торгівлі необхідна систематизація її видів і різноманітності процесів, пов'язаних з практичним впровадженням (табл. 1.).

Таблиця 1

Класифікація інновацій в торговельних підприємствах

Ознаки класифікації	*Види інновацій*
Зміст інновації	Матеріально-технічні Технологічні Економічні Соціально-гуманітарні
Характер інновації	Поточна Перспективна Стратегічна
Сфера впровадження	Роздрібно-торговельна мережа Об'єкти ресторанного господарства
Ступінь новизни	Принципово нові Модифіковані (вдосконалені) Адаптовані

Таким чином, у сфері торгівлі інновації відрізняються широкою різноманітністю як за змістом, характером, так і за сферами впровадження та функціональною спрямованістю.

Всі види інновацій сприяють зміцненню інноваційного потенціалу торговельних підприємств, нарощуванню конкурентних переваг. Вони спрямовані на трансформацію, радикальні зміни, вдосконалення комерційної діяльності, технологію торговельних процесів, економічну роботу, соціальне обслуговування, організацію управління основними і допоміжними видами діяльності торговельного підприємства.

Інноваційні процеси витратомісткі, вони вимагають суттєвих інвестицій в основний капітал та модернізацію основних фондів, технологій, технічного потенціалу.

Інноваційні процеси у споживчій кооперації. За останні роки (2005-2010 рр.) в сферу роздрібної торгівлі вкладено близько 50 млрд грн, що складає 5,1% всіх інвестицій у національній економіці. Якщо до 2008 року спостерігався прискорений ріст інвестицій, то фінансова криза суттєво сповільнила темпи і обсяги освоєння інвестицій. Курс на інвестиційно-інноваційний розвиток характерний для всіх сегментів внутрішньої торгівлі незалежно від форм власності і відомчої приналежності. Особливий інтерес представляє кооперативна торгівля, яка є домінуючою в системі споживчої кооперації. Після 2005 року інвестиції в кооперативну торгівлю значно зросли, що видно з табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка розвитку інвестицій по системі Укоопспілки з 2005-2010 рр.

Види інвестицій	2005 рік	2006 рік	2007 рік	2008 рік	2009 рік	2010 рік	2010 р. у % до 2005 р.
Капітальні інвестиції	90	211	225	346	256	200	2,2.
Інвестиції в модернізацію	70	92	125	173	121	90	128,0

За 2005-2010 рр. капітальні інвестиції в середньому складали 250 млн в рік, при цьому половина з них спрямовувалась на ремонт, модернізацію, якісне оновлення обладнання комп'ютерної техніки, відновлення прогресивних форм та методів торговельного обслуговування.

Активізація інвестиційної діяльності сприяє відновленню такого прогресивного методу продажу, як самообслуговування. В цілому, по торгівлі споживчої кооперації цей метод дозволяє суттєво знизити витрати, збільшити пропускну спроможність магазинів і підвищити культуру торгівлі. Якщо у 2005 році функціонувало лише 2675 магазинів самообслуговування, то у 2010 році їх кількість збільшилась в два рази, а торговельні площі – в 2,8 рази. В споживчій кооперації спостерігається аналогічна ситуація. Темпи зростання магазинів самообслуговування збільшились в 2,3 рази. При цьому частка магазинів самообслуговування в їх

загальній кількості залишається низькою – 13,8%, проте це вище від загального показника по торгівлі на 2,3%.

На цих засадах прогресують такі нові типи магазинів, як коопмаркети. Це – сучасні типи кооперативних магазинів з високим рівнем уніфікації і стандартизації торгово-технологічних процесів, форм організації, схем управління, методів продажу товарів. За короткий термін 2004-2010 рр. їх кількість зросла у 7 разів і сягає сьогодні більше 900 магазинів. Середньомісячний товарооборот складає 1,7-2,0 млн грн [6, 7].

Слід особливо підкреслити, що у розвитку мережі коопмаркетів спостерігається нова тенденція, яка полягає у збільшенні кількості підприємств з програмним забезпеченням, які включають впровадження комп'ютерних технологій і програм для сканування товарних кодів і обліку руху товарних тагрошових потоків. Такі коопмаркети функціонують у всіх споживспілках (за виключенням двох – Івано-Франківської та Миколаївської), при цьому, міжрегіональна диференціація суттєва. В цілому по системі Укоопспілки коопмаркетів у 2010 році нараховувалось 205 одиниць, у тому числі у Рівненській, Черкаській облспоживспілках – по 27 одиниць, АР Крим – 22, Тернопільській – 18, Львівській – 3. Різниця між критичним значенням наявності магазинів сягає близько 16 разів [6, с. 146].

Активізація інноваційної діяльності в підприємствах кооперативної торгівлі має позитивні наслідки. Економічний ефект полягає в зростанні товарообороту, прискоренні оборотності запасів, скороченні втрат обігу і підвищенні рівня рентабельності торговельних підприємств.

Висновки для економічної політики. Отримані результати переконують, що інноваційну діяльність торговельних підприємств споживчої кооперації слід вважати пріоритетним напрямком технічного і соціально-економічного прогресу, базовою умовою нарощування конкурентних переваг і підвищення ефективності функціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Організація торгівлі: підручник / [В. В. Апопій, І. П. Міщук та ін.]. –[2-ге вид.]. – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 616 с.
2. Бабенко С. Г. Сучасні трансформації структури і системи відносин споживчої кооперації України / С. Г. Бабенко //Споживча кооперація України: історичний досвід, сучасний розвиток, стратегічні орієнтири: зб. наук. доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Львів: Львівська комерційна академія, 2010. – С. 6 - 21.
3. Баліцька В. Ресурси інноваційно-інвестиційного розвитку підприємств України / В. Баліцька // Вісник КНТЕУ– 2007. – №6 – С.13-21.
4. Берман Б. Розничная торговля и стратегический подход / Б. Берман, Дж. Эванс; [пер. с англ.] – [изд. 8-е.].– М.: Вильямс, 2003.– 1184 с.
5. Борисенко П. А. Ключові проблеми інноваційного розвитку України на сучасному етапі / П. А. Борисенко // Держава та регіони. – 2007. – №1. – С. 49-52. – (Сер. „Економіка та підприємництво").
6. Гончаров Н. П. Інноваційна економіка: проблеми і пріоритети / Н. П. Гончаров // Актуальні проблеми економіки 2009. – № 6. – С. 11.
7. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств та організацій системи Укоопспілки за 2010 рік. – К., 2011. – 146 с.
8. Leahy T. High-Velocity [Text] / T. Leahy // Business. Finance. – 2000.– November.– P. 71.
9. Organizational Project Management Maturity Model (OPM3) Knowledge Foundation [Text]. – PMI, 2003. – 150 p.

УДК 658.511

Масленніков О. Ю., к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

ФУНКЦІОНАЛЬНА ОЦІНКА ДІЯЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ СЛУЖБИ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ

Вступ. Питання удосконалення економічної роботи на підприємствах в даний час досить актуальні в силу того, що існує постійна необхідність її коригування відповідно до умов ринкових відносин, які постійно ускладнюються. Аналіз опублікованих теоретичних розробок по економічній роботі в діяльності підприємств ряду вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів, таких як: М. І. Баканов, М. І. Долішний, В. М. К. Друрі, Б. В. Гринів, В. В. Ковальов, І. І. Лукінов, В. С.Марцин, М. Мескон, В. О. Мец, Є. В. Мних, А. В. Савчук, Г. А. Семено, М. Г. Чумаченко, А. Д. Шеремет, А. І. Яковлєв та ін. показує, що розробки методологічних і практичних рекомендацій по проведенню економічної роботи на підприємствах в умовах жорсткої конкуренції не знайшли достатнього розкриття в сучасній економічній літературі.

Розвиток і підвищення ефективності функціонування таких підприємств у значній мірі визначається потенціалом економічної служби, вмінням спеціалістів першими передбачати, що необхідно здійснити, прогнозувати можливості виникнення ризиковних ситуацій тощо. Тому дослідження трансформації функцій економічних служб в умовах перехідної економіки, обґрунтування критеріїв оцінки і розробка заходів, спрямованих на удосконалення методів економічної роботи, безсумнівно, актуальні.

Теоретичні аргументи. Б. В. Гринів справедливо стверджує, що зміни в механізмах господарювання наклали істотний відбиток на особливості формування нових методів економічної роботи. Дослідження змісту функцій, стану й ефективності економічної роботи у підприємствах споживчої кооперації вимагає комплексного підходу, що включає дослідження й оцінку потенціалу спеціалістів, умов їх діяльності, функцій і змісту роботи, особисту і суспільну оцінку ефективності економічної роботи [1,с.17]. С. Немирович визначила рейтинг методів економічних досліджень по ступеню їх значимості в практиці економічної роботи, спрямований на виділення найбільш продуктивних методів досліджень у різноманітних сферах діяльності економіста [4,с.40-45]. Л. Таратута запропонувала методи роботи економістів у нових умовах господарювання, що припускають наявність в економіста більших організаційних повноважень, крім традиційних функцій планово-аналітичної та нормативної діяльності [5, с.12-18].

Витрати робочого часу. На основі самофотографій і хронометражних спостережень за роботою провідних економістів Стрийської та Сарненської райспоживспілок, які були проведені упродовж 5 робочих днів у грудні 2011 р., була визначена структура витрат робочого часу (табл.1)

Таблиця 1

Використання робочого провідних економістів Стрийської та Сарненської райспоживспілок

Функції і методи їх реалізації	Стрийська РСС		Сарненська РСС	
	хвилин	%	хвилин	%
1	2	3	4	5
Вивчення нормативних документів і кореспонденції	51	10,1	52	10,2
Планування показників господарської діяльності	49	9,8	22	4,3
Аналіз господарської діяльності	83	16,5	70	13,7
Оформлення результатів аналітичної роботи	36	7,2	38	7,4
Контроль за роботою економістів споживчих товариств	29	5,8	30	5,9
Виробничі наради, участь у засіданнях правління РСС	50	10,0	59	11,6

Продовження табл. 1

1	2	3	4	5
Прийом відвідувачів	23	4,6	15	3,0
Внутрішні переміщення	72	14,4	102	20,0
Невластиві функції	63	12,7	76	14,9
Втрати робочого часу	44	8,9	46	9,0
В середньому за робочий день	500	100,0	510	100,0

До організації і проведення економічної роботи ми віднесли наступні види робіт : вивчення нормативних документів і кореспонденції, планування показників господарської діяльності, аналіз господарської діяльності, оформлення результатів аналітичної роботи, контроль за роботою економістів споживчих товариств. До інших витрат робочого часу належать: участь у виробничих нарадах різних рівнів, в засіданнях правління споживспілок, прийом відвідувачів, службові відрядження в низові підрозділи споживспілок та внутрішні переміщення, час на виконання невластивих для економістів функцій (наприклад, перевірка асортиментних переліків у магазинах, участь у роботі інвентаризаційних комісій), а також втрати робочого часу через порушення трудової дисципліни, хворобу тощо.

Аналіз змісту роботи економістів підприємств споживчої кооперації виявив істотні недоліки в структурі витрат робочого часу. Як свідчать результати дослідження, на організацію і безпосередньо економічну роботу припадає менше ніж 50% робочого часу (начальник планово-економічного відділу Стрийської РСС– 49,4%, а Сарненської РСС – 41,5%). Питома вага часу на службові переміщення та виконання невластивих функцій у загальному фонді робочого часу коливалася від 27,1% (Стрийська РСС) до 34,9% (Сарненська РСС).

Недостатню частину в структурі витрат робочого часу начальників планово-економічних відділів досліджених райспоживспілок займають такі важливі функції, як планування показників господарської діяльності та контроль за роботою економістів споживчих товариств та інших підрозділів.

Висновки. У процесі трансформації адміністративної економіки були втрачені такі функції економіста, як перспективне планування економічного і соціального розвитку підприємства, визначення складу і раціональних розмірів підрозділів. Найбільш типовими в нових умовах господарювання для економіста стають: розробка бізнес-планів, диверсифікація, механізми оцінки і скорочення поточних і непродуктивних витрат, практичні аспекти ресурсозбереження, легалізація тіньової сфери функціонування підприємства, оцінка і запобігання або зменшення міри ризику.

З метою підвищення ефективності економічної діяльності необхідно удосконалення методів і прийомів економічної роботи, їх відповідність вимогам нових умов господарювання: оцінці легальних і тіньових втрат, оцінці розміру податкового тиску та розробці механізмів його оптимізації, оцінці ризиків і економічної безпеки, вивченню ринкової, маркетингової інформації, а також розробці механізмів забезпечення конкурентоспроможності підприємства.

Проте, необхідно відзначити, що критерії ефективності діяльності спеціалістів-економістів нового профілю повинні охоплювати не тільки конкретні показники діяльності підприємств (виробничі, фінансові, організаційні, соціальні), а й скорочення (недопущення) втрат матеріальних, фінансових ресурсів, запобігання штрафних санкцій, збільшення джерел формування товарообороту. Ефективність економічної роботи багато в чому визначається також мірою інформованості фахівців, їх компетентністю в господарсько-правовому законодавстві. Вузькопрофесійної компетенції і кваліфікації для рішення широкого спектра економічних та соціальних проблем вже недостатньо.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гринів Б. В. Економічний аналіз торговельної діяльності. навч.посіб. / Б. В. Гринів. – К.: Центр учбової літератури, 2012.-392с.

2. Зиновьев Ф. В. Легальные и теневые аспекты формирования потенциала экономистов / Ф. В. Зиновьев // Экономика и управление. – 2008. – № 5. – С. 3-5.
3. Зиновьев Ф. В. Экономическая работа на предприятиях / Ф. В. Зиновьев, С. Н. Немирович. – Симферополь: Таврия, 2002. – 144 с.
4. Немирович С. Н. Эффективность экономической работы на предприятии / С. Н. Немирович. – Симферополь: Таврия, 2002. – 56 с.
5. Таратута Л. В. Удосконалення методів економічної роботи на підприємствах з метою підвищення ефективності їх діяльності: автореферат дис. канд.. екон. наук: 08.06.01 / Л. В. Таратута. – Донецьк, 2010. – 24 с.

УДК 339.13:334.735

Городня Т. А., к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ

Особливості кооперативної моделі. Кооперативна модель господарювання випробувана протягом багатьох років у різних країнах. Вона відображає й українські традиції, побудовані на твердому слові взаємодопомоги і відповідальності. А тому знайшла підтримку в середовищі підприємливих людей, котрі об'єднували свої зусилля не тільки для продажу товарів першої необхідності, а й для збуту сільськогосподарської продукції, облаштування закладів ресторанного господарства, підвищення рівня самоосвіти та просвітницької діяльності. Діяльність організацій і підприємств системи споживчої кооперації є соціально орієнтованою не спрямованою на отримання прибутку. Їх діяльність спрямована на задоволення потреб своїх членів, поліпшення їх економічного становища, вирішення проблем зайнятості населення, насамперед сільського, додаткове формування нових робочих місць.

Попри широку сферу діяльності в підприємствах системи споживчої кооперації не заповнена ланка щодо надання рекреаційно-туристичних послуг, хоча перші кроки вже зроблено. Так, функціонує готель „Кооператор", середня заповнюваність якого 65-70% [1, с. 1], який зайняв перше місце в 2005 році в конкурсі на краще готельне підприємство України.

Проблемам управління в організаціях і на підприємствах споживчої кооперації присвячена низка досліджень таких вчених, як: А. Мазаракі, В. Апопій, В. Галюк, В. Геєць, В. Жигалов, І. Маркіна, Л. Лігоненко, М. Виноградський, Н. Ушакова, О. Фрідман, П. Саблук, С. Бабенко, С. Гелей, Ф. Хміль, Я. Гончарук. Проте залишаються не висвітленими питання розвитку туристичної діяльності в споживчій кооперації.

Мета наукового дослідження характеризується пошуком шляхів оцінки варіантів розвитку туристичної діяльності в споживчій кооперації.

Кооперативні організації і туризм. Кооперація дослівно означає „спільна діяльність". У широкому розумінні кооперація - це об'єднання спільних зусиль окремих людей або груп людей для досягнення будь-якої мети. У більш конкретному і вузькому розумінні термін „кооперація" використовується для позначення особливої суспільно-економічної організації товаровиробників чи споживачів, тобто для позначення певного типу соціально-економічної організації [4, с. 1].

Так, Марта Кандиба зазначає, що споживча кооперація – це добровільне об'єднання громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану [3, с. 1].

Зазначимо, що підвищення ефективності роботи споживчої кооперації та її стале функціонування на сучасному етапі становлення та виживання в умовах ринкових відносин можливо за допомогою впровадження нових способів та напрямків діяльності, зокрема розвиток туристичної діяльності.

Туристична діяльність – це „ діяльність з наданням різноманітних туристичних послуг відповідно до вимог законодавства України ” [5, с. 43]. Але для існування та розвитку туристичної діяльності як індустрії необхідно мати наступні основні підстави:

- туристичні ресурси, які формують туристичний продукт та його пропозицію;
- інфраструктуру для реалізації зобов'язань згідно з пропозиціями туристичного продукту;
- обслуговуючий персонал для виконання послуг туристичному контингенту;
- інвестиції та інновації для вдосконалення і розвитку туристичної діяльності.

На сьогодні найбільш динамічною і перспективною в розвитку туристичної діяльності є готельна індустрія. Дуже швидко розвиваються такі форми готельного господарства, як мотелі, кемпінги, молодіжні бази, дитячі оздоровчі заклади, хостели. Так, за даними райдержадміністрацій та міськвиконкомів, станом на 01.01.10 р. в Львівській області функціонувало 354 місця тимчасового розміщення на 6710 номерів, у тому числі: готелів — 110, мотелів і кемпінгів — 57, агроосель і приватних садиб – 51, інших (хостели, пансіонати, бази відпочинку, вілли) – 72. У м. Львові діяло 75 об'єктів, у тому числі: готелів – 44, мотелів і кемпінгів – 5, агроосель і приватних садиб — 4, інших – 20.

У зв'язку з планами уряду подати заявку на проведення зимової Олімпіади 2022 року слід очікувати активізації розвитку готельної інфраструктури, тому для підприємств споживчої кооперації даний факт має бути певним сигналом для подальшого розвитку [2, с. 1].

Шанси на успіх зростають, якщо туристична структура може запропонувати туристам щось незвичайне та унікальне, що збільшує привабливість та зацікавленість клієнтів, а з цим – і попит на відповідний туристичний продукт.

До суттєвих переваг, які піднімають імідж туристичної структури, можливо віднести перетворення окресленої туристичної території в паркові зони, заповідні ландшафти, мальовничі місцевості та інші унікальні найпривабливіші і неповторні природні місця відпочинку.

Тому вдале використання туристичних ресурсів при формуванні туристичного продукту згідно з бажаннями туристів є головною підставою для формування іміджу туристичної структури.

Емпіричні результати. Прибуток є найкращим оціночним показником туристичної діяльності в споживчій кооперації.

Причому слід прагнути досягнення наступного режиму туристичної діяльності: темп росту прибутку повинен змінюватися швидше, ніж темп росту доходу від реалізації туристичного продукту.

Прибуток формується на основі доходу від реалізації туристичного продукту та витрат на його обслуговування:

- прибуток $P = f$ (дохід D, витрати B).

Тобто збільшення прибутку можливо двома напрямками:

- зменшення витрат (новітні технології, впровадження інновацій, ресурсне використання, умови роботи тощо);
- збільшення доходу (асортимент, ціна, пріоритетність видів обслуговування, якість тощо).

Тому на базі показника прибутку треба формувати ефективну стратегію (концепцію) розвитку туристичної діяльності в споживчій кооперації, а для усіх інших показників треба знаходити взаємозв'язок з показником прибутку, використовуючи існуючий нормативний базис.

Тобто в цих умовах однією з важливих ознак ефективної туристичної діяльності є встановлення оптимальних співвідношень між прибутком та витратами загального обсягу виручки від реалізації туристичного продукту.

Таким чином, джерелом удосконалення та розвитку туристичної діяльності в споживчій кооперації повинен стати напрямок, який віддзеркалюється максимізацією прибутку з переглядом різних сукупностей витрат по видам обслуговування. Таку ситуацію необхідно

розв'язувати багаторазово з пошуком оптимальних величин витрат або їх допустимих діапазонів по кожному виду послуг

$$F = f(P, b_i) \rightarrow \max, \quad (1)$$

або

$$F = f(P, [b_i^{min}, b_i^{max}]) \rightarrow \max, \quad (2)$$

де P - прибуток;

b_i - обсяги i-го виду обслуговування;

$[b_i^{min}, b_i^{max}]$ - діапазон доцільних змін величини b_i.

Висновки. Таким чином, головна мета туристичної діяльності в споживчій кооперації спрямована на задоволення ринкового попиту на туристичний продукт при одержанні максимального прибутку та високої рентабельності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Готель „Кооператор" підприємство Укоопспілки: [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу: http://who-is-who.com.ua/bookmaket/ economisty2006/10/163.html
2. Львов: проблемы и перспективы: [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу: http://zn.ua/ARCHIVE/lvov_problemy_i_perspektivy_razvitiya_ malogo_biznesa_v_regione_informatsionno-analiticheskie_materia-1736.html
3. Марта Кандиба: Споживча кооперація – добровільне об'єднання громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану: [Електронний ресурс]. – 2010. – Режим доступу: http://vip.volyn.ua/article/marta-kandiba-spozhivcha-kooperats-ya-dobrov-lne-ob-dnannya-gromadyan-dlya-sp-lnogo-vedennya
4. Місце і роль споживчої кооперації в національній економіці: [Електронний ресурс]. – 2011. – Режим доступу: http://ua-referat.com
5. Шканова О. М. Маркетинг послуг: навч. посібн. / О. М. Шканова – К.: Кондор, 2008. – 304 с.

УДК 334.735:316

Іляш О. І., к.е.н., доц.,
Сітка М. Р., асп. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

СОЦІАЛЬНА БЕЗПЕКА СИСТЕМИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ МОДЕЛЮВАННЯ ТА ОЦІНКИ ВПЛИВУ ЗАГРОЗ

Теоретичні засади. Враховуючи те, що система соціальної безпеки – це поняття комплексне і не може розглядатись як проста сума складових її частин, оскільки ці частини взаємопов'язані і взаємозалежні, окрім того, кожна частина критично значуща, існуючі методи оцінки загроз системі споживчої кооперації неприйнятні, при цьому оцінка рівня безпеки завжди відносна. Додамо також, що система соціальної безпеки споживчої кооперації, не може ефективно функціонувати у відповідному форматі без вивчення її методологічних основ. Зазначимо, що сучасні дослідження загроз та ризиків підтверджується значною кількістю наукових розробок у напрямку зміцнення системи безпеки. Так, наприклад, А. Садердинов, А. Курило запропонували системний підхід до побудови інструментарію комплексного захисту системи підприємства і описали методику побудови такої системи з застосуванням вітчизняних організаційно-економічних засобів захисту, розглянули принципи і методи аудиту системи безпеки на основі економіко-математичного підходу [9, с. 145; 6, с. 121]. Найбільш яскраве вираження системний підхід до діагностики впливу загроз системі безпеки знайшов у роботі В. Домарева, в якій автором запропонована тривимірна модель, що включає в себе основні етапи, напрями і методи оцінки безпеки різних систем [4, с. 247]. Разом з тим, наявність як кількісних, так і якісних індикаторів безпеки, ускладнюють про-

цедуру впровадження систем захисту, унеможливлюють застосування класичних методів оптимізації системи набору критеріїв оцінки соціальної безпеки системи споживчої кооперації, пов'язаних з моделюванням погано формалізованих процесів, їх прогнозуванням, що вимагає подальших досліджень в даному напрямку.

