

ЦЕНТРАЛЬНА СПІЛКА СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ ТОРГОВЕЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Матеріали

Міжнародної науково-практичної конференції
присвяченої 150-річчю утворення першого споживчого товариства в Україні
та 200-річчю від часу заснування
Львівського торговельно-економічного університету

150 РОКІВ СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ: ОЦІНЮЮЧИ МИНУЛЕ, ВИЗНАЧАЄМО МАЙБУТНЄ

Організатори конференції

Укркоопспілка



Львівський
торговельно-
економічний
університет



Полтавський
університет
економіки і торгівлі



За сприяння

Львівської обласної державної адміністрації



Співорганізатори конференції

International
Co-operative Alliance



Euro Coop



Білоруський торгово-
економічний університет
споживчої кооперації



Кооперативно-торговий
університет Молдови



Карагандинський
економічний університет
Казспоживспілки



Львів, 13-14 грудня 2016 року

**CENTRAL UNION OF CONSUMER SOCIETIES OF UKRAINE
LVIV UNIVERSITY OF TRADE AND ECONOMICS**

Proceedings

**of the International Scientific and Practical Conference
Dedicated to the 150th Anniversary of the First Consumer Society in Ukraine
and the 200th Anniversary of the Founding of
Lviv University of Trade and Economics**

150 YEARS OF CONSUMER COOPERATION OF UKRAINE: ASSESSING THE PAST, DETERMINING THE FUTURE

Organizers

Ukrcoopsilka



**Lviv University
of Trade and
Economics**



**Poltava University of
Economics and Trade**



Co-organizers

**International
Co-operative Alliance**



Euro Coop



**Belarusian Trade and
Economics University of
Consumer Cooperatives**



**Trade Co-operative
University of Moldova**



**Karaganda Economic
University of
Kazpotrebsouz**



With the support of

Lviv Regional State Administration



Lviv, 13-14, December 2016

150 років споживчій кооперації України: оцінюючи минуле, визначаємо майбутнє : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції присвяченої 150-річчю утворення першого споживчого товариства в Україні та 200-річчю від часу заснування Львівського торговельно-економічного університету / [відповід. за вип. : проф. Семак Б. Б.]. – Львів : ЛТЕУ, 2016. – 266 с.

ISBN 978-617-602-189-6

У збірнику представлені тези доповідей, які оприлюднені на Міжнародній науково-практичній конференції присвяченій 150-річчю утворення першого споживчого товариства в Україні та 200-річчю від часу заснування Львівського торговельно-економічного університету “150 років споживчій кооперації України: оцінюючи минуле, визначаємо майбутнє”, яка відбулася у Львівському торговельно-економічному університеті 13-14 грудня 2016 року.

Збірник розрахований на наукових та науково-педагогічних працівників вищих навчальних закладів і наукових установ, аспірантів, студентів, практичних працівників і широкий читацький загал.

Організаційний комітет

Гороховський І. Л.	Голова Правління Укркоопспілки
Синютка О. М.	Голова Львівської ОДА
Куцик П. О.	професор, ректор Львівського торговельно-економічного університету
Нестуля О. О.	професор, ректор Полтавського університету економіки і торгівлі
Бонджованні М.	Президент Еуро Соор
Іванов Т.	Генеральний Секретар Еуро Соор
Лебедева С. М.	професор, ректор Білоруського торгово-економічного університету споживчої кооперації
Шавга Л. Ф.	професор, ректор Кооперативно-торгового університету Молдови
Аймагамбетов Е. Б.	професор, ректор Карагандинського економічного університету Казспоживспілки

Матеріали друкуються в авторському поданні. Організаційний комітет не несе відповідальності за достовірність інформації, поданої в рукописах.

© Колектив авторів

© Львівський торговельно-економічний університет

© Видавництво ЛТЕУ, 2016

ISBN 978-617-602-189-6

ЗМІСТ

13 грудня 2016 року

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 1 “150 РОКІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ: ДОСВІД ЗАРАДИ МАЙБУТНЬОГО”

Модератор: *Нестуля О. О.* Спікер: *Гелей С. Д.*

<i>Синютка О. М.</i> Ефективність діяльності кооперативів в умовах циклічних проявів світових фінансових та економічних криз.....	10
<i>Гелей С. Д., Нестуля О. О.</i> Споживча кооперація України: історичні уроки і реальний шанс її відродження.....	13
<i>Марочко В. І. М. І.</i> Туган-Барановський – видатний теоретик української кооперації..	18
<i>Шабала Я. М.</i> Волинський кооперативний союз “Гурт” та його діяльність у 1933-1939 рр.....	21
<i>Вісип В. В.</i> Становлення споживчої кооперації у Волинській губернії в другій. половині XIX – на початку XX ст.....	24
<i>Пурій Р. П.</i> Філософські аспекти функціонування кооперативного руху.....	26

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 2 “СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ У ПОСТМОДЕРНОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ. ЧИ ВІДПОВІДАЄ КООПЕРАЦІЯ ВИКЛИКАМ СУЧАСНОСТІ?”

Модератор: *Семак Б. Б.* Спікер: *Ivanov Todor*

<i>Ivanov Todor</i> Consumer Co-operatives in Europe: champions of serving communities and people through innovation and inclusiveness.....	29
<i>Chiyoge B. Sifa</i> Socio-Economic Changes in the Society of Consumption. Does the