Соціальна безпека: кооперативний аспект. Сьогодні стає очевидним, що зростання інтересу до вивчення проблем соціальної безпеки системи споживчої кооперації є цілком закономірним, оскільки вони значно актуалізуються та стають предметом особливої уваги в періоди суспільних трансформацій. Однак сама констатація їх впливу дозволяє виявляти лише окремі зміни в тенденціях розвитку системи, що відбуваються внаслідок дії окремих соціальних чинників та загроз. Окрім того, вчені прогнозують їх забезпечують розробку проектування сценаріїв на основі принципів циклічної динаміки. Так, М. Рогоза стверджує, що споживча кооперація як соціально-економічна система по своїй суті забезпечує в значній мірі розвиток та зменшення ризиків за рахунок соціальної відповідальності діяльності її системи, оскільки системоутворюючі принципи мають ознаки соціальної стабільності системи [8, с.1]. С. Бабенко вважає за необхідне посилення уваги до безпеки інституту пайовиків і працівників споживчої кооперації, відзначає посилення тенденцій впливу загроз соціального характеру, пріоритетність соціальної ідеї та соціальної орієнтації споживчої кооперації [2, с. 6, 9,12-13]. В роботах П. Грін [3] та Пан Ги Муна [7] підкреслено місце безпеки кооперативів у соціальній економіці. С. Іткулов та С. Семів [10, с. 177-184] звертають увагу на розвиток інтеграційних процесів в кооперативній сфері, тим самим визначаючи окремі соціальні загрози на систему соціальної безпеки споживчої кооперації. Застосування системного підходу у визначенні конкурентоспроможності оплати праці Т. Костишиною [5, с.1] дозволяє стверджувати про існування низки загроз у системі оплати праці працівників споживчої кооперації. І, наостанок, Г. Скляр [11, с.1] виявляє загрози - втрати соціального ресурсу в системі споживчої кооперації (членів, що не працюють на підприємствах споживчої кооперації), що може привести до припинення відносин, властивих класичній моделі сфери споживчої кооперації. Зарубіжні економісти враховують передбачення низки стратегічних ризиків системи соціальної безпеки споживчої кооперації, серед яких: внутрішньо-регіональна міграція, ризики безробіття тощо [12, 13]. Приведені теоретичні аргументи визначають необхідність вивчення теоретичних основ декомпонування загроз та розробки моделі оцінки їх впливу на систему соціальної безпеки споживчої кооперації.

Когнітивна модель системи соціальної безпеки. Системний аналіз впливу загроз на систему соціальної безпеки споживчої кооперації у вітчизняній літературі відсутній. Разом з тим, вважаємо, що він повинен передбачати комплексний підхід до вивчення загроз підсистемам (функціональним складовим) системи соціальної безпеки споживчої кооперації, при цьому, особливе місце в забезпеченні соціальної безпеки повинне займати передбачення та оцінка впливу загроз системі. У нашому випадку видається найбільш вдалим у порівнянні з іншими методами, використання методу нечітких множин в якості моделі оцінки впливу загроз, оскільки він дає можливість формалізувати кількісно невимірні фактори в умовах використання неповної, нечіткої і навіть суперечливої інформації. У зв’язку з таким підходом нами адаптовано запропоновану автором І. М. Ажмухамедовим модель оцінки впливу загроз на систему соціальної безпеки, що базується на когнітивному моделюванні до системи споживчої кооперації [1, с. 11]. Спроби безпосередньо надати цій оцінці кількісного значення в більшості випадків безперспективні в плані подальшої інтерпретації результатів. Цей дуже важливий аспект призвів до необхідності застосування апарату нечіткої логіки для вирішення широкого кола завдань управління системою споживчої кооперації.

Зазначимо, що рівень комплексної безпеки системи – це інтегральна оцінка, заснована на наборі показників і критеріїв, що характеризує стан системи споживчої кооперації в плані захищеності критичних для неї функціональних елементів. При побудові нечіткої когнітивної моделі в оцінці системи соціальної безпеки (KBS) можуть бути прийняті вирази (1-3):

$$KBS = <G, L, E>, \quad (1)$$

$$G = <\{Fi\}; \{Dij\}>, \quad (2)$$

$$E = \{Fi(e)\ Fj \mid e \in (>; \approx)\}, \quad (3)$$

де *KBS*– відповідає рівню комплексної безпеки системи в цілому (інтегральному критерію безпеки);

G– явна загроза, що не містить додаткових небезпек у межах одного рівня ієрархії системи споживчої кооперації;

{Fi}– безліч факторів або загроз у термінології нечітких множин;

{Dij}– безліч причинно-наслідкових зв'язків між загрозами;

L– набір якісних оцінок рівнів кожного фактора (загрози) в ієрархії: *L* = {низький, нижче середнього, середній, вище середнього, високий};

E – система відносин – переваги одних загроз іншим за ступенем їх впливу на заданий елемент наступного рівня ієрархії;

Fi і Fj – фактори (загрози) одного рівня ієрархії;

> – відношення переваги впливу загрози;

≈ – відношення байдужості впливу загрози.

Така система може бути отримана, наприклад, модифікованим методом нестрогого ранжування факторів, що дозволяє визначити узагальнені на випадок переваги / байдужості загроз по відношенню один до одного ваги на основі зважування Фішберна для кожної *Dij* (ваги зв'язків).

На підставі вищевикладеного загальну послідовність аналізу та управління впливом загроз на систему соціальної безпеки споживчої кооперації на основі нечіткого когнітивного моделювання можна представити у вигляді наступного алгоритму:

- збір інформації про об'єкт захисту, вибір критеріїв, які характеризують стан різних сторін забезпечення соціальної безпеки системи споживчої кооперації, визначення їх прийнятного рівня;
- побудова когнітивної моделі впливу первинних та вторинних загроз впливу на безпеку системи;
- розрахунок ваг Фішберна на підставі модифікованого методу нестрогого ранжування загроз системі споживчої кооперації;
- аналіз рівня забезпечення системи соціальної безпеки, з метою розробки різних стратегій управління безпекою системи споживчої кооперації: зменшення ризиків, ухилення від ризиків, ліквідація загроз системі соціальної безпеки споживчої кооперації.

Висновки для економічної політики. Таким чином, процес забезпечення безпеки системи споживчої кооперації передбачає вирішення двох взаємопов'язаних завдань: прямого (аналізу стану системи та виявлення загроз) і оберненого – управління нею (можливого захисту системи). Разом з тим, виявлення та оцінка впливу загроз на систему соціальної безпеки споживчої кооперації виступає лише першим етапом в низці заходів щодо її зміцнення. Це пояснюється тим, що дії із забезпечення системи соціальної безпеки розробляються і реалізуються на основі критеріїв та індикаторів. Очевидно, що характеризувати рівень соціальної безпеки системи споживчої кооперації єдиним набором критеріїв та показників некоректно.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ажмухамедов И. М. Анализ и управление комплексной безопасностью на основе когнитивного моделирования / И. М. Ажмухамедов // Вестник АГТУ. – 2010. – Вып. 29. – С. 5-14.
2. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці: монографія / С. Г. Бабенко. – К.: Наукова думка, 2003. – 332 с.
3. Грин П. Социальная экономика и социальное предприятие / П. Грин // Сибирская кооперация. – 2009. – 3 ноября. – 228 с.

4. Домарев В. В. Безопасность информационных технологий. Системный подход / В. В. Домарев. – К. : Изд-во „Диасофт”, 2004. – 992 с.
5. Костишина Т. А. Конкурентоспроможна система оплати праці як складова стратегічного розвитку споживчої кооперації України в умовах глобалізації та євроінтеграції / Т. А. Костишина // Електронний журнал „Українська кооперація”. – 2011. – № 4. – Режим доступу: http://www.ukrcoop-journal.com.ua/content.htm
6. Курило А. П. Аудит системы безопасности / Курило А. П., Зефиров С. Л., Голованов В. Б. – М. : Издательская группа „БДЦ-пресс”, 2006. – 304 с.
7. Пан Ги Мун. Кооперативы в процессе социального развития / Пан Ги Мун // Сибирская кооперация. – 2009. – 16 ноября. – 228 с.
8. Рогоза М. Є. Концептуальний погляд щодо механізмів забезпечення ефективності розвитку системи споживчої кооперації України / М. Є. Рогоза // Електронний журнал „Українська кооперація”. – 2011. – № 4 / Режим доступу: http://www.ukrcoop-journal.com.ua/content.htm
9. Садердинов А. Система безопасности предприятия : учебное пособие / Садердинов А., Трайнев В., Федулов А. – [2-е изд.]. – М. : Издательско-торговая корпорация „Дашков К°”, 2005. – 336 с.
10. Семів С. Р. Перспективи поглиблення міжнародної інтеграції та участі споживчої кооперації України у міжнародному кооперативному русі / С. Р. Семів // Вісник Львівської комерційної академії. – 2009. – Вип. 8 – С. 177-184. – (Серія „Гуманітарні науки”).
11. Скляр Г. П. Подолання бідності як критерій суспільної ефективності розвитку споживчої кооперації / Г. П. Скляр / Електронний журнал „Українська кооперація”. – 2011. – №4. – Режим доступу:http://www.ukrcoop-journal.com.ua/content.htm
12. ICAwelcomesnewmembers // ICADigest. – 2011. – № 71. – P. 15.
13. ICA. StrategicPlan 2009–2012:[Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.coop.org.

УДК 334.735:316(477.8)

Гринкевич С. С., к.е.н, доц.,
Гураль Н. Р., асп. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

СОЦІОЛОГІЧНЕ ВИМІРЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРАЦІВНИКІВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ПІДПРИЄМСТВ ЛЬВІВСЬКОЇ ОСС)

Вступ. Економічний потенціал будь-якого підприємства та темп його розвитку, значною мірою залежить від того, наскільки ефективно використовується його трудовий потенціал. За останні роки в період ринкових трансформаційних подій в економіці України, у тому числі її кооперативному секторі, здійснено цілий ряд організаційно-практичних заходів щодо удосконалення стилю, форм і методів роботи з персоналом, його професійного розвитку, соціального захисту працівників системи, посилення впливу на всі складові цієї роботи [2, с.20].

Теоретичні зауваження. Теоретико-методологічні й прикладні питання ефективізації використання трудового потенціалу розглянуті у працях провідних вітчизняних учених, таких як О. Амоша, М. Долішній, С. Злупко, Л. Ільїч, Е. Лібанова, В. Лич, Л. Семів, А. Чухно, та інші. Вагомим є внесок у формування наукової думки в сфері управління якістю з визнанням ролі людського фактору таких дослідників, як: Ю. Адлер, П. Веллінгтон, Е. Демінг, Дж. Джуран, В. Лапідус, А. Фейгенбаум, В. Шухарт та інші.

Разом з тим, завдання забезпечення ефективного використання трудового потенціалу при впровадженні і функціонуванні системи управління якістю діяльності підприємств споживчої кооперації потребує більш глибокого розгляду та дослідження. Пошук шляхів його роз-

в’язання має важливе наукове і практичне значення, оскільки від цього значною мірою залежить конкурентоспроможність підприємств споживчої кооперації на державному рівні.

Результати опитування працівників. Для емпіричного оцінювання використано дані соціологічного опитування вибіркової сукупності працівників підприємств Львівської ОСС за 2012 рік, в якому взяли участь 300 осіб. У масовому і репрезентативному дослідженні воно адекватно відображає реальну ситуацію, адже самооцінка власного потенціалу, незважаючи на суб’єктивний характер, виступає важливим індикатором соціального і трудового статусу

Результати соціологічного дослідження свідчать про те, що при достатньо високих потенційних професійних можливостях респондентів (50,2 % отримали вищу освіту, 4,8 % – неповну вищу, 45 % – середню спеціальну) та високій професійній підготовці (стаж роботи в усіх респондентів понад 10 років) спостерігається значний рівень недовикористання трудового потенціалу (рис. 1).

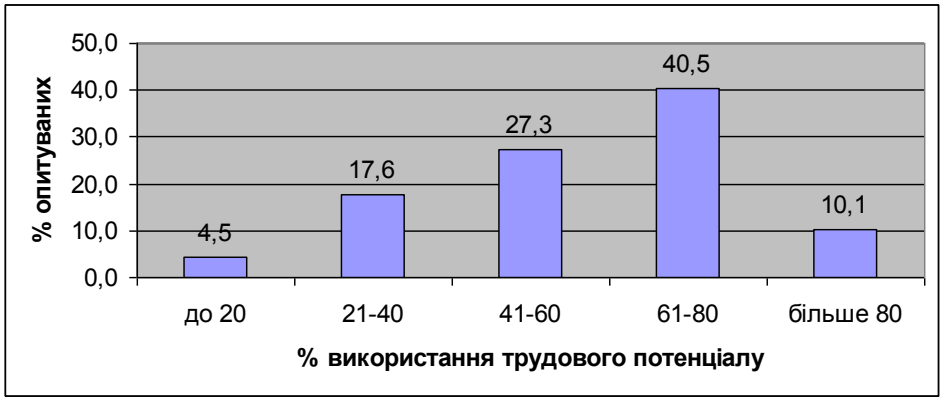

Рис. 1. Рівень використання трудового потенціалу працівників підприємств Львівської ОСС

Дослідження основних причин недовикористання трудового потенціалу працівників підприємств ЛОСС за гостротою та вагомістю серед опитаних респондентів наведено на рис.2.

Оцінка наведених причин обмеженого використання трудового потенціалу обумовлює необхідність прийняття ряду заходів. В першу чергу, це раціональне підвищення заробітної плати, перспектива кар’єрного зростання та створення належних умов праці. Саме така стратегія розвитку трудового потенціалу забезпечить зростання продуктивності праці і збільшить відповідність працівників вимогам керівництва.

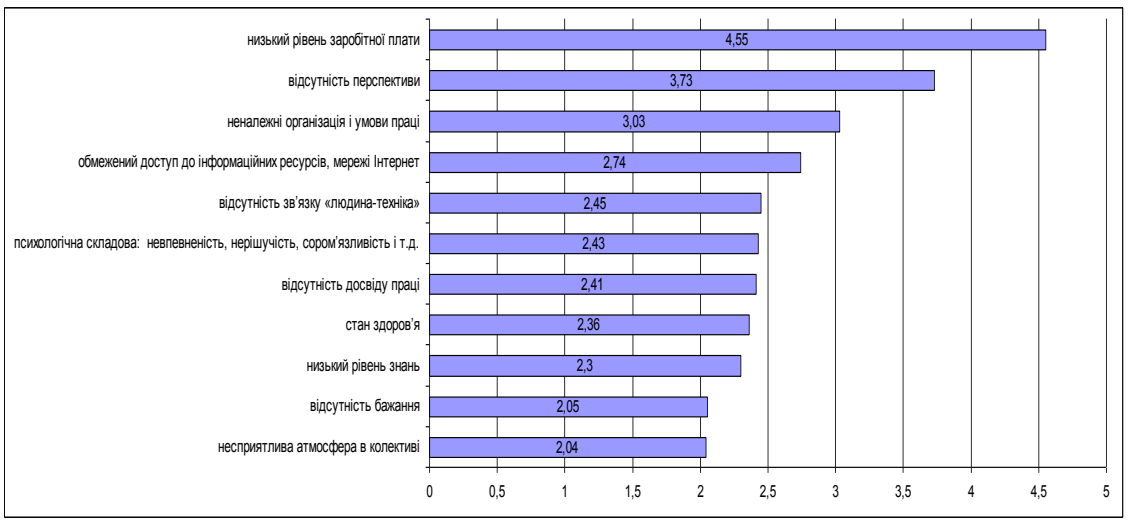

Рис. 2. Самооцінка причин недовикористання трудового потенціалу працівників підприємств ЛОСС (обробка анкет проводилася використовуючи метод балів)

Надзвичайно важливим аспектом ефективного використання трудового потенціалу в умовах сучасних умовах є проблема психологічного сприйняття населенням нових умов трудової діяльності. Чимала кількість українців працездатного віку не змогла або не захотіла адаптуватись до нових умов. Багато в чому наші співвітчизники зберігають рудименти настанов, норм та практик радянської доби, які в Україні сьогодні є малоефективними. Необхідна нова „пересоціалізація" – стимуляція населення до підвищення продуктивності праці, заохочення виробляти більше й, відповідно, заробляти більше [5, с.646.].

Основними стимулюючими чинниками підвищення рівня використання особистого трудового потенціалу опитані респонденти підприємств ЛОСС вважають (рис. 3):

- застосування на підприємстві політики матеріального стимулювання,
- перспективу кар'єрного просування та проведення стажування з метою підвищення рівня знань та кваліфікації,
- забезпечення стабільної зайнятості.

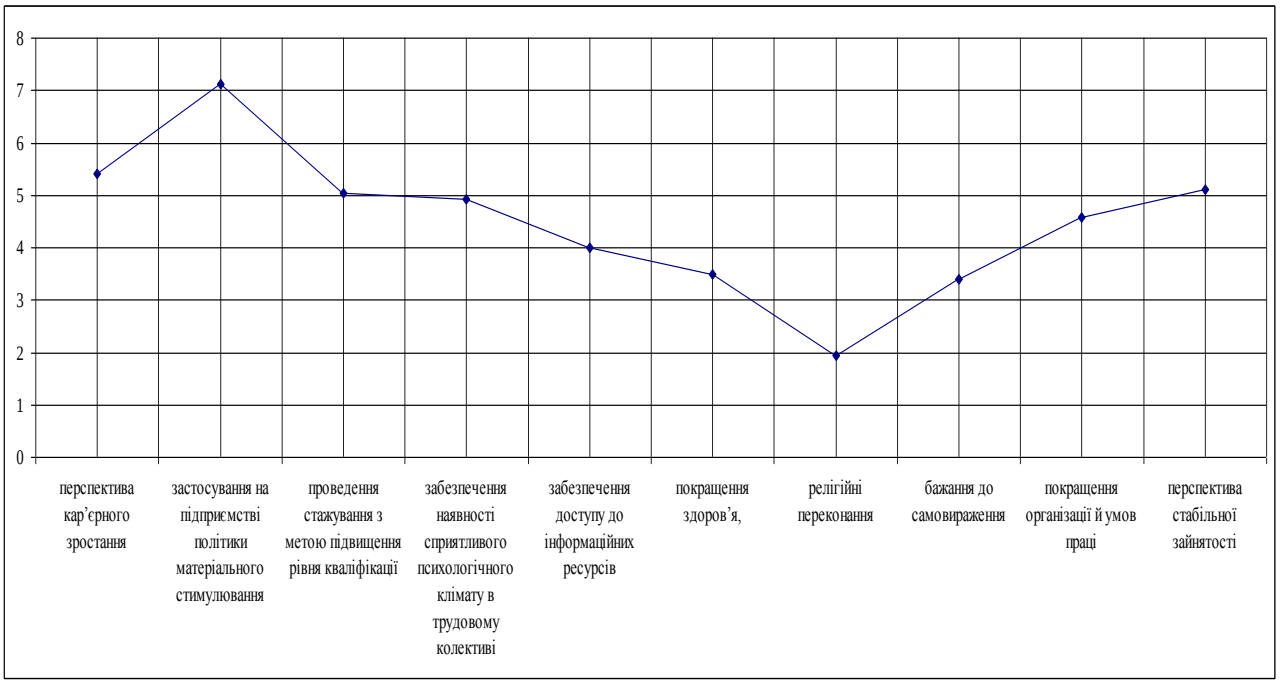

Рис. 3. Стимулюючі чинники підвищення рівня використання трудового потенціалу працівників підприємств ЛОСС за результатами самооцінки опитаних респондентів (обробка анкет проводилася використовуючи метод балів)

Висновки. Грошова винагорода та інші види компенсацій на підприємствах споживчої кооперації ОСС не можуть задовольнити потреби працівників і, відповідно, забезпечити повноцінне відтворення їх трудового потенціалу. Ефективне використання трудового потенціалу можливе лише при наявності у працівників відповідної мотивації, яка сполучатиме цілі компанії та цілі працівника для найбільш повного задоволення потреб обох [3, с. 6]. Доречним є висновок відомого американського фахівця у галузі менеджменту Річарда Л. Дафта: „Мотивація працівників впливає на їх продуктивність, і частина роботи менеджера якраз і полягає в тому, щоб спрямувати мотивацію на досягнення цілей організації" [4, с.49].

Таким чином, ефективне використання трудового потенціалу можливе через активізацію людей у праці, сприяння реалізації цілей і прагнень працівників у трудовій діяльності [6].

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко І. Споживча кооперація на шляху до Європи / І. Бабенко // Діловий вісник. – 2011. – №12. – С.18.

2. Войнаш Л. Основні напрями кадрової політики в кооперативних організаціях і підприємствах укоопспілки / Л. Войнаш //Вісті ДВ. – 2008р. – №17. – С. 20-23.
3. Богиня Д. П. Еволюція теорій трудової мотивації на рубежі XXI століття / Д. П. Богиня // Регіональні перспективи. – 2002. – №3–4 (22-23). – С.5–8.
4. Каверин С. Б. Мотивация труда / С. Б. Каверин. – М.: Изд-во „Институт психологии РАН", 1998. – 224 с.
5. Соціально-економічний стан України: наслідки для народу та держави: національна доповідь / [за заг. ред. В. М. Гейцята ін.]. – К.: НВЦ НБУВ, 2009. – 687 с.
6. Трудовий потенціал: багаторівнева стратегія збереження та розвитку: автореф. дис. докт. екон. наук: 08.09.01: [Електронний ресурс] / Л. В. Шаульська; НАН України. Ін-т економіки промисловості. — К., 2006. — 20 с. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/-ard/2006/06shlv.zip

УДК. 334.014.34

Заярна Н. М., к.е.н., доц. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

УДОСКОНАЛЕННЯ І РОЗВИТОК ІНФОРМАЦІЙНО-ТЕХНОЛОГІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Адаптація споживчої кооперації до сучасних ринкових умов з характерними для них диспропорціями, що зумовлені наслідками економічної кризи, проходить надзвичайно складно і супроводжується глибокими кризовими явищами та негативними тенденціями, які загрожують її життєдіяльності. Знижується роль споживчої кооперації загалом, і торгівлі як її провідної галузі, що історично здійснює свою діяльність переважно на селі, забезпечуючи потреби в товарах і послугах сільського населення, що складає третину населення країни.

Теоретичні аргументи. На сьогодні споживча кооперація України виступає рівноправним суб'єктом ринку і, для утримання конкурентних позицій, загострюється необхідність інтенсивно оновлювати арсенал господарських методів управління. Саме цим і обумовлена необхідність удосконалення інформаційно-аналітичного забезпечення управління процесами розвитку господарських процесів в усіх структурних підрозділах системи, а саме –створення інформаційно-технологічної мережі системи споживчої кооперації, що являє собою об'єднання організаційних структур, що зайняті роботами зі створенням інтегрованих інформаційно-комп'ютерних технологій, наданням послуг з їх впровадження, здійсненням програмно-апаратного супроводу та підтримки в актуальному стані [1, с. 255].

Особливості сучасної ситуації в споживчій кооперації. Кооперативна діяльність спрямована не лише на задоволення матеріальних потреб населення, але й на соціальну перебудову села, економічну стабілізацію, відродження демократії, що в значній мірі залежить від стану торговельної мережі. На сучасному етапі розвитку роздрібна торговельна мережа споживчої кооперації стикається із багатьма проблемами як економічного, так і соціального характеру, найактуальнішими з яких є зменшення кількості роздрібних торговельних підприємств, їх торгових площ і зниження рівня забезпеченості ними населення. За 2000-2010 роки кількість роздрібних підприємств системи Укоопспілки скоротилася на 14,2 тис од., в т.ч. магазинів на 13,6 тис од. торговою площею 742 тис кв.м [2, 3, с. 6].

Станом на 1.01.2011 р. кооперативна мережа в Україні нараховувала 10092 од. роздрібних торговельних підприємств, що на 2199 од. менше порівняно із 2008 р., торговою площею 838,3 тис.кв.м. При цьому в складі кооперативної роздрібної торговельної мережі в Україні 98,0% припадає на магазини. На жаль, чисельність об'єктів роздрібної торговельної мережі споживчої кооперації України з кожним роком скорочується, зокрема за період 2004-2010 рр.

на 9,8 тис магазинів торговою площею 540,5 тис кв.м. Загалом за 1995-2008 роки кількість роздрібних підприємств Укоопспілки скоротилася на 49,5 тис од., що становитиме 81,1% (19,1 – 100,0), в т.ч. магазинів - на 45,9 тис. од. [3, с. 4]. Переважна частина кооперативних магазинів розташована і діє у сільській місцевості і за останні два роки зросла від 81,3% до 82,0% у 2010 році, однак загальна кількість магазинів скоротилася на 529 одиниць [2, 3], що свідчить про зниження значення споживчої кооперації і недостатнє виконання її основних функцій.

Як показує проведений аналіз статистичної звітності системи споживчої кооперації України, роздрібна торгівля Укоопспілки в період ринкового трансформування розвивалася доволі повільними темпами, що негативно відбилося і на якості торговельного обслуговування населення країни. Так, за 2008 рік роздрібний товарооборот у порівняльних цінах (з врахуванням індексів зростання роздрібних цін) по системі Укоопспілки скоротився на 2,6%.

В кризові 2008-2009 роки, незважаючи на ніби-то позитивну динаміку росту товарообороту (13,9%, 3,7% до попереднього року), товарооборот у порівняльних цінах зазнав зниження на 2,6% і 13,7% відповідно, однак у 2010 році відбувається хоч і незначне, однак нарощування обсягу реалізації на 6,0% у порівняльних цінах (рис. 1).

Рис. 1. Динаміка роздрібного товарообороту споживчої кооперації України в 2004-2010 рр. в діючих і порівняльних цінах [2, 3]

Слід зазначити, що частка споживчої кооперації зменшилася і складала в 2004р. - 3,3%, у 2005р. - 2,8%, у 2006р. - лише 2,4% товарообороту України, а з продажу продовольчих товарів у 2008 р. становила 6,6% проти 7,3% у 2003 р., тоді як з 2008 року знову повернулася тенденція до її скорочення, обумовлена зниженням купівельної спроможності населення, особливо у сільській місцевості, внаслідок економічної дестабілізації, і у 2009-2010 роках вона дорівнювала лише 6,0% і 6,1% [3, с. 2].

У період фінансово-економічної кризи тенденції розвитку споживчої кооперації України свідчать про негативні зміни, які відбулися у господарській діяльності кооперативних підприємств і організацій, пов'язані з неефективним використанням конкурентного потенціалу як у середині, так і за її межами [5]. Одним із засобів підвищення ефективності господарювання споживчої кооперації як багатогалузевої системи та зміцнення її позицій на споживчому ринку є запровадження сучасних методів та підходів управління. Так, враховуючи виняткову важливість впливу інформаційних технологій на сучасний розвиток суспільно-виробничих відносин, необхідно відзначити, що створення, удосконалення і впровадження інформаційно-комп’ютерних технологій у систему управління споживчої кооперації України є одним із головних і невідкладних завдань на найближчу перспективу.

Незважаючи на те, що споживча кооперація являє собою багатогалузеву структуру, комп'ютеризація інформаційних процесів проводиться головним чином лише в торгівлі (як оптовій, так і роздрібній). Основною ланкою автоматизації інформаційних процесів є обліково-розрахункові операції (бухгалтерський облік, зарплата, звітність та інші) в організаціях і підприємствах різних галузей споживчої кооперації. Недостатньо використовуються комп'ютерні технології для створення інтегрованих баз даних, формування аналітичної інформації для проведення ефективного фінансово-господарського менеджменту. Результати проведеного моніторингу програмно-апаратного ресурсу інформаційно-технологічного середовища споживчої кооперації показали, що з усіх існуючих інформаційно-комп'ютерних технологій в основному використовуються: 1С-технології та УКС-технології, розроблені підприємством Укоопспілки "Укоопінком" і впроваджені в експлуатацію у понад 700 підприємствах і організаціях системи споживчої кооперації України [4]. Також, незважаючи на швидкі темпи розвитку глобальної Інтернет-мережі і Web-технологій, використання їх в діяльності організацій і підприємств споживчої кооперації залишається низьким. Не всі підприємства та організації споживчої кооперації мають вихід в мережу Інтернет і свою власну поштову скриньку (E-mail). Вся система має недостатню кількість Web-сайтів (офіційних), які за дизайном, інформативністю і технологічністю не повністю відповідають вимогам та стандартам сьогодення. Крім того, не освоюються нові напрями використання Інтернет-технологій: електронний бізнес та комерція, маркетинг та менеджмент.

Висновки для економічної політики. Одним із напрямів підвищення ефективності управління господарськими процесами в системі споживчої кооперації України з метою, з одного боку, зміцнення її конкурентних позицій на споживчому ринку, з іншого – реалізації соціальної політики на селі, яка згідно зі „Стратегією розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.)” виражається у задоволенні потреб не тільки своїх пайовиків, а й сільського населення, що проживає в зоні обслуговування системи [6], на XX з'їзді споживчої кооперації України затверджено Програму інформатизації споживчої кооперації України на 2011 - 2015 роки.

Розроблення інформаційно-технологічних технологій є одним із важливих компонентів інформаційно-технологічної індустрії. Це створення нових проектів, удосконалення та розвиток існуючих. При цьому важливим є збереження принципу спадковості, впровадження єдиних систем класифікації і кодування при формуванні інформаційних структур, типовості функціональних алгоритмів бізнес-процесів і програмних модулів, використання прийнятих стандартів для програмування компонентів відображення інформації (інтерфейсу користувача), запровадження типового переліку робочої документації. Розроблення інформаційно-технологічних технологій повинне базуватися на використанні нових Windows-технологій та Web-технологій (інструментальних середовищ):

- для розроблення програмного коду використовується об'єктно-орієнтоване інструментальне середовище Delphi;
- для створення і управління відносно малими і середніми базами даних використовується файловий сервер Access, в іншому випадку - сервери баз даних Firebird, MS SQL SERVER Microsoft;
- для розроблення Web-проектів;
- створення скриптів клієнтської частини проекту - Java Script і Web-застосувань;
- створення серверної частини проекту - PHP, ASP;
- підтримка бази даних - сервери баз даних MySQL, Microsoft SQL Server.

Разом з тим, роль і значення споживчої кооперації в ринковому середовищі зростатиме, оскільки вона покликана сприяти соціальному захисту і економічній підтримці широких верств населення, відродженню села, становленню сільського ринку товарів і послуг, розширенню міжнародного кооперативного співробітництва і міжнародної інтеграції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Заярна Н. М. Необхідність і напрями удосконалення інформатизації споживчої кооперації України шляхом формування інформаційно-технологічної індустрії / Н. М. Заярна, А. А. Цибульській // Роль інновацій у підвищенні наявного потенціалу країни : матеріали міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф., Тернопіль, 14-15 грудня 2011 р. – Ч.1. – Тернопіль : Крок, 2011. – С. 255-257.
2. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації України за 2000 – 2009 рр. – К.: Укоопспілка.
3. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Крим-споживспілки, облспоживспілок за 2010 рік. – К.: Укоопспілка, 2011. – 107 с.
4. Постанова ІІІ зборів ХХ скликання Ради центральної спілки споживчих товариств України від 10.11.2010 (Про Програму інформатизації споживчої кооперації України на 2011 - 2015 роки): [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.licasoft.com.ua/component/-lica/?href=0&view =text& base=1&id=591125&menu=733427
5. Сімонова В. С. Потенціал підприємств торгівлі споживчої кооперації україни / В. С. Сімонова – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.icp-ua.com/ru/node/519
6. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) / [кер. авт. кол. С. Г. Бабенко]. – К.: Укоопспілка, 2004. – 62 с.

УДК. 334.014.34

Лупак Р. Л., к.е.н., ст. викл. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Потенціал кооперативної власності в останні роки трансформаційних перетворень економічної системи України складно назвати повністю або частково розкритим. Якщо в країнах з розвинутою ринковою економікою, кооперація є одним із основних елементів потенціалу загальнодержавного розвитку, де вона займає їй виділену нішу та задовольняє населення у потребі виходу на ринок, у вітчизняній політиці розвитку навпаки – кооперація поступово зникає з повсякденної економічної практики господарських відносин.

Враховуючи мотиваційні механізми кооперативної власності, можна стверджувати, що система кооперативного руху є рушійною силою адаптації економічної системи держави до ринкових перетворень. Кооперативна власність є органічною складовою національного держаотворення, становить сутність вертикальної та горизонтальної інтегрованості економічної системи в цілому [3, с. 66 – 67].

Слід зазначити, що в системі споживчої кооперації зареєстровано понад 500 тис пайовиків [5, с. 6], які господарською діяльністю забезпечують поліпшення свого економічного та соціального стану [1; 7, с. 189]. Тобто, кожен дев'ятий мешканець нашої держави виявив бажання брати участь добровільному об'єднанні для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану.

Переваги кооперативних підприємств. Споживчі товариства та їх спілки сприяють забезпеченню зайнятості населення шляхом створення робочих місць, розширення мережі підприємств, застосування гнучкого режиму праці, організації професійної підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників, передусім тих, які є членами споживчих товариств [1].

Необхідно зазначити, що споживча кооперація не тільки схиляє своїх членів витрачати кошти на купівлю необхідних предметів споживання, але є також і найдієвішим способом

боротьби з фальсифікацією продукції, яка присутня в капіталістичній торгівлі у великих розмірах [9, с. 162].

Означення подальшого розвитку споживчої кооперації відбулося на п'ятих зборах Ради Укоопспілки XX скликання, на яких проголошено курс реформування роботи кооперативних організацій до єдиного порядку в економічній сфері на національному, а також міждержавному рівнях.

Крім того, основним векторами програми розвитку і реформування споживчої кооперації України необхідно вважати:

- поновлення та збереження цілісної системи споживчої кооперації;
- перетворення споживчої кооперації України в потужну економічну структуру на ринку товарів і послуг;
- регулювання процедур розпорядження пайовиком кооперативним майном;
- розширення масштабів міжнародного співробітництва в світовій економіці [4, с. 1 – 2].

За даними Центральної спілки споживчих товариств України, лише у I кварталі 2011 р. кількість прибуткових підприємств скоротилась майже на 3,0 %, валовий прибуток у промисловості зменшився в 3,5 рази, ресторанному господарстві на 10,0 %, сума капітальних інвестицій знизилась до 25,8 млн грн або на 15,7 %, у тому числі в основний капітал на 41,7 % порівняно з періодом попереднього року [8, с. 37, 43-45].

Більше того, за I квартал 2011 р. середня кількість працівників в усіх галузях діяльності споживчої кооперації скоротилась більше ніж на 5,0 %, дебіторська заборгованість збільшилась на 12,1 %, у тому числі за товари, роботи і послуги на 16,1 %. Хоча середньомісячна заробітна плата працівників в усіх галузях функціонування споживчої кооперації за I квартал 2011 р. збільшилась на 13,5 %, у тому числі на одну оплачену годину на 13,6 %, однак її розмір менший від загальноукраїнського значення на 70,0 % [8, с. 54-55].

Разом з тим, особиста участь пайовика у спільному веденні економічної діяльності корпоративного підприємства зумовлює його схильність до підвищення власної продуктивності праці та відповідальності за отриманий результат. У I кварталі 2011 р. співвідношення темпів зростання продуктивності праці над заробітною платою вищий одиниці, зокрема у торгівлі 1,05 п., промисловості 1,02 п. проти відповідного періоду попереднього року. Крім того, середньомісячне навантаження працівників за аналогічний період збільшилось на 20,0 %, 17,2 %, 11,8 % в торгівлі, ресторанному господарстві, промисловості відповідно [8, с. 68-70].

Перспективи і напрями діяльності. Одним із головних напрямів соціально-економічного розвитку споживчої кооперації, на нашу думку, є проведення політики продажу товарів вітчизняних виробників, до складу якої входить натуральна українська сировина за встановленим зразками ще радянським ГОСТом. Так, із 17 січня 2012 р. в магазинах системи споживчої кооперація стартувала акція "з турботою про українське", яка дозволить охопити прилавки 10,5 тис. магазинів сільської місцевості та запропонувати якісні товари відповідності до перевірених часом технологій виробництва. Підтвердження відповідної програми є розроблений стікер (емблема) із назвою "Це не apple, це краще", що перетворює вироблені товари підприємствами-виробниками системи Укоопспілки у бренди із соціальною спрямованістю, особливо в напрямі покращення споживання «здорової їжі» [2, с. 2-4].

Проведення відповідних акції дозволить вирішити соціально-економічні завдання реформування споживчої кооперації у напрямі подолання перешкод у закупівлі кооперативними організаціями сільськогосподарської продукції й сировини безпосередньо у населення. Крім того, скорочення кількості посередників у загальному продажі товарів, мінімізує цінову пропозицію підприємства на ринку і підвищує зацікавленість населення у придбанні товарів лише у системі споживчої кооперації.

Перспективним напрямом улагодження господарських відносин у системі споживчої кооперації є закінчення процесу урегулювання процедур розпорядження пайовиком кооперативним майном, що надаватиме суб'єкту реальні права і додаткові можливості в порівнянні з рештою споживачів. Це потребує суттєво змінити суму обов'язкового та вступного

розміру пайового внеску, встановлення відповідної залежності до кількістю голосів члена споживчого товариства, конкретизації права власності кожного пайовика.

На 1 квітня 2011 р. сума пайового внеску на 1-го пайовика споживчого товариства не перевищує 370 грн, що є недостатнім до забезпечення фінансової стійкості та підвищення ділової привабливості системи споживчої кооперації в цілому. Більше того, це змушує кооперативні підприємства запозичати кредитні кошти: на 1 квітня 2011 р. кредитний портфель системи споживчої кооперації досяг рівня 400 млн грн, який перевищує в сукупності обсяг діяльності торгівлі, ресторанного господарства і промисловості більше ніж у 300 разів [8, с. 63].

Магістральним напрямом розвитку кооперативного сектору економіки можна вважати формування ефективної моделі кооперативної сфери на базі міжнародних кооперативних принципів, національних особливостей і традицій. Відповідно, 1 січня 2012 р. за рішенням Генеральної Асамблеї ЄвроКООПу, Укоопспілку прийнято як повноправного члена до європейського співтовариства споживчих кооперативів [6, с. 10]. Відповідні кроки Центральної спілки споживчих товариств України підтверджують необхідність використання європейського досвіду та перспективних напрацювань у господарській діяльності кооперативних підприємств – це стосується особливо міжнародних економічних відносин в умовах постійної циклічності.

Висновки для економічної політики. Упорядкування відносин власності, відродження реального господаря кооперативного майна, зацікавленість та активізація участі пайовиків на основі патріотичного підґрунтя у діяльності кооперативних підприємствах є одним з ключових напрямів відродження кооперативного руху в Україні.

Подальші дослідження ідентифікації кооперативної власності стосуватимуться порівняння економічних вигод у залученні до кооперативного руху, що є необхідною умовою трансформування кооперації у національну економічну систему, відродження демократичних основ діяльності кооперативних підприємств та підвищенні економічної ефективності, ініціативи, зацікавленості у цьому секторі економіки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про споживчу кооперацію України : від 10.04.1992. – № 2265-XII.
2. Балабко О. З турботою про українське / О. Балабко, О. Гуцул, П. Коломієць // Вісті ДВ : від 20.01.2012. – № 3. – С. 2-5.
3. Ванек Я. Общая теория общества эффективного участия / Я. Ванек // На пути к экономической демократии. Международный опыт: В 2 кн. / [под ред. А. В. Бузгалина]. – М. : Экономическая демократия, 1994. – Кн. 1. – С. 65-85.
4. Гончаренко В. В. Ми свій шлях здолаємо / В. В. Гончаренко // Вісті ДВ: від 06.01.2012. – № 1. – С. 1-4.
5. Гончаренко В. В. Реформуючись, кооперація має зберегти соціальну функцію / В. В. Гончаренко // Голос України : від 06.12.2011. – № 229. – С. 6-7.
6. Матеріали VI зборів Ради Укоопспілки. Про основні засади подальшого реформування споживчої кооперації України // Вісті ДВ : від 09.12.2011. – № 49. – С. 4-10.
7. Международный кооперативный альянс: Декларация о кооперативной идентичности / [под ред. С. В. Смолянского]. – М. : ЛИКОП; Институт государства и права РАН, 1996. – Т. 2. – С. 189 – 190.
8. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за І квартал 2011 року. – К. : Укоопспілка, 2011 – 71 с.
9. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации / М. И. Туган-Барановский. – М. : Экономика, 1989. – 496 с.

УДК 334.735:339.37

Дуляба Н. І., к.е.н., ст. викл. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В УМОВАХ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Вступ. В останні десятиріччя економіка розвинутих країн вступила в епоху глобальної трансформації суспільних відносин, що виявляється у посиленні соціальної спрямованості економічного розвитку. Соціалізація економіки – одна з ключових складових світової економічної трансформації, в основні якої лежить все більш тісна інтеграція особистих та суспільних начал, властива сучасній змішаній економіці. Вона проявляється в соціальній переорієнтації виробництва, гуманізації праці та життя людей, пом'якшенні соціальної диференціації і рості значення соціальної сфери, інших явищах і процесах [1].

В Україні процес соціалізації економіки відбувається на тлі затяжної суспільно-політичної та економічної кризи. Низький рівень доходів населення, зростання соціальної диференціації, скорочення соціальної підтримки незахищених верств населення зумовлюють зниження рівня життя населення. Важливу роль у вимірюванні якості життя людей відіграє внутрішня торгівля, через яку визначається рівень та динаміка грошових доходів, рівень споживчих очікувань та настроїв, задоволення попиту населення, вагомою складовою якої є торгівля споживчої кооперації України.

Постановка завдання. Діяльність організацій і підприємств системи споживчої кооперації є соціально орієнтованою. Їх діяльність спрямована на задоволення потреб своїх членів, поліпшення їх економічного становища, вирішення проблем зайнятості населення, насамперед сільського, додаткове формування нових робочих місць [2]. Разом з тим, в сучасних умовах споживча кооперація загалом, та торгівля, зокрема, занепадає, її розвиток супроводжується негативними тенденціями та закономірностями. Це зумовлює виникнення проблем не лише в організації, але й у людей, причетних до цієї організації: мешканців сіл та інших населених пунктів, які переважно обслуговуються підприємствами торгівлі споживчої кооперації; працівників організації, які зацікавлені в зростанні оплати праці та власного добробуту. Відтак, в умовах соціалізації економіки, торгівля споживчої кооперації, повинна стати важливим засобом забезпечення гідного життя як споживачів, так і працівників. Проте, для цього потрібно забезпечити розвиток торгівлі підприємств і організацій системи.

Результати. Проблемам розвитку торгівлі в організаціях і на підприємствах споживчої кооперації присвячена низка досліджень таких вчених, як: А. Мазаракі, В. Апопій, В. Галюк, В. Геєць, В. Жигалов, М. Виноградський, Я. Качмарик, Л. Лігоненко, І. Маркіна, В Марцин, Н. Ушакова, О. Фрідман, П. Саблук, С. Бабенко, С. Гелей, Ф. Хміль, Я. Гончарук. Проте залишаються не висвітленими пріоритети та перспективи розвитку торгівлі споживчої кооперації в умовах тотальної конкуренції в галузі, з однієї сторони, зниження рівня доходів населення та споживчого попиту, з другої, та зростанні необхідності соціальної підтримки людей, з третьої. Тобто, в умовах існування проблем та необхідності розвитку торгівлі системи.

Торгівля споживчої кооперації України знаходиться в скрутному становищі, яке виникло в умовах розвитку конкуренції в галузі, і посилилось під впливом світової фінансової кризи. Статистичні дані свідчать про зниження як числа діючих торговельних підприємств споживчої кооперації, так і про зниження їх товарообороту. Відповідно, про зниження забезпечення населення такими підприємствами, їх послугами, а також робочими місцями. Зокрема, важливу проблему, така ситуація створює в сільській місцевості, де населення переважно було забезпечене торговельними послугами через підприємства споживчої кооперації, і зараз часто залишається без таких послуг взагалі.

Висновки. Дослідження тенденцій і закономірностей розвитку торгівлі споживчої кооперації дозволяють стверджувати про існування вагомого потенціалу в системі для забезпечення ефективного функціонування як самих підприємств, так і забезпечення якісними

торговельними послугами споживачів, населення – додатковими робочими місцями. Для того, щоб забезпечити економічне зростання і підтримати соціальну стабільність на селі, системі споживчої кооперації потрібно сконцентрувати зусилля на реалізації своїх конкурентних переваг та заручити підтримкою органів влади на місцях в рамках реалізації „Стратегії розвитку споживчої кооперації України (2004-2015рр.”.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Луценко І. А. Соціалізація економіки як механізм розвитку суспільства / І. А. Луценко // Економіка та підприємництво [Електронний ресурс] : зб. наук. праць молодих учених та аспірантів / М-во освіти і науки України, ДВНЗ "Київ. нац. екон. ун-т ім. В. Гетьмана" ; відп. ред. С. І. Дем’яненко. – 2009. – Вип. 23. – С. 3–9. – Режим доступу: http://ir.kneu.-kiev.ua:8080/handle/2010/334
2. Панченко В. А. Альтернативи розвитку роздрібної торгівлі споживчої кооперації на засадах нової концепції управління якістю торговельного обслуговування / В. А. Панченко: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/npkntu_e/-2009_16_1/stat_16_1/11.pdf
3. Сімонова В.С. Особливості й умови формування конкурентного потенціалу підприємств торгівлі споживчої кооперації України / В. С. Симонова: [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Tiru/2011_31_1/Simonova.pdf

УДК 339.371

Ільчук О. О., к.е.н., ст.викл. кафедри економіки підприємства,
Львівської комерційної академії

ПЕРЕДУМОВИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Поняття інвестиційної привабливості посідає важливе місце в процесі адаптації вітчизняних підприємств до умов післякризового періоду. Однак, через значну територіальну нерівномірність розподілу економічних факторів підвищення конкурентоспроможності підприємств виникає питання про необхідність залучення зовнішніх та внутрішніх інвестицій для подальшого розвитку їхньої діяльності. В умовах, коли підприємства споживчої кооперації змушені змагатися з малими приватними підприємствами та фізичними особами-підприємцями, які часто уникають правил легального ведення бізнесу, постає питання підвищення інвестиційної привабливості підприємств кооперації та методів її досягнення.

Загальні аспекти. Проблема залучення інвестицій стала останнім часом найбільш актуальною для економіки України. Держава не в змозі забезпечити зараз надходження обсягу коштів, необхідного для зростання валового внутрішнього продукту, а інвестиційний потенціал вітчизняного приватного сектора ще дуже низький для здійснення великих інвестиційних проектів.

Незважаючи на грунтовне вивчення даного питання вітчизняними науковцями, які здійснили вагомий внесок у дослідження теорії і практики формування інвестиційної привабливості підприємств споживчої кооперації, а саме: В. Апопія, С. Бабенка, П. Балабана, В. Бліcтера, А. Бернвальда, О. Березіна, С. Гелея, А. Семенова, О. Трут, Н. Ушакової, А. Фрідмана, Ф. Хміля та інших, питання підвищення інвестиційної привабливості підприємств споживчої кооперації залишаються актуальними та потребують подальшої розробки методів і підходів до її формування.

Як свідчать дослідження вчених [2, с. 140 - 141], з усіх підсистем кооперативного сектора в Україні споживча кооперація є найбільш структурованою і організаційно оформленою,

однак існує ряд гострих проблем, які знижують її конкурентоздатність та інвестиційну привабливість порівняно із іншими формами господарювання.

Аналізуючи сучасний стан підприємств споживчої кооперації, зазначимо, що приріст інвестицій у цей сектор економіки щороку знижується, це повязано насамперед з тим, що в період з 2004 – 2010 рр. кількість діючих торговельних підприємств скоротилась на 6826 одиниць або на 37,58 % [3].

Джерела формування капіталу підприємств споживчої кооперації з 2004 по 2010 рр. знизились на 9,16%, що негативно вплинло на фінансовий стан підприємств. Погіршує інвестиційну приваблівість підприємств споживчої кооперації України і відсутність додстатніх джерел фінансування Програми розвитку та технічного переоснащення, а також недосконалі бізнес-проекти з модернізації та оновлення обєктів кооперативного сектору.

Крім того, нагальними питаннями, що стримують сучасний розвиток підприємств споживчої кооперації є:

- недостатня адаптація до ринкових вимог форм і методів ведення бізнесу;
- істотне руйнування та занепад ресурсного потенціалу підприємств споживчої кооперації в умовах фінансової кризи;
- важкий соціальний стан сільського населення, складна соціально-демографічна ситуація, низький соціально-культурний рівень розвитку села, що впливає на занепад підприємств споживчої кооперації, які знаходяться в сільській місцевості.

Розглядаючи інвестиційні проекти Європейського банку реконструкції та розвитку, а також Світового банку, зазначимо, що основна частина з них націлена на інвестування приватного сектору. Як вважає С. Р. Семів, припустити, що пасивна позиція органів влади у використанні інтеграційного потенціалу міжнародної кооперації продовжить кризові явища не лише в кооперативному секторі, але і в агропромисловому комплексі [4, с.127-128].

З іншого боку, як стверджує М. В. Шипов, саме через систему кооперативної торгівлі, послуг, малого підприємництва у заготівлях, переробці сільськогосподарської продукції, постачанні тощо можна забезпечити за умови належної державної підтримки легалізацію істотної частки тіньового сектора, пов'язаного з сільським споживчим ринком, натуральним обміном сільськогосподарською продукцією та функціонуванням аграрно-промислового сектора загалом [6].

Вищенаведене свідчить про необхідність прискореної реконструкції, технічного та технологічного оновлення кооперативних підприємств. Ці питання потребують не лише законодавчої підтримки з боку держави, але і значних інвестицій. З іншого боку, для залучення необхідних інвестицій у систему, слід сформувати відповідну інвестиційну привабливість підприємств споживчої кооперації, основними критеріями якої повинні стати: структурна перебудова, оновлення методів ведення господарювання та кваліфіковані кадри [7].

Висновки для економічної політики. Основною передумовою формування інвестиційної привабливості вітчизняних підприємств споживчої кооперації повинно стати відповідне інформаційне забезпечення їхньої діяльності, що є важливим особливо для інземного інвестора. При цьому, необхідно здійснити наступні кроки :

- визначити пріоритетні напрями інвестування, забезпечити якісну розробку бізнес-проектів та експертну оцінку об´єктів інвестування підприємств споживчої кооперації;
- дослідити можливі джерела інвестування і дати оцінку їхньої ефективності;
- здійснити побудову механізму залучення інвестицій через проведення гнучкої податкової політики, перетворення амортизаційних відрахувань у інвестиційне джерело, створення конкурентного ринкового середовища, сприяння інвестиційній спрямованості процесу приватизації, створення системи гарантій захисту прав іноземних інвесторів;
- створити умови для розвитку кооперативних галузей третинного сектора, тобто міжнародний туризм, фінансові та кредитні інституції, маркетингові та консалтингові організації, а також лізингові та франчайзингові операції в системі споживчої кооперації України.

- створення для споживчої кооперації спеціального режиму найбільшого сприяння, насамперед, шляхом часткової компенсації об'єктивно високих витрат обігу, субсидіювання діяльності, пов'язаної з обслуговуванням незахищених верств населення;

- надання державної підтримки в розвитку системи споживчої кооперації, розширенні стійкої зайнятості, підвищенні конкурентоздатності, полегшення доступу до ринків і джерел фінансування;

- проведення масштабних наукових досліджень з проблем розвитку кооперативів всіх типів, їх взаємодії між собою.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Застіжна І. М. Проблеми формування підприємницьких структур в споживчії кооперації України / І. М. Застіжна // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку : Вісник Національного університету "Львівська політехніка" – № 436 – 2001. – С. 176-181.
2. Ільчук О. О. Основні аспекти впровадження інноваційних методів управління економічним потенціалом торговельного підприємства системи споживчої кооперації України / О. О. Ільчук // Наука й економіка. Науково-теоретичний журнал Хмельницького економічного університету. – Вип.4. (20). – 2010. – С.140-143.
3. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств Укоопспілки за 2009 рік. – К.: Укоопспілка, 2010. – 118 с.
4. Семів С. Р. Вплив світової фінансової кризи на діяльність споживчої кооперації України / С. Р. Семів // Вісник Львівської комерційної академії. – Львів, 2009. – Вип.30. – С. 127 – 132 с.
5. Сімонова В. С. Потенціал підприємств торгівлі споживчої кооперації України в період формування ринкових відносин / В. С. Сімонова // Секція „Економічні науки" підсекція – №13: [Електронний ресурс]. – Режим доступу:[http://www.rusnauka.com/20_PRNiT_2007/-Economics/22288.doc.htm]
6. Шипов М. В. Споживча кооперація як елемент ринкової системи / М. В.Шипов // Економічні науки. Фінансові відносини. – 2009: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/7_NND_2009/Economics/41984.doc.htm
7. Яременко О. В. Стан та вдосконалення інвестиційної діяльності підприємств споживчої кооперації / О. В. Яременко // Вісник Донецького університету економіки та права. – №1. – 2011. – С. 215 – 218.

УДК 334.375:658.6/.8

Хомицький А. І., асист. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПІДПРИЄМСТВ ОПТОВОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. В сучасних економічних умовах оптова торгівля стає важливим елементом розвитку економіки України та міжнародних економічних відносин. [5, с. 6-7; 8, с. 68; 9; 10]. Важливе місце у збалансованому товарному ринку займає оптова торгівля споживчої кооперації. У той час, коли споживча кооперація набрала позитивні тендеції росту обсягів діяльності та покращення фінансового стану, оптова торгівля відновлює свою діяльність [6, с.230-231; 7, с.7]. Завданням наукового дослідження є визначення сучасних проблем функціонування підприємств оптової торгівлі споживчої кооперації. Обєктом дослідження є підприємства оптової торгівлі споживчої кооперації України, а предметом – економічні відносини, які виникають у процесі діяльності споживчої кооперації. Проблемам і перспективам розвитку оптової торгівлі присвячується багато праць вчених-економістів:

Л. В. Балабанової, Ю. А. Аванесова, Д. Л. Щура, М. П. Балабана, Ф. Г. Панкратова, Т. К. Серьогиної, Л. П. Дашкова, Т. Н. Лобанова, М. В. Альяблевої [1].

Теоретичний коментар. Оптова діяльність споживчої кооперації основним чином здійснюється через оптові бази. Станом на 01.01.2011 року оптову торгівлю споживчої операції здійснювали 114 торгових баз, що на 14% або баз менше до 2009 року, в тому числі 54 універсальних міжрайбаз облспоживспілок та Кримспоживспілки, відповідно на 10% або 6 менше минулорічного показника [3;4].

На наш погляд, розглядати проблему кризи і відродження оптової торгівлі споживчої кооперації слід не лише як галузеву, а радше як регіонально-галузеву. Проаналізуємо розміщення оптових баз у системі Укоопспілки, і об'єми оптов-складського товарообороту через співвідношення кількості останніх в облсплживспілках з обсягами оптового товарообороту на рис.1. Таким чином, варіація кількості баз та оптового тоовароборту завсвідчує нерівномірність регіонального розвитку підприємств оптової торгівлі споживчої кооперації, а саме: північної та центральної частини України. Така диспропорція пов'язана в першу чергу з низькою якість управління на оптових підприємствах, а також, ми виокремили низку інших чинників, які впливають на ефективність оптової торгівлі. Важливим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств оптової торгівлі споживчої кооперації ми вбачаємо у створенні ефективної моделі управління товарними запасами на підприємствах оптової торгівлі споживчої кооперації

Задача управління запасами. Для емпіричного оцінювання використано річні дані підприємств оптової торгівлі споживчої кооперації за 2008-2010 роки. Для підвищення ефективності діяльності оптових баз нами використана класична задача управлінння запасами [2, с. 299]. За одиничний варіант часу візьмемо 1 день.

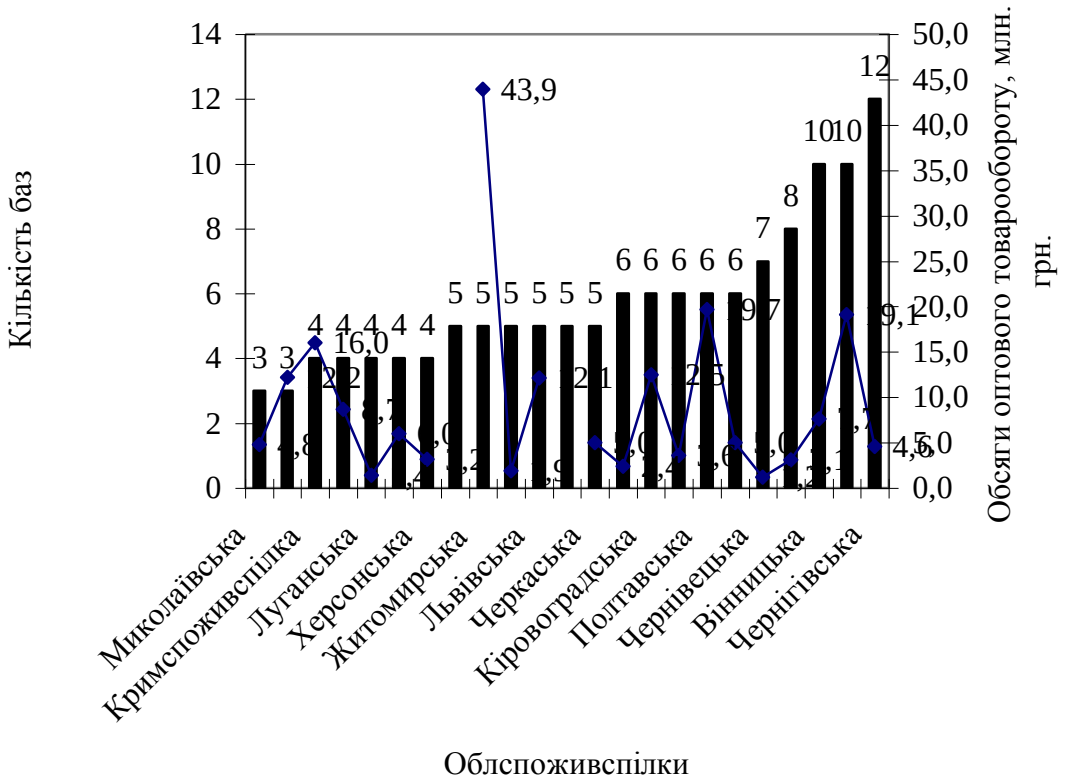

Рис. 1. Співвідношення кількості оптових баз з обсягами оптового товарообороту ситеми Укоопспілки в 2010 році [3]

До кінця дня на складі $t-1$ на складі знаходиться товар в обсязі x_{t-1} Склад робить замовлення на поповнення товару в обсязі h_t такми чином запас товару на початку наступного дня становитеме $x_{t-1}+h_t$. Нехай s_t - обсяг товару замовлений споживачем в день t. Допустимо, що розподіл ймовірної величини s_t задається неперевною функцією розподілу F_x, із щільністю розподілу f_x, тоді середні повні витрати - $C(x_{t-1}+h_t)$. Завдання полягає в тому, щоб визначити обсяг замовлення на поповнення h_t, мінімізуючи середні повні витрати:

$$C(x_{t-1}+h_t)\to \min, \text{ де } h_t \geq 0. \quad (1)$$

Розглянемо вирішення класичної задачі управління товарними запапасами оптового підриємства споживчої кооперації в статичній постановці.

Присвоємо $y=(x_{t-1}+h_t)$ й опустимо, зважаючи на статичні завдання, індекс t в запис обягу та пропозиції:

$$C\left(y\right)=c\int_{-\infty}^{y} y-sdF(s)+k\int_{y}^{+\infty}(s-y)dFs \quad (2)$$

Після цього, вирахувавши першу похідну функції, та прирівнявши її до нуля, отримаємо рівняння для мінімального запасу $y^{\min}$:

$$F(y^{\min})=\frac{k}{c+k} \quad (3)$$

Вирішення (3) задачі (2) визначає стратегію оптимального поповнення запасів. Величина наповнення запасів h'_t, мінімізуюча середні повні витрати,задається наступним правилом:

$$h'_t = \begin{cases} 0, \text{ якщо } & x_{t-1}\geq y^{\min} \\ y^{\min}-x_{t-1}, \text{ якщо } & x_{t-1}\leq y^{\min} \end{cases} \quad (4)$$

Конкретні числові характеристики системи управлінння запасами залежать від виду функції розподілу $f(x)$ випадкової величини попиту.

Висновки для економічної політики. Розглянута класична задача управління запасами засвідчує загальний теоретичний підхід до задачі регулювання запасів підприємств оптової торгівлі споживчої кооперації. В практичній діяльності оптових підприємств можуть застосовуватись більш прості принципові системи регулювання товарних запасів. Ми вважаємо, що із всієї сукупності для організацій оптової торгівлі споживчої кооперації, з врахуванням сьогоднішньої практики взаємодії потових та роздрібних підприємств, доцільно застосовувати аналогічні системи управління товарними запасами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Альяблева М. В. Теория и методология функционирования оптовой торговли и перспектив ее развития : дис. д-ра. экон. наук.: 08.00.05 / М. В. Альяблева. – Белгород, 2006 – 399 с.
2. Федосеев В. В. Экономико-математические методы и прикладные модели / [В. В. Федосеев, А. Н. Гармаш, Д. М. Дайитбегов и др.; под. ред. В. В. Федосеева]. – М. ЮНИТИ, 1999 – 480 с.
3. Основні показники господарсько-фінансвої діяльності підприємств і організацій Кримспоживспілки, облспоживспілок за 2010 рік. – К., 2011. – 146 с.
4. Показники господарсько-фінансвої діяльності підприємств і організацій системи Укоопспілки за 2009 рік. – К., 2010. – 168 с.
5. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015р.) – К., 2004. – 62 с.
6. Трішкіна Н. І. Проблеми і перспективи розвитку оптової торгівлі в Україні / Н. І. Трішкіна // Університетські записки. – 2010. – №3. – С. 229-234.

7. Юрченко Ю. Ю. Концепутальні напрямки розвитку оптової торгівлі / Ю. Ю. Юрченко // Вісник Дон.НУЕТ. – 2008. – №4. – С. 180-186.
8. The handbook of international trade and finance: the complete guide to risk management, international payments and currency management. Bonds and guarantees, credit insurance, and trade finance/ Andres Grath. – 6nd ed., 2011. – 224p.
9. Ekonomika i organizacia przedsieborstw/ Damian Debski – Warszawa, 2009. – 294 s.
10. ICA. Strategic Plan 2009-2012: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: www.coop.org.

УДК 334.735:658.14

Лазоренко І. О., асист. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

ОСОБЛИВОСТІ УПРАВЛІННЯ КАПІТАЛОМ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ В ПОСТТРАНСФОРМАЦІЙНИХ УМОВАХ

Попередні зауваження. З перших днів організації кооперативів і протягом усіх років функціонування діяльність споживчої кооперації мала соціальне забарвлення, тобто була підпорядкована інтересам пайовиків, що вимагало умілого управління процесами формування, розміщення та ефективності використання її капіталу. В період формування в Україні ринкових відносин процес управління капіталом значно ускладнився: підприємствам та організаціям була надана самостійність в управлінні, право визначати напрямки діяльності, необхідні обсяги, склад та структуру капіталу, методи управління ним, можливості встановлювати ділові зв'язки з кредиторами, постачальниками. Різка зміна соціально-економічного середовища змусила кооперативні підприємства вести діяльність в умовах жорсткої конкуренції зі сторони комерційних структур. Посттрансформаційний період розвитку та формування коооперативних відносин зумовив вибір нових підходів до управління та оцінки вартості капіталу підприємств споживчої кооперації.

Підходи до управління капіталом. В результаті становлення ринкових відносин в Україні підприємства споживчої кооперації не працюють на єдиний результат і їх прибутки не відповідають принципу рівновіддачі на вкладений капітал. У зв'язку із цим значна частка кооперативних підприємств знаходиться в критичному або близькому до цього стані, що у значній мірі спричинено недосконалістю управління їх капіталом.

Аналіз літературних джерел свідчить про великий інтерес вчених до визначення сутності і змісту капіталу підприємства, проблем його формування і використання. Застосуванню методів і засобів управління капіталом підприємств присвячені дослідження таких вітчизняних і зарубіжних вчених, як І. Бланк, Ю. Брігхем, Н. Власова [8], Т. Головко, В. Забродський, Т. Клебанова, Г. Крамаренко, Ф. Модільяні, В. Петренко, В. Подольська [6], Г. Савицька, С. Сагова, Р. Сайфулін, Дж. Форрестер, О. Чорна, Г. Швиданенко, Н. Шевчук, Дж. Шима, А. Шеремет, І. Яремко [7], О. Яріш та ін. Вагомий внесок у розробку сутності і структури управління капіталом підприємств та організацій споживчої кооперації внесли С. Бабенко [1], О. Біла [2], В. Блонська [3], А. Лєбєдєв, Л. Наговіцина, К. Раіцький, А. Фрідман, П. Чорба, М. Чуб та ін.

Так, Н. Власова зазначає, що управління капіталом підприємства являє собою систему принципів і методів розробки й реалізації управлінських рішень, пов'язнаих із визначенням оптимальних параметрів його обсягу й структури, а також із його залученням із різних джерел у різних формах для здійснення ефективної господарської діяльності та отримання доходу (прибутку) [8, с. 40].

І. Й. Яремко у монографії „Управління капіталом підприємства: економічний і фінансовий інструментарій" розглядає концептуальні теорії управління капіталом підприємства, приділивши найбільшу увагу аналізу критеріїв та показників ефективності структурних елементів капіталу, які характеризують максимізацію ринкової вартості підприємства [7].

Слід зазначити, що в основу системи управління капіталом покладено концепцію його оптимальної структури. Так, на думку В.О. Подольської та О.В. Яриш оптимізація структури капіталу – „це таке співвідношення між власним і позиковим капіталом, за якого забезпечується найефективніша пропорційність між дохідністю та фінансовою стійкістю підприємства" [6, с. 355].

В. І. Блонська вважає, що дослідження впливу фінансової структури капіталу підприємства на показники його фінансової стійкості, а також розроблення показників оптимального співвідношення капіталів на базі оптимізації майнової структури підприємства є досить важливим у системі управління капіталом [3, с. 256].

Проте, вітчизняна наука й досі не запропонувала ефективного механізму управління капіталом підприємств системи споживчої кооперації. Тому розробка теоретико-прикладних засад управління капіталом кооперативних підприємств в умовах посттрансформаційних змін в економіці України є актуальною.

Особливості споживчої кооперації. Про неефективне управління капіталом підприємств споживчої кооперації свідчать наступні факти:

– для кооперативних підприємств в Україні характерним є статус неприбуткових підприємств у зв'язку із відсутністю вагомих економічних результатів (у 2010 р. рентабельність операційної діяльності становить 1,2%, що на 0,3% менше за 2009 р.; при цьому прибуток підприємств споживчої кооперації в 2010 р. становив 85 млн грн, що на 3,5% менше за 2009 р.) [1; 5];

– капітал підприємств та організацій споживчої кооперації сформований в основному з власного капіталу, за допомогою якого може фінансуватися їх діяльність без залучення зовнішніх джерел фінансування, але при цьому обмежуються темпи їх розвитку;

– використання позикових (залучених) коштів загрожує втратою економічної самостійності кооперативних підприємств та організацій, водночас, залучення позикових коштів в оборот може суттєво підвищити темпи росту обсягів господарської діяльності за рахунок можливості формування додаткового обсягу активів у період сприятливої кон'юнктури ринку за умови, що вони не заморожуються на тривалий час в обороті і вчасно повертаються;

– структура розміщення власного капіталу не забезпечує підприємствам та організаціям споживчої кооперації необхідної мобільності в умовах фінансово-економічної нестабільності в державі. Так, власні кошти вкладені в основному у необоротні активи (91%) і лише (9%) авансовані у формування оборотних активів [2, с. 271];

– більш швидкі темпи зростання власного капіталу підприємств споживчої кооперації (103,9%) порівняно з темпами зростання валового обороту (101,2%) в порівняльних цінах і прибутку (96,5%) в 2010 р. свідчать про неефективне використання власних коштів підприємствами споживчої кооперації [5];

– співвідношення кредиторської та дебіторської заборгованості в 2010 році становить 2,6 (значення коефіцієнта повинно бути менше 1,0). Це свідчить, що навіть використання залучених коштів постачальників у формі кредиторської заборгованості не могло забезпечити зростання ефективності використання оборотного капіталу, оскільки на кожну гривню кредиторської заборгованості припадало 0,39 грн дебіторської заборгованості [4; 5].

Зазначимо, що підприємства споживчої кооперації володіють надлишковим обсягом основного капіталу у порівнянні з внутрішніми потребами, при цьому більша частина торгових площ, технологічних ліній, обладнання використовується недостатньо ефективно. Така ситуація призводить до росту витрат на збереження і утримання наявної матеріально-технічної бази, зниження конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації порівняно з іншими суб'єктами ринку, як наслідок, низька ефективність використання основного капіталу стає джерелом збитків. Ситуація погіршується також через високий ступінь зносу основних фондів, недостатню увагу до таких елементів основного капіталу, як нематеріальні активи, довгострокові фінансові інвестиції.

Висновки для економічної політики. Вирішально важливим для забезпечення життєдіяльності підприємств споживчої кооперації буде їх здатність адаптуватися до ринкового

оточення в умовах жорсткої конкуренції за допомогою налагодження ефективної системи управління капіталом, яка сприятиме зростанню результатів їх господарсько–фінансової діяльності. Це обумовлює необхідність формування достатньої величини капіталу, як одного із стратегічних ресурсів і джерела управління кооперативним сектором економіки в посттрансформаційних умовах.

Вирішення цієї проблеми потребує: забезпечення принципу економічної участі членів кооперативу власним майном та коштами у формуванні суспільного капіталу; обґрунтування необхідного розміру обов'язкового пайового внеску, як вагомого кроку до збільшення кооперативного капіталу та підвищення контролю за ефективністю його використання; обґрунтування раціональної позикової політики кооперативних підприємств; формування найбільш прийнятної структури капіталу підприємств для подальшої їх ефективної діяльності; оптимізації структури розміщення власного капіталу в активах підприємств; збільшення суми власного капіталу в обороті за рахунок прибутку та додаткових внесків членів кооперативу для підвищення фінансової стійкості підприємств споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабенко С. Г. Сучасні трансформації структури і системи відносин споживчої кооперації України/ С. Г. Бабенко //Споживча кооперація України: історичний досвід, сучасний розвиток, стратегічні орієнтири: зб. наук. доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Львів: Львівська комерційна академія, 2010. – С. 6-21.
2. Біла О. Г. Підвищення фінансової стійкості кооперативних підприємств / О. Г. Біла // Споживча кооперація України: історичний досвід, сучасний розвиток, стратегічні орієнтири : зб. наук. доповідей учасників Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Львів : Львівська комерційна академія, 2010. – С. 270-277.
3. Блонська В. І. Діагностика управління капіталом підприємства / В. І. Блонська // Науковий вісник НЛТУ України: зб. наук.-техн. праць. − Вип. 19.11. – Львів: НЛТУУ, 2009. – С. 252-258.
4. Марусяк Н. Л. Дебіторська та кредиторська заборгованості як основні фінансові регулятори кругообігу оборотного капіталу підприємства / Н. Л. Марусяк // Науковий журнал: Вісник Хмельницького національного університету. – Хмельницький : ХНУ, 2010. – № 2, Т.2. – С. 139 – 142.. – (Серія „Економічні науки").
5. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств та організацій системи Укоопспілки за 2010 рік. – К., 2011. – 146 с.
6. Подольська В. О. Фінансовий аналіз : навч. посіб. / В. О. Подольська, О. В. Яриш. – К. : Центр навч. л-ри, 2007. – 488 с.
7. Яремко І. Й. Управління капіталом підприємства: економічний і фінансовий інструментарій : монографія / І. Й. Яремко – Львів : Вид-во „Каменяр", 2006. – 176 с.
8. Власова Н. О. Формування оптимальної структури капіталу в підприємствах роздрібної торгівлі: монографія / Н. О. Власова, Л. І. Безгінова. – Харків: Харк. держ. університет харчування та торгівлі, 2006. – 160 с.

УДК 061.5+330.145

Толопка Н. Б., асп. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ОБОРОТНИМИ КОШТАМИ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Ключові теоретичні підходи. Аналіз підходу щодо управління оборотними коштами, що пропонуються вітчизняними науковцями та дослідниками, вказує на доцільність виділення двох основних напрямів:

1. Побудову системи поетапного управління оборотними коштами підприємства, що містить класичні елементи аналізу, планування, організації управління, що направлене на досягнення поставлених цілей і завдань управління [1, с. 189; 3, с.199; 5, с. 33].
2. Формування системи управління оборотними коштами через призму стратегічного управління, що базується на виборі тактичних цілей у галузі управління оборотними коштами залежно від стратегічних цілей підприємства [2, с.123; 6,с. 532; 7, с. 219].

У період активного реформування системи споживчої кооперації України [4; 9; 10], особливої актуальності набуває практичне застосування напрямів ефективного управління оборотними коштами та визначення дієвих механізмів поповнення, акумуляції та оптимального використання фінансових ресурсів у сфері обігу.

Специфіка кооперативних організацій. У підприємствах споживчої кооперації процес функціонування оборотних коштів має певну специфіку. По-перше, споживчі кооперативи за визначенням і по нормах статутної діяльності не мають основною метою функціонування отримання прибутку, тому розподіл дивідендів не властивий цим економічним суб'єктам. Однак, при здійсненні реформування споживчої кооперації та зміну її форми власності з колективної до приватної, пайовикам споживче товариство виплачуватиме розмір внесеного ним паю, інші внески та нараховані на них дивіденди [9; с.3]. По-друге, багато авторів вважають, що для виконання своєї соціальної функції споживчі підприємства повинні реалізувати товари пайовикам за цінами дещо нижчими ніж ринкові. Однак, досягнення даного соціального ефекту за значної конкуренції з приватним сектором вкрай важко, адже в цьому випадку виникає проблема не розподілу прибутку, а компенсації витрат, оскільки джерело цієї компенсації в умовах занижених цін відсутнє. Інший прояв цієї проблеми полягає в наданні товарного кредиту населенню. Водночас, в сучасних умовах господарювання та загального дефіциту фінансових ресурсів за прийнятною середньозваженою вартістю капіталу виконання соціальних функцій підприємств споживчої кооперації є частковим або взагалі відсутнім. Тому кругообіг оборотних коштів у підприємствах споживчої кооперації у сфері торгівлі по суті отримує основні риси ринкової економіки та є типовим для вітчизняного бізнесу.

Аналіз даних Львівської ОСС. На основі проведених досліджень ефективності формування та використання оборотних коштів підприємствами Львівської облспоживспілки можемо зробити наступні узагальнюючи висновки:

- питома вага оборотних коштів у структурі активів є досить низькою (у 2011 році – 19,87%), що є нетиповим для приватного сектору економіки у сфері торгівлі. Однак, це зумовлено специфікою галузі споживчої кооперації: більшість активів знаходить своє відображення у вартості основних засобів, які є надбанням ще радянської економіки, при цьому оборотні кошти формуються на загальних принципах ринкової економіки;
- за період 2006-2011рр. характерним є зростання коефіцієнту забезпечення товарно-матеріальних запасів власним капіталом, коефіцієнту маневреності, коефіцієнту участі товарно-матеріальних запасів у покритті поточних зобов'язань, коефіцієнту участі власних оборотних коштів у покритті короткострокових зобов'язань, показники ліквідності та оборотності оборотних коштів у Львівській облспоживспілці відповідають нормативам до ринкових вимог господарювання, що в цілому можна оцінити позитивно;

- необхідно звернути увагу на зниження показника закріплення оборотних коштів (коефіцієнту достатності оборотних коштів для забезпечення зростання товарообороту), абсолютне та відносне вивільнення (зменшення) оборотних коштів. Така ситуація, на наш погляд, є свідчення дефіциту оборотних коштів у Львівській облспоживспілці у 2011 році, при цьому актуальним вважаємо проведення більш детального дослідження впливу дефіциту оборотних коштів на товарооборот та широту його асортименту.

- здійснюючи оцінку інтегральних показників діагностики ймовірності банкрутства підприємств торгівлі Львівської облспоживспілки (за даними станом на 31.12.2011р.), на основі використання дискримінантного аналізу за моделями Альтмана, ДЖ. Таффлера і Г. Тішоу, Г. Спрінгейта, Р. Ліса, Сайфуліна-Кадикова, ми отримали позитивні результати по всіх без винятку моделях, при розрахунках виявлено, що ймовірність банкрутства є дуже низькою і, відповідно, діяльність досліджуваного об'єкту можна оцінити як фінансово стабільну.

Теоретичні та емпіричні дослідження визначених науковцями напрямів управлінських зусиль дозволило нам структурувати управлінський процес, що стало основою для обґрунтування структурно-логічної послідовності побудови системи управління оборотними коштами підприємств споживчої кооперації. Послідовність побудови системи управління оборотними коштами підприємств споживчої кооперації в рамках основних його етапів наступна: визначення стратегічної мети і завдань управління; комплексний аналіз ефективності формування та використання оборотних коштів, в тому числі за цільовими установками аналітичної роботи (ретроспективний, оперативний, перспективний), а у відповідності до етапів проведення, вертикальний (структурний), горизонтальний (трендовий), порівняльний, коефіцієнтний, факторний, декомпозиційний та інтегральний аналізи; вибір базової концепції (стратегії) управління оборотними коштами; розробка організаційно-економічного механізму управління оборотними коштами, формування принципів політики оперативного керування окремими видами оборотних активів; розробка тактичних планів щодо підвищення ефективності управління оборотними коштами з врахуванням стратегічних цілей підприємства; впровадження оптимального алгоритму для вирішення задачі реалізації багатокритеріальної комплексної системи управління оборотними коштами з врахуванням стратегічних та тактичних завдань функціонування підприємств споживчої кооперації; формування системи контролю та моніторингу за ефективністю управління оборотними коштами в рамках обраної системи управління, а також внесення обґрунтованих коректив при здійсненні поточного управління.

Вважаємо за доцільне виділити основні напрями поповнення та акумуляції оборотних коштів у розвиток підприємств споживчої кооперації, а саме: пошук альтернативних власних та залучених джерел фінансування із зниженням середньозваженої вартості капіталу та перманентним залученням коштів на інноваційний розвиток, налагодження тісної взаємодії підприємств із комерційним банком "Укоопспілка" та кредитними спілками у системі споживчої кооперації, подальший розвиток оптової торгівлі на національному та регіональному рівнях, розгляд доцільності та можливостей проведення загальної реструктуризації системи споживчої кооперації та внесення змін до загальнонормативних та статутних документів з метою залучення приватного капіталу для стратегічного розвитку їх діяльності.

Висновки до економічної політики. Таким чином, ефективне управління оборотними коштами, в період активного реформування системи споживчої кооперації, з врахуванням аспектів її стратегічного розвитку та конкретних тактичних цілей, є цілісним процесом, що передбачає модифікацію та застосування альтернативних концепцій управління капіталом суб'єктів господарювання з врахуванням економічної та соціальної специфіки галузі, а також методів оцінки ефективності його функціонування, адекватних умовам трансформаційної ринкової економіки України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бланк І. О. Управління фінансами підприємств: підруч. / І. О. Бланк, Г. В. Ситник. — К.: КНЕУ, 2006. — 780 с.

2. Блонська В. І. Вдосконалення системи управління оборотними коштами торговельного підприємства / В. І. .Блонська, Н. Б. Толопка // Наука й економіка. – 2010. – №4 (20). – С.122-130
3. Ватченко О. Б. Управління оборотним капіталом підприємства / О. Б. Ватченко, І .Б. Тамазова // Економічний простір. – 2011. – №50. – С. 193-200.
4. Гончаренко В. Реформуючись, кооперація має зберегти і соціальну функцію / В. Гончаренко // Вісті. – 2011. - №49. – С.2-6.
5. Кириченко Т. В. Оборотный капитал организаций потребительской кооперации: проблемы применения методов финансового менеджмента: науч. издание. / Т. В. Кириченко, С. С. Кудрявцев - М.: Информацонно-внедренческий центр "Маркетинг", 2006. – 80с.
6. Мазаракі А. А. Економіка торговельного підприємства / А. А. Мазаракі, Л. О. Лігоненко, Н. М. Ушакова; [під ред. проф. Н. М. Ушакової] – К.: Хрещатик, 1999. – 800с.
7. Маргасова В. Г. Стратегія управління оборотним капіталом / В .Г. Маргасова // Вісник Національної академії державного управління при Президентові України. – 2003. – № 4. – С. 218 – 224.
8. Полуляхова О. О. Особливості фінансово-кредитного забезпечення підприємств споживчої кооперації / О. О. Полуляхова // Агроінком. – 2011. – №1-3. – С. 88-93.
9. Про основні засади подальшого реформування споживчої кооперації України: матеріали VI зборів ради Укоопспілки // Вісті. – 2011. – №49. – С.2-6.
10. Федоров І. Вивчається досвід європейських кооператорів: реформування триває / І. Федоров // Вісті. – 2012. – №9. – С.2.
11. Офіційний сайт Укоопспілки: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.coop.com.ua

УДК: 334.735:001.8.01

Гелей Л. О., асп. кафедри аудиту,
Львівська комерційна академія

ДЕЯКІ ПІДХОДИ ДО МЕТОДОЛОГІЇ АНАЛІЗУ ТА ОЦІНКИ ЕФЕКТИВНОСТІ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Управління інвестиційної діяльністю є невід'ємною частиною виробничо-господарської діяльності підприємства, яке несе в собі імпульс розвитку, ґрунтуючись на нових підходах до вирішення звичних торгово-виробничих завдань. Оптимальне поєднання торгово-виробничої та інноваційної діяльності дає змогу не лише постійно вдосконалювати торгово-технологічні і виробничі процеси, а й діяти на випередження, виявляти нові перспективні напрямки чи форми бізнесу, диверсифікувати діяльність з метою задоволення нових суспільних потреб.

У зв'язку з цим зростає роль комплексного аналізу інноваційної діяльності підприємства. Тому, для подолання цієї проблеми потрібні нові методичні підходи до аналізу та оцінки інвестиційної діяльності підприємств і, в тому числі підприємств споживчої кооперації.

Теоретичні та емпіричні аргументи. Сучасна економічна наука виділяє декілька методичних підходів щодо методології аналізу та оцінки ефективності інновацій, описаних у працях таких вчених, як В. Власова, О. Волков, А. Герасимов, К. Редченко, та інш. Усі автори виходять із того, що мета комплексного аналізу полягає в обґрунтуванні найефективніших напрямів інноваційної діяльності. Так, О. Ступницьким, Л. Ганущак-Єфименко [1, 2] досліджено особливості використання інструментарію ПР для стимулювання інноваційно- інвестиційної діяльності [1]. Доповнюються ці дослідження О. Шиманською [3, с. 164], яка поглиблює вивчення питань стратегічного планування інноваційної діяльності. Окремі науковці пропонують у якості джерела фінансування інновацій інноваційний прибуток [4, с. 108].

Окремі науковці пропонують у процесі аналізу ефективності інновацій розглядати у якості джерела фінансування інновацій інноваційних прибуток [2]. Разом з тим, у науковій

літературі недостатньо висвітлені проблеми комплексної оцінки ефективності інноваційної діяльності, що обґрунтовує науковий інтерес до цієї важливої проблеми.

Етапи інноваційного аналізу. Проведенні дослідження дозволили встановити, що при переході економіки України і суб'єктів господарювання до інноваційної моделі розвитку зростає роль системного та своєчасного аналізу інноваційного аналізу, який слід проводити у чотири етапи:

перший – побудова системи моніторигну зовнішнього оточення підприємства – це один із найскладніших етапів, у процесі якого пропонується провести аналіз досягнень НТП у торгівлі і аналіз ринку нововведень;

другий - аналіз внутрішнього середовища, в процесі якого проводиться оцінка інвестиційної привабливості і спроможності до інноваційного розвитку підприємства, оцінка якості торговельного обслуговування та оцінка організаційно-технічного та управлінського рівня;

третій - аналіз ефективності інноваційних проектів, який включає оцінку показників ефективності інноваційних проектів, і визначення беззбиткового обсягу продажу;

четвертий - оцінка ефективності інноваційної діяльності та шляхи її підвищення.

Водночас у деяких наукових публікаціях висловлюється думка, що необхідно розрізняти ефективність і результативність. Результативність є наслідком того, що „робляться потрібні, правильні речі" (doing the right things), а ефективність є наслідком того, що „правильно створюються ці самі речі" (doing things right) [5, с. 409]. На нашу думку, і перше, і друге однаково важливо. Щодо питання визначеності ефективності інноваційної діяльності, такий підхід є особливо актуальним. Одержуючи інновацію, що є результатом інноваційного процесу, важливо не лише отримати нововведення з мінімальними витратами, а нововведення як цінність, що має бути корисною і потрібною як з боку підприємства, так і з боку споживачів цієї інновації.

Проведений аналіз дозволяє виявити ефективність інноваційної діяльності, для оцінки якої використовується система показників, які відображають співвідношення витрат і отриманих результатів від реалізації результатів інновації: інтегральний ефект, індекс рентабельності, норма рентабельності, термін окупності інновацій.

Моделювання інновацій. Математична модель розрахунку економічної ефективності інновації має такий вигляд:

Інтегральний ефект: $Еінт = \sum (Pt - Bt) \times \alpha t$,

Індекс рентабельності інновацій: $Ip = \sum Pt \times \alpha t / \sum Kt \times \alpha t$

Період окупності: $To = К/П$,

де Pt – результат у 1-й рік;

Bt – інноваційні витрати в 1-й рік;

αt – коефіцієнт дисконтування;

Тр – розрахунковий рік;

Pt – дохід у t –й період;

Kt – розмір інвестицій в інновації в t –й період;

К- початкова вартість інвестицій у новації;

П- щорічний прибуток від нововведення

Економічно ефективним є інноваційний проект, у якого Еінт > 0 і Ip > 1.

Узагальнюючим показником здатності підприємства до інноваційного розвитку **Кір** запропоновано розрахувати у такий спосіб:

Кір = Чпф / Ч пн х Кч + Зпр / Впв х Кпр + Зм / Вм х Км + Пф / Пн х Кд + Впф / Впн,

де Чпф, Чпн – питома чисельність працівників, зайнятих НДДКР;

Зпр Вм – закінчені НДДКР, що готові до заміни застарілої продукції, обсяг продажу нової продукції, відповідно грн;

Пф, Пн – питома вага вартості обладнання фактичної і за нормативом;

Км – вагові коефіцієнти часткових показників інноваційного розвитку в цілому.

$$Кч + КПР + Км + Кд + Кв = 1.$$

Для торговельних підприємств споживчої кооперації запропоновано оцінювати ефективність інноваційної діяльності за такими напрямками:

1. Оцінка економічної ефективності нововведення щодо підприємства (як саме воно забезпечує конкурентоспроможність, прибуток і фінансову стабільність підприємства);
2. Оцінка ефективності управління інноваційною діяльністю щодо забезпечення безперервності інноваційного процесу в досягненні кінцевої мети одержання новинок (продукту, технології), які відповідають вимогам ринку;
3. Врахування фактора часу (здатність одержувати необхідні результати за визначений його проміжок).

Єдність зазначених компонентів дає змогу оцінити ефективність управління інноваційною діяльністю, що здійснюється на підприємствах споживчої кооперації. При цьому необхідно зважати на можливість взаємодії із зовнішнім середовищем підприємства, а саме: кількість об'єктів інтелектуальної власності, що купують зі сторони або ж реалізують на ринку.

Для більш повного аналізу необхідно проводити факторний аналіз витрат і результатів інноваційної діяльності підприємства на основі мультиплікативної моделі, яка має вигляд:

$$З / ВР = З / ВРін \times З / Зін \times ВРін / ВР,$$

де З / ВР - інноваційні витрати на одиницю реалізованої продукції;

З / Зін - витрати на освоєння нововведень і загальні витрати;

ВРін / ВР – дохід від реалізації інноваційної продукції і загальний дохід.

Висновки. Проведення комплексного аналізу інноваційної діяльності на сонові викладених методичних підходів сприятиме обґрунтуванню найефективніших напрямів інноваційної діяльності, інноваційних програм та проектів торговельних підприємств споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Ступницький О. І. Особливості використання інструментарію ПР для стимулювання інноваційно-інвестиційної діяльності / О. І. Ступницький // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 9. – С. 77.
2. Ганущак-Єфіменко Л. М. Оцінка ефективності управління розвитком інноваційного потенціалу підприємств, об'єднаних у кластер / Л. М. Ганущак-Єфіменко // Актуальні проблеми економіки.– 2009.– №9.– С.86.
3. Шаманська О. І. Стратегічне планування інноваційної діяльності в системі ресурсного потенціалу підприємства / О. І. Шаманська // Актуальні проблеми економіки.– 2009.– № 6. – С.164.
4. Мельник О. Г. Інноваційний прибуток як джерело фінансування інновацій / О. Г. Мельник // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – № 8. – С. 108.
5. Дорофиенко В. В. Инновационный менеджмент и научно-техническая деятельность: учеб.пос./ В. В. Дорофиенко, В. П. Колосюк– Донецьк, 2001.– 409 с.
6. Суэтин А. Лики инноваций / А. Суэтин // Вопросы экономики.– 2009.– №12.– С.142.
7. Organizational Project Management Maturity Model (OPM3) Knowledge Foundation [Text]. – PMI, 2003. – 150 p.
8. Kessler Sh. Measuring and managing customer satisfaction: going for the gold / Sh. Kessler Sh. – Milwaukee : ASQ Quality Press, 2000. – 228 p.
9. The Benefits of Cloud Computing: A New Era of Responsiveness, Effectiveness, and Efficiency in IT Service Delivery [Text] : Working Paper // [u. a.] . – Somers , NY : IBM Corporation, 2009. – 16 p.
10. Mark's Work Wearhouse drives profits with realtime point-of-sale information [Text] : Working Paper. – Armonk , NY : IBM Corporation, 2004. – 4 p.

УДК: 334.735+658.0+316

Градюк Н. М., асп. кафедри економіки підприємства,
Львівська комерційна академія

СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ОСНОВНІ ПЕРЕШКОДИ РОЗВИТКУ

Попередні зауваження. В сучасних умовах одним із найвагоміших та критеріальних напрямків розвитку корпоративної соціальної відповідальності в Україні провідні науковці та практики визначають налагодження взаємодії та конструктивного діалогу між усіма учасниками цього процесу [3, с. 9-10]. Проблема у тому, що, по-перше, кожен із стейкхолдерів бачить для себе різні цілі у реалізації принципів соціальної відповідальності на своєму рівні; по-друге, вимагають від інших сторін належного виконання своїх обов'язків; і, по-третє, часто ведуть себе недобросовісно, уникаючи ведення власної соціально відповідальної діяльності. При цьому кожна із сторін визначає власні проблеми, які не дозволяють імплементувати принципи соціальної відповідальності підприємств споживчої кооперації в практичну діяльність.

Особливості ведення бізнесу. Як свідчать дослідження сучасних економістів, а саме: В. Апопія, М. Бутко, Г. Башнянина Е. Карнегі, М. Стародубської та інших, представники бізнес кіл акцентують увагу на таких проблемах, як: недостатність ресурсів для надання допомоги, недовіра до бізнесу з боку громадських організацій і органів влади, недотримання законодавства, недобросовісна конкуренція, корупція, втручання органів влади, нечесне ведення бізнесу, нерозуміння колег по бізнесу [2, с.143-144].

Пропозиції для споживчої кооперації. Аналізуючи сучасний стан підприємств споживчої кооперації, зазначимо, що з боку профспілкових організацій найбільшими перешкодами налагодження соціально відповідальної діяльності виступають: недовіра до їх діяльності; невиконання бізнесом соціальних зобов'язань перед своїми працівникам, недотримання органами державної влади нормативно-законодавчих актів і Генеральної угоди, невиконання громадськими організаціями взятих на себе зобов'язань, низький рівень соціальної орієнтованості бізнесу, відстороненність від вирішення соціальних проблем малого бізнесу, проблеми спільного відстоювання інтересів перед органами влади [1, с. 84-91].

Натомість самі споживачі бачать проблеми у таких моментах: небажання бізнесу розглядати скарги споживачів і громадських організацій, низький рівень знань з питань прав споживачів, недовіра з боку органів влади, невиконання зобов'язань, низька якість продукції.

Ще однією стороною, до функцій якої належить розвиток соціальної відповідальності підприємств споживчої кооперації в Україні, є громадські організації. Вони теж висувають власне бачення бар'єрів такого розвитку: різне розуміння соціальної відповідальності громадськими організаціями і органами державної влади (викривлене уявлення соціальної відповідальності у представників органів державної влади), низький професійний рівень представників громадських організацій, слабкий інтерес до тематики соціальної відповідальності у дослідницьких інституцій, недостатній рівень співпраці з бізнесом, небажання бізнесу допомагати громадським організаціям, недооцінка органами влади громадських організацій у можливості вирішити соціальні проблеми, боротьба за лідерство між групами зацікавлених сторін, корумпованість органів влади, монополія влади на прийняття рішень, низька соціальна активність громади, часткова конкуренція між громадськими організаціями, відсутність традицій соціальної відповідальності, наявність великого майнового розшарування населення, низький рівень мотивації бізнесу до впровадження політики соціальної відповідальності.

Висновки. Проаналізувавши зазначений перелік проблем і перешкод, які стейкхолдери вважають вагомими для власної участі у процесах соціалізації, можна дійти висновку, що більшість з них є ідентичними для більшості з зацікавлених сторін. А це означає, що такі проблеми можуть бути вирішені шляхом налагодження конструктивної взаємодії. З огляду

на зазначене, вважаємо за доцільне поглиблення їх співпраці та побудови діалогу в наступних формах:

- в рамках організованих і проведених круглих столів, форумів, робочих зустрічей тощо;
- в рамках створення і роботи робочих групп;
- в рамках діяльності комісій/рад при обласних державних адміністраціях.

При цьому слід зазначити, що будь-які робочі об'єднання можуть бути ефективними лише за умови обов'язкової участі представників регіональних та місцевих органів влади, проведення масштабної інформаційної кампанії, розробки і запровадження ефективного механізми виконання рішень, залучення до роботи людей, які мають досвід коаліційної діяльності. Такі пропозиції обумовлені особливостями самої соціальної відповідальності як виключно добровільної діяльності, яка не може реалізовуватись директивними методами.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білявський В. Підвищення рівня соціальної відповідальності торговельного підприємства / В. Білявський // Вісник КНЕУ : зб.наук.пр. –2009. – №5. – С. 84-91.
2. Градюк Н. М. Соціальна відповідальність підприємств в умовах становлення громадянського суспільства в Україні / Н. М. Градюк // Регіональна економіка. Науково-практичний журнал ІРД НАНУ. – Вип. №2 (60). – 2011. – С.143-150.
3. Посібник із КСВ . Базова інформація з корпоративної соціальної відповідальності / [кол. автор.: Лазаренко Р. та ін.] – К.: Видавництво "Енергія", 2008 – 96 с.

СЕКЦІЯ „АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА ВІТЧИЗНЯНОМУ РИНКУ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ”

УДК 339

Мельник І. М., к.е.н, доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва,
Хом'як Ю. М., к.е.н, доц. кафедри комерційної діяльності і підприємництва,
Львівська комерційна академія

ПРОБЛЕМИ ДИВЕРСИФІКАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ

Попередні зауваження. Зменшення реальних грошових доходів, викликане економічною кризою, призвело до значного скорочення попиту сільського населення. Відбувається зменшення чисельності сільського населення та людності сільських населених пунктів у результаті "вимирання" сіл. Значно посилюється конкуренція між магазинами споживчої кооперації та приватної торгівлі, яка працює у вигідніших умовах, так як більшість цих магазинів перебуває на спрощеній системі оподаткування. Через вказані причини багато магазинів споживчої кооперації не може забезпечити рентабельну роботу, передається в довгострокову оренду, закривається чи консервується. Таким чином, специфіка сільського розселення та стану економіки України обумовлює низьку концентрацію купівельних фондів населення і, як наслідок, неможливість забезпечення рентабельності роботи основного типу сільського підприємства – магазинів "Товари повсякденного попиту".

Диверсифікація підприємств. Сьогодні у вітчизняних наукових працях з проблем економіки досить популярною є ідея диверсифікації діяльності підприємств – зміни, розширення та поглиблення традиційних і нетрадиційних сфер діяльності.

Диверсифікація підприємницької діяльності переслідує різноманітні цілі і визначає напрямки реструктуризації економіки. Разом з тим, абсолютно відсутні практичні рекомендації щодо диверсифікації діяльності конкретних об'єктів невиробничої сфери. Існуючі публікації, як правило, рясніють теоретичними викладками, в яких диверсифікація діяльності розглядається або як загальне поняття, або ж аналізується як якийсь із її окремих аспектів. Саме це обумовлює актуальність такого дослідження.

Мотиви диверсифікації підприємств. Однієї з головних особливостей малого бізнесу, представником якого є роздрібна торгівля, є здатність швидко адаптуватися до змін кон'юнктури ринку, залишаючи невигідні і займаючи нові, перспективні ринкові ніші. Це обумовлюється відносно невеликим обсягом діяльності і невеликою потребою в ресурсах, прямою залежністю доходів працівників від успішної діяльності підприємства. Однак в умовах розвинутої ринкової економіки конкретне підприємство, як правило, маневрує в межах обраної спеціалізації, поліпшуючи якість обслуговування, змінюючи ціни, рідше – асортимент товарів і послуг, що реалізуються чи надаються. У таких умовах підвищення ефективності діяльності підприємств роздрібної торгівлі можливе за умов диверсифікації їх діяльності.

Основні мотиви диверсифікації діяльності підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації наведено на рис. 1.

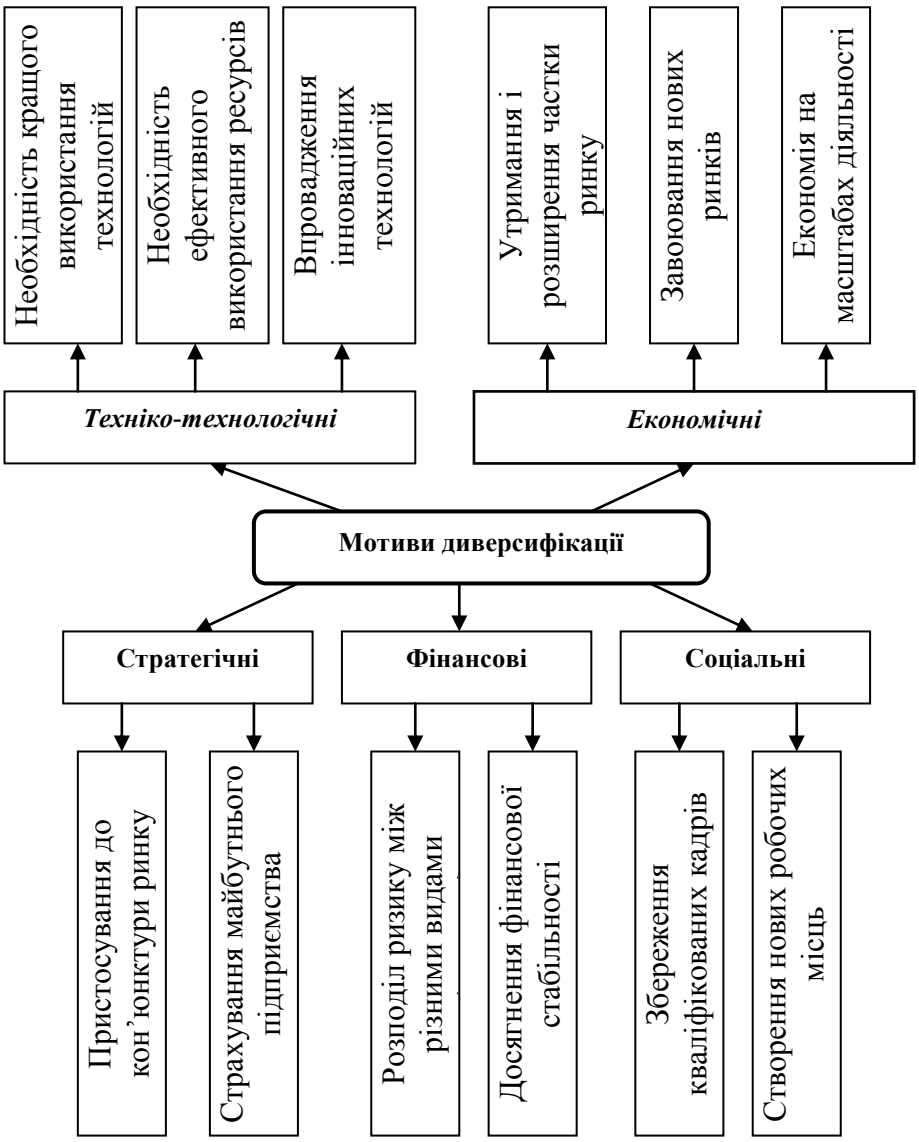

Рис. 1. Мотиви диверсифікації діяльності підприємств роздрібної торгівлі

Підвищення ефективності роботи роздрібних торговельних підприємств споживчої кооперації з одночасним вирішенням проблем відродження українського села тісно пов'язане із створенням в селах торговельно-виробничо-сервісних центрів. Для цього споживча кооперація має широкі можливості.

Насамперед негайного вирішення вимагає проблема більш ефективного використання надлишків торгової площі у великих магазинах. Справа в тому, що значне зменшення частки в товарообороті непродовольчих товарів призвело до звуження асортименту товарів у магазинах і, як наслідок, появи надлишку торгових площ. Незадіяні торговельні площі можна використовувати значно ефективніше шляхом перетворення цих приміщень в торговельно-сервісні підприємства комбінованого типу – магазин-заготпункт, магазин-бар тощо.

Так, зростання закупівель сільськогосподарської продукції у населення потребують розвитку і збільшення чисельності магазинів-заготпунктів, а також поєднання торговельної і заготівельної діяльності із первинною переробкою закупленої продукції.

Задоволення попиту сільського населення у товарах складного асортименту рідкого і епізодичного попиту залишається важливим завданням. Стрімке впровадження в торгівлю досягнень науково-технічного прогресу швидкими темпами приводить до розвитку електронної торгівлі. Надзвичайно широкі можливості розвитку електронної торгівлі є на основі матеріально-технічної бази споживчої кооперації, де центральні склади товарів складного

асортименту електронних магазинів (ЕМ) та електронних торговельних центрів (ЕТЦ) можуть бути створені на базі складського господарства міжрайбаз та універсальних баз облспоживспілок, а в магазинах з торгівлі товарами повсякденного попиту можуть бути встановлені комп'ютери, об'єднані в локальну мережу.

Крім того, на нашу думку, магазини споживчої кооперації можуть вирішити і певну соціальну проблему, а саме організація дозвілля сільської молоді. Наприклад, на базі магазинів можна організувати магазин-інтернет-бар, пункт надання послуг з ксерокопіювання та рекламних послуг.

Конкретно для кожного підприємства програма диверсифікації повинна складатися з трьох етапів:

-розробка заходів із підвищення ефективності основного виду діяльності – торгівлі;

-відбір другорядних видів діяльності, якими буде займатись підприємство;

-впровадження другорядних видів діяльності.

Висновки для економічної політики. В умовах фінансової нестабільності в державі правлінням споживчих товариств і споживспілок необхідно вжити невідкладних заходів щодо попередження її негативного впливу шляхом диверсифікації діяльності підприємств кооперативної торгівлі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Азрилиян А. Н. Большой экономический словар / А. Н. Азрилиян, О. М. Азрилиян, Е. В. Калашникова – М. : Институт новой экономики, 2002. – 1280 с.
2. Корінько М. Д. Переваги та недоліки стратегії диверсифікації підприємства / М. Д. Корінько // Актуальні проблеми економіки. – 2007. – №5. – С. 148-152.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер, Г. Армстронг. – М.: Издательский дом "Вильямс", 2003. – 944 с.

УДК 334.735 : 658.7

Міщук І. П., к.е.н., доц. кафедри КДП,
Львівська комерційна академія

ОСОБЛИВОСТІ СТРУКТУРНОГО СКЛАДУ ЛОГІСТИЧНИХ ФОРМУВАНЬ У СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Одним із перспективних напрямів підвищення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання у сфері товарного обігу вчені і практики вважають застосування логістичного підходу. Л. Фролова визначає суть логістичного підходу як „…вдосконалення управління матеріальними і пов'язаними з ними інформаційними та фінансовими потоками на шляху від первинного джерела сировини до кінцевого споживача готової продукції на основі системного підходу та теорії економічних компромісів для отримання синергічного ефекту" [1, с.11], що передбачає створення різноманітних логістичних формувань, у першу чергу – логістичних систем і логістичних ланцюгів. Незважаючи на значну кількість наукових публікацій, присвячених питанням організації та управління логістичною діяльністю підприємств, у вітчизняній літературі відсутнє саме трактування терміну „логістичне формування". У цій публікації відображено результати системно-логічного аналізу змісту терміну „логістичне формування" та дослідження особливостей їх елементного складу в системі споживчої кооперації.

Необхідні визначення. Логістична діяльність пов'язана із здійсненням „...сукупності дій (логістичних операцій), котрі… неодноразово повторюються до того часу, поки сировина з вихідного матеріального ресурсу не перетвориться на виробництві у готовий товар, який, у свою чергу, буде доставлений до пункту продажу" [2, с.9]. Е. Мате та Д. Тіксьє основну мету

управління логістичною діяльністю визначили як „…оптимізацію пропозиції продукції компанією таким чином, щоб ця продукція знайшла свого споживача в найбільш вигідних щодо загальної рентабельності умовах" [3, с.13]. Необхідною умовою досягнення такої мети Ю.Пономарьова вважає „…оптимізацію циклу відтворення шляхом комплексного, орієнтованого на потребу, формування потоку матеріалів та інформації у виробництві та розподілі продукції" [4, с.14], а це, в свою чергу, передбачає таку зміну пріоритетів господарської діяльності, коли головну роль відіграє не продукт, а процес у формі потоку (матеріального, інформаційного тощо).

Логістичні формування та їх елементи. Аналіз фундаментальних праць з питань управління логістикою дозволяє стверджувати, що оптимізація матеріального потоку можлива лише за умови створення інтегрованих виробничо-постачальницько-торговельно-транспортних економічних систем, об'єднаних спільною метою задоволення потреб потенційних споживачів у певних видах товарів споживчого призначення. При цьому, судячи з аналізу літератури, видове різноманіття таких об'єднань охоплює такі організаційні утворення, як логістичний канал, логістичний ланцюг, логістична система, які трактуються як різні види логістичних формувань [5; 6; 7; 8].

На думку автора, під логістичними формуваннями слід розуміти специфічні форми об'єднання суб'єктів господарювання, задіяних у процесах просування матеріальних ресурсів, незавершеної та готової продукції на всіх стадіях виробничо-комерційного процесу, які організовуються на засадах інтеграції їх діяльності з метою забезпечення найбільш адекватних потребам остаточних споживачів параметрів матеріального потоку.

Елементарним видом логістичних формувань є логістичний ланцюг, тобто „…лінійно упорядкована множина фізичних і/або юридичних осіб ..., котрі виконують логістичні операції, спрямовані на доведення матеріального потоку від однієї логістичної системи до іншої або до кінцевого споживача" [8, с.122]. Найпростіший логістичний ланцюг включає лише виробника і споживача, між якими на договірній еквівалентній основі організовується неодноразово повторюваний процес постачання партій певних товарів, який супроводжується рухом відповідних інформаційних повідомлень, фінансів, послуг тощо. Формування більш складної структури логістичного ланцюга відбувається завдяки імплементації в неї іншого, менш досконалого виду логістичних формувань - логістичного каналу, під яким розуміють „…частково упорядковану сукупність посередників, які задіяні у процесах доведення матеріального потоку від конкретного виробника продукції до її споживачів" [8, с.123]. - Зазначена сукупність посередників може включати суб'єктів господарювання, які потенційно можуть бути залучені до процесів перетворення матеріального потоку завдяки їх спеціалізації на виконанні певних логістичних операцій (підприємства оптової, роздрібної торгівлі, транспорту та ін.).

Необхідність одночасного узгодження процесів організації та реалізації руху матеріального потоку в аспектах міжсуб'єктної, міжоб'єктної та міжпроцесної взаємодії вимагає створення більш складного логістичного формування, яким є логістична система. В.Сергеєв стверджує, що логістична система: „- ... це складна організаційно завершена (структурована) економічна система, яка складається з взаємопов'язаних в єдиному процесі управління матеріальними та відповідаючими їм потоками елементів (ланок), сукупність котрих, межі та завдання функціонування об'єднані внутрішніми цілями організації бізнесу і/або зовнішніми цілями" [5, с.68], а Є.Крикавський вказує, що „...це система, в якій здійснюється інтегроване переміщення матеріалів, продуктів та відповідної інформації, що уможливлює оптимізацію управління ланцюгом поставок" [7, с.63]. Віднесення логістичних систем до категорії економічних систем означає, що ця система є об'єднанням суб'єктів господарювання, а визнання того, що в логістичній системі здійснюється фізичне переміщення матеріальних об'єктів, доказує її матеріальний характер.

Варто погодитись із визначенням О.Малікова логістичної системи як „...об'єднання виробничих, торговельних та/або транспортних підприємств, їх структурних підрозділів або окремих дільниць разом з комплексом технічних засобів та дій, які забезпечують доведення

матеріальних (в тому числі -товарних) потоків від пунктів їх зародження із залученням різноманітних виробників та посередників до кінцевих споживачів шляхом виконання над ними відповідних логістичних операцій (складування, зберігання, перевезення, укрупнення/розукрупнення партій вантажів, збирання, обробка, передавання інформації про параметри потоку)" [9, с.8].

Як видно, логістична система – це: 1) сукупність певних суб'єктів господарювання, які об'єднані у логістичному ланцюгу; 2) сукупність виробничих (у найширшому розумінні терміну) об'єктів – цехів, складів, терміналів, функціональних зон, окремих робочих місць, в яких виконуються логістичні операції над елементами матеріального потоку, і для чого у них використовуються різноманітні види обладнання; 3) сукупність дій (операцій, процесів, робіт, процедур), які потрібні, щоб відбувався рух матеріального потоку в логістичному ланцюгу загалом та на його окремих стадіях.

Зважаючи на необхідність посилення конкурентоспроможності споживчої кооперації України, варто звернути увагу на необхідність застосування логістичного підходу і активізацію роботи з формування ефективних логістичних систем (як в організаційних межах споживчої кооперації, так і міжсистемного характеру - за участю кооперативних підприємств – на локальному, регіональному та загальнодержавному рівні); при цьому визначальною для створення логістичної системи дією (умовою) є організація логістичного ланцюга в результаті формування господарських зв'язків між окремими суб'єктами господарювання на всіх послідовних стадіях просування матеріального потоку в сферах виробництва та обігу [10].

Організаційна діяльність зі створення таких логістичних систем у межах споживчої кооперації (або за участю її окремих підприємств), виходячи з принципів системного підходу, повинна включати таку послідовність етапів: - визначення сфери, уточнення меж і масштабів логістичної діяльності, ідентифікація інформаційних потреб; - проведення необхідних досліджень стану і проблем логістичної діяльності шляхом системного аналізу; - формування (реорганізація) морфологічної та функціональної структури логістичної системи; - розробка альтернативних варіантів вирішення проблем руху та управління матеріального потоку; - вибір оптимального варіанту рішення на основі оцінювання кожної з можливих альтернатив.

Необхідною передумовою здійснення цієї роботи має стати аналіз наявних у системі споживчої кооперації України елементів таких логістичних систем, тобто – чисельності і видового складу суб'єктів господарювання – потенційних учасників логістичних ланцюгів з просування різних видів матеріальних (товарних) потоків, чисельності, спеціалізації, потужностей та дислокації виробничих цехів, складів, пунктів продажу товарів у системі оптової та роздрібної торгівлі, автотранспортних підрозділів тощо, а також їх пристосованості (готовності) до впровадження базових технологій руху матеріального потоку. Специфіка споживчої кооперації України як потенційного організатора інтегрованих виробничо-торговельно-транспортних систем просування матеріальних потоків пов'язана з можливістю забезпечення відносно високого рівня керованості процесами формування технологічних, організаційних, інформаційних та інших зв'язків завдяки перебуванню в єдиних організаційних межах Укоопспілки значної кількості господарюючих суб'єктів (Кримспоживспілка, 21 ОСС, 219 РСС, 198 райСТ, 1721 ССТ, 192 МСТ, а також окремих кооперативних підприємств галузей оптової і роздрібної торгівлі, ресторанного бізнесу, промисловості, транспорту та ін.), у власності яких знаходиться 10,5 тис. магазинів, 3,3 тис. ресторанів, кафе, магазинів кулінарії, понад 400 ринків, 150 торгово-закупівельних пунктів, біля 100 оптових торгових баз і складів з торгівлі продовольчими, непродовольчими, господарськими товарами, лісовими і будівельними матеріалами, 265 підприємств і цехів виробничої галузі тощо [11], які в логістичному ланцюгу можуть виступати як об'єкти, що здійснюють кількісні та якісні перетворення матеріального потоку, який доводиться шляхом виконання різноманітних логістичних операцій до споживачів, обслуговуваних системою споживчої кооперації.

Висновки для економічної політики. Отримані результати підтверджують необхідність активного створення логістичних формувань як в організаційних межах Укоопспілки, так і

поза її межами –за участю окремих кооперативних підприємств, шляхом організації взаємопов'язаних підсистем, які підлягають оптимізації: 1/ логістичного ланцюга як сукупності взаємодіючих між собою на основі інтегрованих господарських зв'язків суб'єктів господарювання; 2/ технологічної підсистеми, яка включає послідовність робіт в поєднанні з використовуваними технічними засобами (обладнання, транспорт, склади та ін.); 3/ управлінської підсистеми, яка включає організаційну структуру, методи прийняття рішень, інші елементи управлінської діяльності, які повинні забезпечити організаційну, економічну, технологічну та інформаційну єдність створюваної логістичної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Фролова Л. В. Механізми логістичного управління торговельним підприємством: монографія / Л. В. Фролова.– Донецьк: ДонДУЕТ ім.М.Туган-Барановського, 2005. – 322 с.
2. Круминьш Н. Логистика в Восточной Европе: Справочник по управлению системами логистики в Восточной Европе, или что необходимо знать, чтобы система логистики была на 30 % эффективнее / Н. Круминьш, К. Витолиньш. – Рига, Schenker, 2007. – 190 с.
3. Мате Э. Материально-техническое обеспечение деятельности предприятия / Э. Мате, Д. Тиксье ; [пер. с франц.]. – М.: ИГ „Прогресс", 1993. – 160 с.
4. Пономарьова Ю. В. Логістика: навч. посіб. / Ю. В. Пономарьова. – [вид. 2-ге.] – К.: Центр навчальної літератури, 2005. – 328 с.
5. Сергеев В. И. Менеджмент в бизнес-логистике: монографія / В. И. Сергеев. – М.: ИИД „ФИЛИНЪ", 1997. – 772 с.
6. Косарева Т. В. Логістична система: сутність дефініцій / Т. В. Косарева // Економіка АПК. – 2008. – № 11. – С. 12-18.
7. Крикавський Є. В. Логістика. Основи теорії / Є. В. Крикавський. – Львів: Національний університет „Львівська політехніка", „Інтелект-Захід", 2006.– 456 с.
8. Родников А. Н. Логистика: Терминологический словарь / А. Н. Родников – М.: ИНФРА-М, 2000.– 352 с.
9. Маликов О. Б. Деловая логистика / О. Б. Маликов. – СПб.: Политехника, 2003. ─ 223 с.
10. Christofer M. Logistyka i zarzadzanie lancuchem prodagy. / M. Christofer. – PCDL, Warszawa, 2000. – 273 s.
11. Про нас: [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://coop.com.ua/uk/2011.-12-06-11-51-13.

УДК 735 (477+338.46)

Олексин І. І., к.е.н., доц. кафедри КДП,
Львівська комерційна академія

РОЗВИТОК СФЕРИ ПОСЛУГ – ЯК НАПРЯМ ПОСИЛЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ СКЕРОВАНОСТІ КООПЕРАТИВНОГО СЕКТОРА ЕКОНОМІКИ

Соціальні мотиви в кооперативній діяльності. Господарська діяльність має елементи як комерційної, так і соціальної економіки. Соціальна скерованість кооперації, її діяльність в інтересах пайовиків на основі кооперативних принципів та цінностей придає унікальність кооперативам, робить їх суб'єктами ринкової економіки. Пріоритетний принцип – соціальна відповідальність, передбачає прагнення кооперативу до підвищення рівня життя, покращення обслуговування пайовиків та всіх бажаючих користуватися послугами кооперативу.

Розвиток соціальних кооперативів є характерним для тих секторів економіки, в яких підприємства та організації державної форми власності призупинили свою господарську діяльність або не надають населенню доступні послуги відповідного рівня якості. Шляхом створення споживчих кооперативів можна забезпечити виживання багатьох видів соціальних послуг, які в протилежному випадку можуть бути ліквідовані внаслідок недофінансування з

державного бюджету. Внаслідок чого соціальні кооперативи розвиваються в таких секторах, як охорона здоров'я, надання допомоги по догляду за хворими та престарілими, допомога у введені домашнього господарства, соціальний туризм, відпочинок та розваги.

Універсальність кооперативних організацій. В кооперативних законах та статутах передбачено багатогалузевий характер діяльності кооперативів, що придає їм універсальний характер та забезпечує їх конкурентноздатність. Універсальність дозволяє кооперативам ефективніше вирішувати соціальні задачі, збільшуваним обсяги та розширювати види послуг для пайовиків.

На ринку споживча кооперація є одночасно виробником послуг (виробнича діяльність), посередником (гуртова торгівля, заготівельна діяльність), продавцем послуг (роздрібна торгівля, ресторанне господарство), покупцем і споживачем послуг (підприємства споживчої кооперації, її члени, члени споживчих товариств і спілок).

Кооперативи все більше використовують український та міжнародний досвід надання соціальних послуг. Серед них слід відзначити такі, як страхові кооперативні асоціації, медичні, фармацевтичні, ветеринарні, проектні, будівельні, пекарні, ресторани, кооперативи ритуальних послуг, кооперативи по наданню управлінських послуг тощо.

За багаторічну історію кооперація довела свою життєздатність і породила велике різноманіття кооперативів. Загальне уявлення про них дає таблиця 1.

Таблиця 1

Класифікація кооперативів

Ознаки	Типи, види та різновиди
1. Типи кооперативів	1.1. Виробничі 1.2. Обслуговуючі 1.3. Споживчі 1.4. Багатопрофільні
2. Рівні кооперативів	2.1. Первинні характерні для сировинно-видобувних галузей, сільського, лісного господарства 2.2. Вторинні кооперативи розвиваються в промисловості, на транспорті, будівництві 2.3. Третинні кооперативи представляють сфери торговельних, побутових, соціальних, культурних, фінансових послуг
3. Види кооперативів	Сільськогосподарські, переробні, транспортні, житлово-комунальні, заготівельні, виробничі, торговельні, сервісні, надання послуг, кредитні, освітні, науково-консультативні, туристичні, лікувальні, аптечні та інші.

Основні типи кооперативів – виробничий, обслуговуючий, споживчий, змішаний.

Третинні кооперативи зосереджені, як правило, у сферах торговельних, побутових. Фінансових, соціально-культурних послуг. Головне їх завдання – надання матеріальних і нематеріальних послуг пайовикам, клієнтам. Третинній сектор є найбільш динамічним та мобільним, оскільки включає велику кількість кооперативів, які надають торговельні, фінансові, побутові соціальні послуги, як матеріальні (характеризуються наданням реальних фізичних дій, які у більшості є речовинними), так і нематеріальні (характеризуються наданням духовно-розумових дій).

Провідне місце в цьому секторі, на світовому ринку послуг, займають кредитні спілки, кооперативні банки. В останні роки інтенсивний розвиток отримують кооперативні групи взаємного страхування. Традиційно важливу роль відіграють житлові кооперативи. Порівняно молодим є сектор кооперації у сфері охорони здоров’я, соціальних послуг. Проте для сфери послуг повинні стати реальністю соціальні аптеки; амбулаторії від товариства Червоного Хреста України; будинки-пансіонати для людей похилого віку, одиноких та інвалідів;

соціальна допомога населенню за місцем проживання, кооперативи у сфері освіти, туризму, культури тощо.

Для української кооперації характерними нині є обмеженість різновидів кооперативів. Панівне становище займають споживчі кооперативи. Хоча, для сфери послуг властивий також розвиток обслуговуючих та багатопрофільних кооперативів.

Надання послуг. Споживча кооперація України розвиває сферу послуг, що надаються пайовикам та сільському населенню. В інтересах котрих організаціями споживчої кооперації надають безоплатні та платні послуги. Надання платних послуг населенню є перспективною та економічно вигідною галуззю діяльності споживчої кооперації [2]. Слід зазначити, що питома вага послуг торгівлі, ресторанного господарства та виробничої діяльності в загальному обсязі послуг споживчої кооперації є незначною (рис. 1).

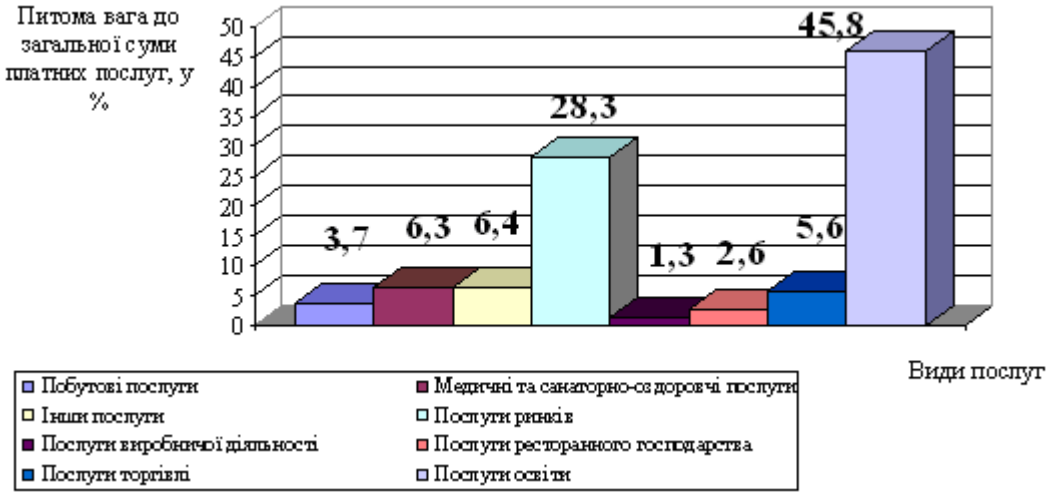

Рис. 1. Структура послуг у споживчій кооперації України станом на 2011 рік

В сучасних умовах в Україні кооперативи у сфері послуг у своєму розвитку доволі сильно відстають від господарюючих суб'єктів інших форм власності, в першу чергу приватної, у цій же ж сфері. Одною з причин цього, на нашу думку, є бачення кооперативу як безприбуткової організації.

На ринку праці в Україні відбулись значні зміни: збільшилась кількість безробітних та економічно не зайнятих громадян. Кооперативи можуть внести свій вклад у створення робочих місць шляхом залучення громадян до виконання робіт на умовах неповного робочого дня, на тимчасовій та сезонній основі. Наслідком загальноукраїнського демографічного кризу є збільшення питомої ваги населення пенсійного віку, котре має бажання займатися суспільно корисною працею. Кооперативні організації можуть залучати його для виробництва виробів народного промислу, художньо-прикладного мистецтва, організації системи збуту вироблених товарів безпосередньо за місцем їх проживанням.

В основу структурної та територіальної організації соціальних кооперативів має бути покладена максимальна адаптація до стереотипів і моделей поведінки споживачів, їх запитів і соціальна спрямованість щодо членів споживчих товариств і спілок.

Історичний досвід світового та українського кооперативного руху засвідчує, що для створення кооперативів у сфері послуг – специфічних громадсько-господарських організацій, які є феноменом саме модерного (індустріального) суспільства недостатньо звичайної угоди засновників та здійснення ними загальноприйнятих організаційних заходів. Розвиток і активізація діяльності кооперативів у сфері послуг стають можливим тільки при створенні належних соціально-економічних, культурно-психологічних, політико-правових передумов для кооперативного руху. Основними з них, на нашу думку, є:

- традиція співпраці населення (докооперативні та некооперативні форми господарсько-громадської співпраці);
- достатня обізнаність населення в кооперативній ідеї, розуміння суті, принципів діяльності та специфіки кооперативних організацій (зокрема, й завдяки знанню історії кооперативного руху);
- психологічна схильність населення до участі в кооперативних формуваннях; визнання ним здатності кооперативу сприяти задоволенню існуючих економічних, соціальних та культурних потреб, здійснювати соціально-економічний захист своїх членів; готовність людей нести солідарну відповідальність за результати співдіяльності в кооперативі;
- потреба суспільства в соціально-економічному захисті певних груп товаровиробників та споживачів: сільських господарств, ремісників, торговців, найманих працівників (робітників та службовців) та ін.;
- суспільне визначення за кооперативами важливої ролі у розвитку ринкової економіки, формуванні соціальної структури модерного суспільства, утвердженні у свідомості людей загальнолюдських життєвих вартостей, ліберально-демократичних суспільно-політичних переконань; порівняно незначний спротив кооперуванню традиційних опонентів та конкурентів кооперації: бюрократичного апарату та підприємницько-посередницьких структур;
- орієнтація провідних у суспільстві політичних сил на розвиток ринкової економіки, демократизацію суспільства та забезпечення ефективного соціального захисту населення, на розбудову соціально-правової держави; невтручання держави в життя суб'єктів господарської та громадської діяльності; політика сприяння розвиткові кооперативного секторі економіки;
- сприятливе правове поле для кооперації, існування загальних (для всіх напрямів кооперації або в інших форм господарської діяльності) та спеціальних, кооперативних законів, постанов уряду, інших нормативних документів, що роблять кооперативну діяльність легальною, забезпечують кооперативам офіційний статус та правовий захист;
- ринкове середовище, існування ринку товарів, капіталів, трудових ресурсів, неспроможність кооперативів забезпечити свої організації фінансовими матеріалами та трудовими ресурсами, влиття в ринкове середовище;
- наявність у виробників та споживачів товарів (виробів та послуг) економічного інтересу в кооперуванні. Причому мотиви для кооперування можуть бути різні: прагнення збільшити дохідність свого господарства, залучити у власний бізнес додатковий капітал, підвищити ефективність та продуктивність виробництва чи потреба знайти місце праці, піднесення рівня споживання шляхом економії на придбання споживчих продуктів та послуг.

Третинні кооперативи. У зв'язку з розширенням сфери торговельних, побутових, соціально-культурних і фінансових послуг необхідно прискорити зростання кількість третинних кооперативів:

- у споживчій кооперації активізувати діяльність багатопрофільних кооперативів;
- у сфері торгівлі трансформувати систему торговельних послуг (основних, супутніх та допоміжних);
- у сфері побуту може бути створена розгалужена мережа кооперативів матеріальних і нематеріальних послуг, наприклад, організація споживачів комунальних та енергетичних послуг;
- у сфері туризму, відпочинку доцільно розвивати туристичні, рекреаційні, розважальні кооперативи;
- у сфері охорони здоров'я інтенсивний розвиток отримають лікувальні, фармацевтичні кооперативи.

Розвиток кооперативної системи у сфері послуг повинен обов'язково доповнюватися створенням кредитних кооперативів як украй необхідної кооперативної інфраструктурної системи, взятої у цілому. Основна мета створення кредитної та страхової кооперації – забез-

печення суб'єктів бізнесу у сфері послуг кредитами за рахунок власних заощаджень, нагромаджень і позикових засобів і надання послуг із виробничого й особистого страхування

Всебічне задоволення потреб сільського населення у послугах при високому рівні обслуговування та мінімальних витратах, збільшення вкладання у соціальний розвиток села та забезпечення на цій основі зростання добробуту кооперативних організацій і підприємств слід розглядати як провідний напрям перебудови управлінської діяльності та подальшого розвитку кооперативної системи в ринкових умовах.

Висновки для споживчої кооперації. Проведені дослідження дозволили констатувати, що сфера платних послуг сприяє посиленню соціальної скерованості діяльності споживчої кооперації, що особливо важливо для сільських територій, так як, по-перше, послуги впливають на підвищення якості життя населення; по-друге, вводяться нові види робіт; по-третє, створюється можливість для працевлаштування молоді, безробітного сільського населення, пенсіонерів, інвалідів та інших категорій незайнятого населення.

Рекомендуємо в перспективі для споживчої кооперації передбачити розвиток інноваційних різновидів послуг, підвищення їх якості та збільшення в структурі надання питомої ваги платних. Вважаємо, що оптимізація діяльності підприємств по наданню послуг буде сприяти ефективному використанню майна споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Інтернет-сервер офіційного сайту Державного комітету статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua. – Заголовок з титулу екрана.
2. Інтернет-сервер офіційного сайта Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки): [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.coop.com.ua.

УДК 334.735:330.82(447)

Барна М. Ю., к.е.н., доц. кафедри експертизи товарів та послуг,
Львівська комерційна академія

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПОБУТОВИХ ПОСЛУГ У СИСТЕМІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Розвиток ринкових відносин, зміна форм власності, економічна криза торкнулися усіх галузей народного господарства та населення України. Проте у найбільш складному становищі опинилося сільське населення, що, безумовно, пов'язано із занепадом аграрного сектору економіки, байдужістю органів виконавчої влади до проблем села, які призвели до значного зниження доходів сільського населення, безробіття та погіршення стану інфраструктури.

Функції споживчої кооперації у сфері послуг. За таких умов відбулося значне зниження темпів розвитку системи споживчої кооперації в цілому та сфери побутових послуг зокрема. Споживча кооперація повинна розвивати та утримувати на належному рівні сферу послуг, як основу для виконання нею основної місії – соціальної, а також сприяти фінансовому оздоровленню та забезпеченню конкурентоспроможності кооперативних організацій в сучасних умовах.

Окремі аспекти щодо реформування та перспектив розвитку системи споживчої кооперації вже розкриті у працях В. В. Апопія [1], С. Г. Бабенка [2], В. В.Гончаренко [3] та інших. Проте, дане питання потребує подальшої розробки. Саме ця обставина визначає мету даної публікації.

Характерною ознакою сіл є нерозвиненість сфери побутових послуг, хоча з переходом до ринкових відносин ситуація в цій сфері не покращилася, а навпаки – погіршилася.

Функціонування на належному рівні та розвиток сфери побутових послуг на селі дозволить у певній мірі вирішити проблему зайнятості сільського населення, а також сприяти покращенню середовища проживання, якості життя і скороченню темпів міграції сільських жителів з села в місто, а також за межі території України.

Сучасний стан розвитку кооперативного сегменту сфери побутового обслуговування. В останні роки в системі споживчої кооперації створено понад 3,5 тисячі об'єктів побутового обслуговування, що майже на 600 більше від завдання, визначеного відповідною Програмою „Стратегії розвитку споживчої кооперації України (2004–2015 рр.)", затвердженої XIX з'їздом споживчої кооперації України у 2004 році [4]. Загалом послуги надають 5,5 тисяч кооперативних підприємств.

Активно розвивається мережа підприємств побутового обслуговування сільських жителів у Криму, Полтавській, Дніпропетровській, Харківській, Луганській та Чернігівській областях, де кожна районна кооперативна організація налічує 10-20 об'єктів побутового обслуговування. В результаті споживспілки зазначених регіонів щорічно надають населенню побутових послуг на півтора-два мільйона гривень кожна.

Практично не займаються відродженням сфери побутового обслуговування у Рівненській, Тернопільській, Кіровоградській, Івано-Франківській облспоживспілках. При наявності вільних приміщень у багатьох районах кооператори не мають жодного об'єкта з ремонту одягу, взуття, побутових приладів, надання фотопослуг та послуг перукарень.

Напрями підвищення конкурентоспроможності кооперативних підприємств побутового обслуговування. З метою усунення існуючих проблем та підвищення рівня конкурентоспроможності сфери побутового обслуговування системі споживчої кооперації як централізовано, так і на місцях необхідно:

- підвищувати ефективність діяльності підприємств побутового обслуговування шляхом: збільшення мережі підприємств побутового обслуговування населення, створення нових робочих місць за рахунок введення нових об'єктів побутового обслуговування; залучення до роботи у підприємствах побутового обслуговування системи споживчої кооперації виконавців, які працюють у "тіньовому секторі" сфери побутового обслуговування населення; створення сприятливих умов для роботи у сфері побутового обслуговування, вирішуючи при цьому низку важливих соціальних завдань: створення додаткових робочих місць, зниження проблеми зайнятості населення, стримування зростання цін на побутові послуги тощо.

- удосконалювати організаційну структуру сфери побутового обслуговування, впорядкувати її діяльність з метою задоволення потреб населення у високоякісних послугах за допомогою: запровадження сучасних стандартів побутового обслуговування; вивчення, узагальнення та застосування у підприємствах системи споживчої кооперації досвіду роботи підприємств побутового обслуговування як в Україні так і за її межами; підвищення технічного рівня оснащення більшості підприємств, впровадження прогресивних технологій та переоснащення, пошук дешевого, але якісного вітчизняного обладнання, приладів та інструментів для виконання побутових послуг;

- розвивати мережу підприємств побутового обслуговування відповідно до потреби населення шляхом збереження існуючих і створення нових робочих місць у сфері побутового обслуговування, залучення до роботи в ній соціально незахищених верств населення; підвищувати імідж робітничих професій у сфері побутового обслуговування;

- з метою підвищення рівня конкурентоспроможності підприємствам необхідно налагодити виїзні форми обслуговування в сільській місцевості;

- позитивно вплине на ситуацію переведення підприємств побутового обслуговування на спрощену систему оподаткування та організацію діяльності за договорами співпраці з суб'єктами малого підприємництва. Нині в цілому по системі за таких умов працює понад 40 % мережі побутового обслуговування, а у Вінницькій, Одеській і Харківській споживспілках 75-95 %.

Висновки для економічної політики. Лояльність споживачів у сучасних умовах є вирішальним фактором забезпечення конкурентоспроможності як продуктів діяльності суб'єктів

ринку, так і самих суб'єктів. Тому система споживчої кооперації для забезпечення стійкого становища у конкурентному середовищі повинна направити свої зусилля на реалізацію своїх цілей та завдань, тобто на виконання соціальної місії та задоволення потреб населення у побутових послугах. Розвиток саме сфери послуг має для цього велике значення, оскільки тільки шляхом надання послуг споживча кооперація має можливість безпосередньо взаємодіяти із споживачами, а відповідно, їх залучення, отримання їх лояльності та відданості системі споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апопій В. В. Споживча кооперація України : проблеми сучасного розвитку / [В. В. Апопій, С. Г. Бабенко, Г. І. Башнянін, Л. К. Бесчасний, О. Д. Вовчак]. – Кн. 1. – Львів : Коопосвіта, 1999. – 366 с.
2. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : монографія / С. Г. Бабенко. – К.: Видавництво „Наукова думка", 2003. – 332 с.
3. Гончаренко В. В. Кредитна кооперація. Форми економічної самодопомоги сільського і міського населення у світі та в Україні (теорія, методологія, практика) / В. В. Гончаренко .– К. : Глобус, 1998. – С. 304.
4. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) // Вісті. Діловий Випуск. Вкладка. – 2004. – 9 квітня. – № 15 (268). – С. 1-32.

УДК 339.372.843:334.735

Шутовська Н. О., к.е.н., доц. кафедри КДП,
Львівська комерційна академія

ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ТОРГОВЕЛЬНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА У СФЕРІ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Сучасний стан сфери кооперативного торговельного підприємництва. Економічна криза в Україні 2008-2009 років негативно вплинула на торгівельне підприємництво у сфері роздрібної торгівлі як у міських поселеннях та і у сільській місцевості. Найбільш суттєвими були темпи падіння роздрібного товарообороту у сільській місцевості, де завжди домінувала споживча кооперація. Сучасний стан розвитку роздрібної торгівлі споживчої кооперації у сільській місцевості характеризується низкою негативних явищ: зменшується кількість роздрібних торговельних підприємств, неефективно використовуються наявні торгові площі, не впроваджуються інновації у торгово-технологічні процеси тощо. Причинами цих явищ є:

- недосконаліть законодавчо-нормативної бази з питань розпаювання власності, що не дає можливість залучати інвестиції;
- занепад заготівельної та виробничої галузей споживчої кооперації, що негативно впливає на формування асортименту товарів у роздрібних торговельних підприємствах;
- відсутність розподільчих центрів (оптових баз), котрі функціонували б на основі концепції логістики.

Напрями підвищення ефективності торговельного підприємництва. Зменшення негативного впливу цих явищ потребує розробки комплексної системи заходів щодо підвищення ефективності торгівельного підприємництва у сфері роздрібної торгівлі споживчої кооперації. Найбільш актуальними заходами підвищення ефективності є заходи, згруповані у чотири напрями.

Перший напрям – це врегулювання на законодавчому рівні питань розпаювання власності споживчої кооперації та розробка концепції розвитку торговельного підприємництва у

сільській місцевості на регіональному рівні (територіально-адміністративних одиниць) на період від п’яти до двадцяти років.

Другий напрям полягає у формуванні та реалізації заходів по створенню розподільчих центрів, котрі б обслуговували не тільки роздрібні торговельні підприємства споживчої кооперації, але і фізичних осіб-підприємців. Реалізація цього напряму дозволить відродити сферу оптової торгівлі споживчої кооперації на сучасному рівні та знизити витрати, пов’язані із реалізацією товарів (що є дуже важливим в умовах низької купівельної спроможності сільського населення).

Третій напрям – це реалізація заходів по створенню заготівельно-виробничих кооперативів, які б одночасно із заготівлею займалися виробничо-переробною діяльністю. Закуплена у населення сільгосппродукція не тільки б реалізовувалась у магазинах споживчої кооперації, але й перероблялась (виробництво молочної продукції, яєчного порошку тощо). Сільгосппродукція, яку сільське населення здавало би у заготівельно-виробничий кооператив оцінювалася б у відповідному грошовому еквіваленті (грн..), однак кошти готівкою не виплачувались (за бажанням здавальника продукції), а накопичувались би на спеціальних особових рахунках здавальника і потім він міг би за ці кошти купити у магазині споживчої кооперації за замовленням необхідні непродовольчі товари (побутову техніку, госптовари тощо).

Четвертий напрям – оптимізація процесів управління споживчою кооперацією в межах територіально-адміністративних одиниць (районів) та запровадження проектного менеджменту. Суть полягає у створенні торговельно-виробничих об’єднань, структуру яких на районному рівні складали б: розподільчий центр, роздрібні торговельні підприємства, заготівельно-виробничі кооперативи.

Перспективи розвитку кооперативного торговельного підприємництва. Роздрібна торгівля споживчої кооперації України у сільській місцевості знаходиться у незадовільному стані, її ефективність на низькому рівні. Для подальшого розвитку торгівельного підприємництва у сфері роздрібної торгівлі доцільно реалізувати низку заходів у вищепоіменованих напрямах. Реалізація заходів дозволить:

- підвищити ефективність управління споживчою кооперацією як галуззю народного господарства в межах конкретних регіонів;
- вирішити питання стимулювання вкладання інвестицій у роздрібну торгівлю у сільській місцевості за рахунок остаточного вирішення питання власності;
- запровадити інноваційні підходи до організації торговельної діяльності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. www.coop.com.ua.

УДК 339.37:334.735

Шалева О. І., к.е.н., доц. кафедри КДП,
Львівська комерційна академія

РОЛЬ КООПЕРАТИВНОЇ РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ У ВІТЧИЗНЯНОМУ ТОВАРНОМУ РИНКУ

Загальні особливості торговельної діяльності кооперативних організацій. Роздрібна торгівля є специфічною формою відносин у сфері обігу, яка опосередковує обмін у товарно-грошовій формі, створюючи умови для відтворювального процесу та забезпечує задоволення особистих потреб споживачів у товарах і послугах. Понад 90% всіх матеріальних благ, що надходять у сферу особистого споживання, реалізуються населенню через підприємства торгівлі та громадського харчування. Крім того, торгівля (у тому числі й роздрібна) є важли-

вою галуззю народного господарства. Так, у 2010 р. обсяги реалізованих товарів народного споживання становили 22,4 % від загального обсягу реалізованої промислової продукції.

Особливу роль у забезпеченні населення товарами та послугами відіграє споживча кооперація. Станом на 1.01.2012 р. у її системі функціонувало 265 промислових підприємств і цехів, 60 торговельних баз, 432 кооперативних ринки, 5700 підприємств, що надають побутові послуги, 3300 готелів, кафе та ресторанів.

Специфіка споживчої кооперації передбачає первинну роль роздрібної ланки з усієї сукупності кооперативних підприємств. Зокрема у складі Центральної спілки споживчих товариств України (Укоопспілки) у 2011 р. функціонувало 10500 магазинів.

Загальні тенденції. На сьогодні роздрібний сектор споживчої кооперації зазнає суттєвих змін на фоні загальноукраїнських тенденцій формування товарного ринку, серед яких скорочення попиту, зниження купівельної спроможності населення, посилення конкуренції як з боку торговельних мереж крупноформатних підприємств, так і неорганізованих посередників.

Водночас діяльність вітчизняних кооперативних підприємств, які традиційно дислокуються переважно у сільській місцевості визначається певними соціальними чинниками, зокрема особливостями попиту, які обумовлені демографічним і соціальним складом сільського населення. Так, у сільських населених пунктах спостерігається високий ступінь натуралізації споживання: Частка доходів від особистого підсобного господарства та від самозаготівель сільських домогосподарств у 2011 р. склала 24 % сукупних ресурсів, у той час як для міських домогосподарств цей показник становив лише 2%.

Також сільське населення характеризується нижчим рівнем середньодушового доходу, ніж жителі міста. Так, у 2011 р. в середньому загальні доходи на одного члена міського домогосподарства становили 1461 грн, а сільського – 1193 грн. Крім того, частка населення із середньодушовими загальними доходами у місяць нижче прожиткового мінімуму серед селян становить 30% (серед мешканців міст – 19%).

Внаслідок таких деформацій у роздрібній кооперативній торгівлі відбулися значні зміни. Так, якщо у 2005 р. частка кооперативних магазинів становила 21,9% від загальної кількості вітчизняних роздрібних торговельних підприємств, то у 2011 р. цей показник становив лише 13,6%.

Водночас суттєво скоротилася фактична кількість магазинів споживчої кооперації. За останні 6 років перестало функціонувати 5848 од. підприємств роздрібної торгівлі, причому 5080 од. з них – у сільській місцевості.

Незважаючи на це, сьогодні роздрібні підприємства Укоопспілки займають порівняно стабільні позиції на вітчизняному товарному ринку. Так, у сільській місцевості частка кооперативних магазинів складає 24,4% від їх загальної кількості. Крім того, у ряді дрібних населених пунктів діють дрібнороздрібні торговельні підприємства (кіоски, палатки тощо).

Показовим наслідком зменшення кількості об’єктів кооперативної роздрібної торгівлі є скорочення їх торгових площ. Зокрема протягом 2005-2010 р. загальна торгова площа магазинів зменшилася на 449,3 тис. $м^2$, що складає 34,9%.

Разом з тим, за цей же період середня торгова площа у розрахунку на один магазин зросла з 78,9 до 83,1 $м^2$. Так, із діючих у 2011 р. у системі Укоопспілки 10,5 тисяч кооперативних магазинів площу більше 100 $м^2$ мали 877 із них.

Такі факти обумовлюються двома суттєвими причинами. Скорочення кількості роздрібних торговельних підприємств відбувається, як було зазначено вище, першочергово за рахунок невеликих сільських магазинів, особливо у малонаселених та віддалених селах. Водночас спостерігається укрупнення торгових площ за рахунок відкриття коопмаркетів. Наприклад, у системі Рівненської облспоживспілки із практично 800 роздрібних торговельних підприємств 57 є маркетами, а в Тернопільській ОСС їх кількість становить 200 од. із 417 од. їх загальної наявності.

Коопмаркети. Слід зазначити, що коопмаркети створюються та функціонують не лише у містах, але й у сільських населених пунктах. Зокрема, мережа коопмаркетів Львівської ОСС

під брендом ЛеоКС охоплює магазини у селах Скоморохів (Сокальський район), Великий Любінь (Городоцький район), Підгайчики, Михайлевичі (Самбірський район) та ін. У Хмельницькій облспоживспілці такі торговельні підприємства діють у селах Усті (Кам'янець-Подільський район), Балині, Рудці, Смотричі, Чечельнику (Дунаєвецький район), Сатанові, Пільному Олексинці, Кременні (Городоцький район), Дашківцях та Осламові (Віньковецький район), Берездові, Ганнополі, Кривині, Кам'янці, Крупці, Іванівці (Славутський район) тощо.

Саме завдяки такій територіальній дислокації торгової мережі споживча кооперація забезпечує задоволення потреб перш за все сільського населення в товарах і послугах, а також захист сільського населення як споживачів, що визначено Законом України "Про споживчу кооперацію" (зі змінами і доповненнями). Зокрема частка сільських магазинів у загальному роздрібному товарообороті кооперативної системи у 2010 р. становила 57,3%.

Водночас слід зауважити, що скорочення кількості роздрібних підприємств призвело до певних негативних тенденцій щодо масштабів торговельної діяльності. Так, обсяги роздрібного товарообороту кооперативних підприємств у 2010 р. збільшилися на 72,5% у порівнянні з 2005 р., проте така ситуація складається за рахунок зростання рівня цін на товари. Про це свідчить аналіз показників товарообороту у порівнянних цінах 2005 р. У цьому випадку обсяги товарообороту за досліджуваний період скоротилися на 12,7%.

Також негативним моментом у формуванні кооперативного товарного ринку залишається традиційне превалювання в асортименій структурі товарообороту продовольчих товарів (понад 88 % загального обсягу). Найбільшу частку у товарообороті кооперативних торговельних підприємств займають горілка, лікеро-горілчані та тютюнові вироби, алкогольні напої (вина, пиво), кондитерські, хлібо-булочні вироби. Водночас ті товари, самозабезпечення якими населення (особливо у сільській місцевості) достатньо високе (картопля, овочі, молоко і молокопродукти, яйця тощо), мають невеликі обсяги реалізації.

З метою підвищення ефективності роботи кооперативних роздрібних торговельних підприємств Рада Укоопспілки на III зборах XX скликання прийняла Концепцію маркету споживчої кооперації України, яку було затверджено відповідною постановою від 20 листопада 2010 р.

Головною метою створення маркетів визначено створення і розвиток інфраструктури сучасної торговельної мережі, нарощування обсягу діяльності, зміцнення позицій споживчої кооперації на ринку товарів та послуг, високий рівень обслуговування і продажу членам кооперативних організацій та іншим споживачам необхідного асортименту продовольчих і непродовольчих товарів, який відповідає їх потребам, та забезпечення рентабельної роботи.

Основною цільовою групою споживачів коопмаркетів повинні стати сім'ї із середнім та нижче середнього рівня доходами, що особливо актуально для жителів сільської місцевості.

Особлива увага повинна приділятися сільським коопмаркетам формату I і II. Перший тип – це підприємства торговою площею до 100 м^2 з кількістю асортиментних позицій не менше 2 тис. найменувань (у тому числі непродтоварів – 0,5 тис. найменувань). Другий тип об'єднує маркети, торгова плаща яких складає 100-200 м^2, а асортиментний перелік включає не менше 3,5 тис. товарних найменувань, зокрема непродовольчих – не менше 0,8 тис.

Конкурентоспроможність маркетів повинна забезпечуватися за рахунок зручності розміщення магазину, оптимального режиму роботи, високої культури обслуговування; широкого вибору товарів гарантованої якості; проведення грамотної асортиментної політики; гнучкого ціноутворення, доступних цін на товари першої необхідності; ефективного керівництва; самообслуговування покупців при мінімальному обсязі продажів через прилавок; продаж товарів власного бренду (марки) (хлібобулочні, макаронні, ковбасні вироби, консервована продукція, безалкогольні напої тощо); надання додаткових послуг та запровадження сучасних інформаційно-технічних технологій (дисконтні картки, розрахунок за допомогою банківських платіжних карток); застосування програм лояльності до пайовиків та постійних покупців. Так, наприклад, у магазині "ЛеоКС Надія" працівники Великомостівського СТ Львівської ОСС, до складу якого належить це торговельне підприємство, мають п'ятивідсоткову знижку на придбання побутової техніки.

Співвідношення між товарними групами має бути наступним: швидкопсувні товари повсякденного вжитку – 30-32 %; гастрономія, бакалія (у тому числі кондитерські вироби) – 50 %; непродовольчі товари – 15-20 %.

Також вищеназваною Концепцією затверджено рекомендований базовий асортиментний перелік, який передбачає наявність у продажу в кооперативних маркетах не менш ніж 1189 найменувань продовольчих і 311 непродовольчих товарів.

Висновки. Таким чином можна констатувати, що система споживчої кооперації має потужний потенціал у сфері роздрібної торгівлі, що при належній організації діяльності дасть змогу зайняти міцні позиції на вітчизняному товарному ринку, особливо у сільській місцевості.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Мазур М. Споживча кооперація : проблеми, здобутки / М. Мазур // Вісті. – 2011. – № 7. – С. 2-3.
2. Міценко Н. Г. Розвиток роздрібного товарообігу споживчої кооперації України як результат адаптації торговельної мережі до умов конкурентного середовища / Н. Г. Міценко, В. І. Бабінська // Науковий вісник НЛТУ. – 2011. – Вип. 21.15. – С. 230-236.
3. Роздрібна торгівля України у 2000-2010 роках : статистичний збірник / [під заг. керівництвом В. О. Піщейка]. – К. : Державна служба статистики України, 2011. – 191 с.
4. Обсяги обороту роздрібної торгівлі у 2005-2011 рр.: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Концепція маркету споживчої кооперації України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://document.ua/koncepcija-marketu-spozhivchoyi-kooperaciyi-ukrayini-oc47523. html>

УДК 339.186

Середа С. І., к.е.н., доц. кафедри КДП,
Львівська комерційна академія

ДО ПИТАННЯ РОЗВИТКУ ЗАГОТІВЕЛЬНОЇ ГАЛУЗІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Попередні зауваження. Важливість заготівельної діяльності історично притаманна споживчій кооперації. В умовах ринкової економіки заготівлі поряд з торгівлею і виробництвом мають бути визнані пріоритетним напрямком розвитку системи споживчої кооперації. Це вимагає переосмислення тих тенденцій, що характеризують сучасний стан цього сектора господарювання, які відбулися за відносно короткий проміжок часу під впливом певних факторів.

Зміна економічних умов, в яких доводиться працювати споживчій кооперації, викликає необхідність її відповідної адаптації та структурної перебудови.

Загальні тенденції сфери заготівель. Протягом останніх десяти років обсяги заготівель сільськогосподарських продуктів і сировини істотно зменшились, що обумовлено низкою як об'єктивних, так і суб'єктивних чинників. Однією з об'єктивних причин, що спричинили згортання заготівельної діяльності системи, є розширення свободи товаровиробників щодо розпорядження виробленою продукцією. В результаті цього споживча кооперація втратила свої зв'язки з великими виробниками сільськогосподарської продукції, які самостійно займаються її збутом. Зменшення обсягів та асортименту продукції, що закупляється по державному контракту, обумовило усунення системи і від державних заготівель. Це призвело до переорієнтації заготівель споживчої кооперації на дрібних товаровиробників.

Спад у заготівлях спричинений також несвоєчасною переорієнтацією системи споживчої кооперації на роботу в ринкових умовах, втратою традиційних ринків заготівель, переробки і

збуту сільгосппродуктів та втратою кадрів заготівельної сировини (заготівельників), особливо в сільській місцевості, невикористанням стимулів заохоченні здавачів сільгосппродукції.

Однією з важливих проблем у всіх регіонах світу є пошук екологічно чистої сировини для виготовлення харчових продуктів, дикорослої та лікарсько-технічної сировини. Одним із основних її заготівельників була споживча кооперація, яка повинна приділяти значну увагу цьому виду заготовок.

Аналіз показує, що заготівельні організації споживчої кооперації здають свої позиції на ринку сільгосппродукції та дикорослої сировини.

Демонополізація сфери товарного обігу і розвиток конкуренції на ринку сільгосппродуктів є найважливішим чинником, що зумовлює необхідність застосування різноманітних форм та методів організації її закупівель. Зокрема, значно розширити проймання продукції заготівельними організаціями споживчої кооперації на місцях її виробництва, що дозволяє збільшити надходження продукції і сировини кінцевому споживачеві, що дозволить створити паритет сторін в оцінці якості та вартості продукції.

Стимулювання заготівель. Подальший розвиток заготівельної галузі неможливий без впровадження системи стимулюючих заходів. Для стимулювання здання продукції, заготівельниками слід застосувати економічні важелі такі як зустрічний продаж товарів підвищеного попиту, комбікормів, засобів малої механізації, що повинно стати важливим інструментом відносин за угодами у споживчій кооперації із здавальниками продукції. Лише за такої умови угоди з індивідуальними виробниками на здавання продукції можуть перетворитися у дійсно важливий засіб розвитку закупівель сільгосппродукції у споживчій кооперації.

Практика свідчить, що в споживчій кооперації України такі можливості системи використовуються дуже повільно. У ряді коопзаготпромів подвірні обходи господарств індивідуальних виробників сільгосппродукції проводяться формально, а в угодах не передбачається надання допомоги господарствам, а виділені під закупівлю товари для зустрічного продажу та комбікорми часто витрачаються не за призначенням. Окрім того, через тотальний дефіцит, асортимент товарів для зустрічного продажу надто вузький. Відтак і потенційно потужний важіль залучення додаткових продовольчих ресурсів на внутрішній ринок України практично не спрацьовує.

Перспективні напрями активізації заготівель. Для стабілізації розвитку заготівельної галузі споживчої кооперації слід:

- активізувати роботу заготівельних організацій і підприємств на ринку сільгосппродукції як з виробниками усіх організаційних форм господарювання, так і з її споживачами. Це приятиме становленню сучасних ефективних виробників та власників у сільськогосподарському секторі економіки, а також розширенню ринків збуту закупленої продукції;
- включатися у виконання регіональних контрактів на закупівлю сільськогосподарської продукції;
- розробити гнучку систему закупівельних цін та комплекс заходів щодо стимулювання заготівель з метою мобілізації ресурсів сільськогосподарської продукції в заготівельний оборот;
- максимально охопити закупівлями ресурси продукції, яку сільське населення отримало як натуральну оплату праці;
- відновити матеріально-технічну базу заготівельних підрозділів споживчої кооперації, створити умови для зберігання та переробки закуплених сільськогосподарських продуктів та дикорослої продукції;
- вивчити доцільність інтеграції заготівельних підприємств з сільськогосподарськими та переробними підприємствами за замкнутим циклом: виробництво-заготівлі-переробка-збут;
- необхідна державна організаційно-фінансова підтримка заготівельної діяльності споживчої кооперації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. www.coop.com.ua.

УДК 658.0:334.735

Шиндировський І. М., к.е.н., доц. кафедри КДП,
Львівська комерційна академія

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ІНФРАСТРУКТУРНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Актуальність досліджень проблематики інфраструктурного забезпечення споживчої кооперації. В сучасних умовах інфраструктура перетворюється у важливу передумову інтенсифікації системи, підвищення її адаптованості до ринкових процесів і, тим самим, конкурентоспроможності.

У вітчизняній та зарубіжній літературі накопичено значний досвід вивчення та аналізу інфраструктури. В останні роки основна увага зосереджена на дослідженні змісту, функцій, будови ринкової інфраструктури і інфраструктури товарного ринку. Свій вклад у вирішення цих проблем внесли О. О. Шубін [2], А. Гриценко і В. Соболєв [1], В. П.Федько і Н. Г. Федько [3] та ін.

Незважаючи на глибокі дослідження в цій сфері, залишаються невирішеними питання інфраструктурного забезпечення споживчої кооперації в сучасних умовах, що пов'язано з особливостями і тенденціями її сучасного розвитку, орієнтацією на обслуговування проблем системи.

З погляду на зазначене вище, основною метою роботи є дослідження теоретичних і практичних проблем інфраструктури споживчої кооперації і визначення стратегічних напрямів її подальшого розвитку в умовах конкуренції.

Сучасні особливості інфраструктури споживчої кооперації. Виробничу інфраструктуру споживчої кооперації України складають такі види діяльності: будівництво, матеріально-технічне забезпечення, транспортне, наукове, інформаційне, рекламне обслуговування, проектно-технологічне забезпечення. Їм відповідає певний виробничий потенціал, який є, з одного боку, системою матеріально-технічних об'єктів, на які скеровано працю в процесі інфраструктурного обслуговування, з іншого, є її власними засобами праці, за допомогою яких здійснюється процес обслуговування.

Стагнація в основних галузях діяльності споживчої кооперації - торгівлі, заготівлях, ресторанному господарстві, виробництві негативно вплинула на діяльність органів матеріально-технічного забезпечення, транспорту, капітального будівництва та інших. Ці ланки практично зникли в кооперативних організаціях. А в тих, що інфраструктурні підрозділи залишились спостерігається зменшення обсягів діяльності, погіршення стану матеріально-технічної бази, складний фінансовий стан ПП.

Підприємства інфраструктури відчувають серйозну конкуренцію з боку підприємницьких структур, які активно проникають в інфраструктурні види діяльності, поширюють свою діяльність не тільки на міську, а й на сільську місцевість, використовують ефект гнучкості і маневрування. Розвиток вітчизняної економіки і ринкових процесів у ній призвели до появи нових, модифікованих структур, досвід діяльності яких можливо і необхідно використовувати для відродження системи споживчої кооперації.

Стратегія подальшого розвитку інфраструктурного обслуговування підприємств і організацій споживчої кооперації повинен вирішити дві основні проблеми: по-перше, сприяти формуванню ефективного власника; по-друге, активізувати господарську діяльність інфраструктурних підрозділів шляхом залучення до неї усіх зацікавлених осіб і додаткових фінансових коштів.

Перспективи розвитку інфраструктурного забезпечення споживчої кооперації. Основними завданнями в сфері інфраструктурного забезпечення підприємств і організацій споживчої кооперації, на наш погляд, є такі:

- відновлення інфраструктури споживчої кооперації, розвиток нових видів інфраструктурної діяльності відповідно до існуючих потреб;

- ринкова орієнтація господарської діяльності підрозділів інфраструктури, надання інфраструктурних послуг усім зацікавленим суб'єктам поза межами системи споживчої кооперації

– підприємствам і організаціям різних форм власності, селянським фермерським господарствам, окремим громадянам;

- формування територіальних об'єднань з інфраструктурного забезпечення спільно з суб'єктами агропромислового комплексу, іншими зацікавленими особами, формування інтегрованих господарських систем за участю підприємств та організацій споживчої кооперації;

- створення спільних підприємств, господарських товариств за участю підприємств і організацій споживчої кооперації та вітчизняних і закордонних юридичних і фізичних осіб з метою оздоровлення фінансово-економічного стану підприємств інфраструктури, поповнення власних обігових коштів, оновлення матеріально-технічної бази, обладнання, устаткування, а також активізації діяльності підрозділів інфраструктури;

- побудова найоптимальнішої організаційної структури господарюючих суб'єктів у сфері інфраструктури.

Висновки для економічної політики. Об'єктивна оцінка реального стану виробничої інфраструктури споживчої кооперації, можливостей та перспектив розвитку тих чи інших підрозділів, дозволяє обрати найбільш доцільні шляхи подальшого розвитку цього сектора в даний час і, особливо, на перспективу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гриценко А. Ринкова інфраструктура: суть, функції, будова / А. Гриценко, В. Соболєв // Економіка України. – 1998. – № 7. – С. 35-44.
2. Інфраструктура товарного ринку: навч. посіб. / [за ред. О. О. Шубіна]. – К.: НМЦ ВО МОН України. Студцентр, 2004. – 806 с.
3. Федько В. П. Инфраструктура товарного рынка / В. П. Федько, Н. Г. Федько. – Ростов на Дону: Феникс, 2000. – 512 с.

УДК 339.16.012.34

Неділька К. З., асист., здобувач кафедри КДП,
Львівська комерційна академія

ЕКОНОМІЧНІ І СОЦІАЛЬНІ ЗАСАДИ ДІЯЛЬНОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ

Значення споживчої кооперації. Споживча кооперація в Україні – це добровільне об'єднання громадян для спільного ведення господарської діяльності з метою поліпшення свого економічного та соціального стану. Вона здійснює торговельну, закупівельну, виробничу та іншу діяльність, не заборонену чинним законодавством України, сприяє соціальному і культурному розвитку села, народних промислів і ремесел, бере участь у міжнародному кооперативному русі [1].

Складні трансформаційні процеси, що відбуваються нині в Україні характерні для будь-якого суспільства перехідного періоду. Їхніми особливостями є економічні та соціальні кризи, політичні конфлікти та занепад у моральності і духовному житті.

Особлива роль споживчої кооперації. В умовах трансформації економіки України в ринок споживчій кооперації належатиме значна роль. Це зумовлено кількома факторами.

По-перше, соціальними факторами споживча кооперація тісно пов'язана з вирішенням важливих соціальних проблем суспільства.

Кооперативний рух спрямований на поліпшення життя своїх членів, базується на органічному поєднанні ефективного господарювання, дієвої конкуренції з принципами взаємодопомоги.

По-друге: інтегрування України в світове господарство. Наша держава отримала реальний шанс увійти в світове співтовариство як повноправний його член.

Кооперація як система, що також спрямована на інтеграцію, життєво зацікавлена у зміцненні господарських, політичних і культурних зв'язків між різними країнами.

Економічні засади діяльності споживчої кооперації в сучасних умовах викладені Законом України "Про споживчу кооперацію", який був прийнятий Верховною Радою 10 квітня 1992 р.

Окремі розділи Закону присвячені споживчому товариству та спілкам споживчих товариств, власності споживчої кооперації, відносинам між державою і кооперацією, питанням діяльності споживчих товариств та їх спілок. Закон обумовлює порядок створення, реорганізації та ліквідації споживчих товариств і спілок, гарантує певні права пайовиків та передбачає їх обов'язки.

Закон став гарантом самостійності та незалежності споживчої кооперації, визнав її повноправним суб'єктом ринку, визначив її юридичний статус. Законодавчо закріпив фундаментальні принципи споживчої кооперації як масової господарської організації громадян: добровільність, доступність членства, соціальну справедливість, взаємодопомогу та співробітництво, вільне господарське функціонування на основі ринкових відносин.

Економічна програма. Економічні основи діяльності споживчої кооперації викладені в розділі V Закону.

Споживчі товариства та їх спілки самостійно розробляють програми економічного і соціального розвитку, розглядають і затверджують їх на загальних зборах (зборах уповноважених), конференціях, з'їздах, радах. Вони мають повну господарську самостійність, покривають свої витрати за рахунок заходів від своєї господарської діяльності та забезпечують збереження власності споживчої кооперації.

Організації та підприємства споживчої кооперації формують товарні та матеріально-технічні ресурси за рахунок закупівель на договірних засадах у виробництв, валовій торгівлі, на біржах, аукціонах, заготівель сільськогосподарської продукції і сировини у громадян. Фермерських господарств, КСП, виробництва товарів на власних підприємствах.

Доходи споживчих товариств та їх спілок формуються за рахунок коштів, одержуваних у результаті господарської діяльності, продажу цінних паперів та інших надходжень.

Після платежів у бюджет та інших обов'язкових відрахувань прибуток розподіляється загальними зборами членів споживчого товариства та іншими колективними органами управління.

Споживчі товариства, спілки та їх підприємства самостійно або на договірних засадах встановлюють вільні ціні і тарифи на товари та продукцію, що виробляються і закуповуються ними, надані послуги; виходячи з попиту та пропозиції.

Споживчі товариства і спілки та їх підприємства мають право відкривати на свій вибір у будь-якій установі банку розрахункові та інші рахунки, включаючи валютні, вільно розпоряджатися коштами, що є на цих рахунках.

Списання коштів з рахунків споживчого товариства, спілок та їх підприємств може проводитися тільки за їх згодою або за рішенням судових органів.

Споживчі товариства, спілки та їх підприємства мають право одержувати в установах банків, у підприємств і організацій позички та несуть повну відповідальність за додержання кредитних договорів та розрахункової дисципліни.

Прийнятий Закон сам по собі не забезпечував суттєвих змін у діяльності споживчої кооперації. Був потрібний чіткий механізм його реалізації.

В короткий термін були розроблені і затверджені ряд важливих документів, зокрема "Про удосконалення діяльності кооперативних підприємств і організацій відповідно до Закону України "Про споживчу кооперацію"; "Про основні принципи закріплення внутрісистемних відношень права власності в споживчій кооперації України"; "Про затвердження примірних статутів кооперативних організацій"; "Про договірні взаємовідносини між організаціями споживчої кооперації"; "Про спільні підприємства споживчої кооперації України" тощо.

Можна з певністю стверджувати, що Закон України "Про споживчу кооперацію" повернув поняттю кооперації той зміст, який вбачає у ньому міжнародна спільнота і МКА зокрема.

Закон України "Про споживчу кооперацію" цілком відповідає вимогам МКА. Він порвав з радянською спадщиною трактування кооперативного руху як додатна до державної економіки і гармоніює з загальними принципами кооперації.

На відміну від колишньої Концепції Кооперації Радянського Союзу, Закон "Про споживчу кооперацію" не дозволяє державним чиновникам втручатися у справи кооператорів. Роль держави обмежується контролем за дотриманням кооперативами чинного законодавства України.

Питання власності. Власність споживчої кооперації України перебуває під контролем держави і має статус "колективної", а не приватної.

З метою забезпечення ефективного функціонування кооперативної власності, захисту майнових прав та інтересів пайовиків у повній відповідності до одного із основних принципів міжнародного кооперативного руху щодо формування колективного громадського капіталу XVI з'їзд споживчої кооперації України (березень 1994 р.) затвердив концепцію розмежування власності в споживчій кооперації.

На основі Концепції вищі органи управління закріпили неподільну частину статутних фондів споживчих товариств і спілок (не менше 51% загальної їх суми), тобто Колективний громадський капітал за юридичними особами системи. Він виступає гарантом цілісності споживчої кооперації і використовується на загальні блага всіх пайовиків, як нинішніх, так і майбутніх.

Подільна ж частина статутного фонду підприємств Укоопспілки, Кримспоживспілки, обласних, районних споживспілок, споживчих товариств була закріплена за пайовиками, які отримали відповідні свідоцтва на свою частку в майні товариств.

Перед споживчими товариствами та спілками гостро стоїть питання про відновлення втрачених у результаті інфляційних процесів обігових коштів і пайового капіталу, формування нових фінансових ресурсів.

З метою розширення майнових прав пайовиків, підвищення їх економічної зацікавленості і залучення до активної участі в управлінні кооперативною економікою Рада Укоопспілки внесла зміни і доповнення до Положення про порядок розмежування та закріплення власності, а також прийняла ряд якісно нових нормативних документів щодо діяльності господарюючих суб'єктів системи.

Зокрема було врегульовано механізм залучення пайових внесків для:

- участі в другому етапі розмежування і закріплення власності споживчої кооперації;
- формування фінансових ресурсів кооперативних підприємств та організацій;
- поновлення статутного капіталу діючих підприємств пайовиками, які прийняли рішення стати їх співвласниками;
- створення нових кооперативних підприємств та госпрозрахункових відособлених підрозділів.

Водночас відпрацьовано методологічні аспекти мобілізації внутрішніх резервів та запровадження антикризових методів і механізмів виходу споживчої кооперації України із фінансової скрути.

Висновки. Таки чином, економічні, соціальні і правові заходи діяльності споживчої кооперації України базуються на Законі України „Про кооперацію", „Про споживчу кооперацію", Указ Президента України „Про заходи щодо розвитку кооперативного руху та посилення його ролі в реформуванні економіки України на ринкових засадах", „Про основні засади розвитку соціальної сфери села".

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Україна. Закон. Про споживчу кооперацію.
2. Бабенко С. Г. Власність споживчої кооперації : соціально-економічна природа та особливості реформування / С. Г. Бабенко // Економіка України. – 2001. – № 12. – С. 4-9.
3. Бабенко С. Г. Споживча кооперація України: етапи встановлення, тенденції, сучасні пріоритети розвитку / С. Г. Бабенко // Вісті ДВ. – 2006, 20 жовтня. – 65 с.
4. Ваніловський М. Українська кооперація: вимоги сьогодення і перспективи / М. Ваніловський // Вісті ДВ. – 2006, 1 грудня. – 78 с.
5. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.).

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів

Літературний редактор – Муранець Т. В.
Коректор – Кашуба М. І.

Комп'ютерний макет видавництва
Львівської комерційної академії

Підписано до друку 10.07.2012 р.
Формат 60х84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різографі.
13,75 др. арк. 12,85 ум. др. арк. 18,01 облік. видавн. арк.
Тираж 500 прим. Зам. 134.

Віддруковано в друк. видавництва Львівської комерційної академії
79011, м. Львів, вул. У. Самчука, 6. Тел. 276-07-75. e-mail drook@lac.lviv.ua
Свідоцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 246 від 16.11.2000 р.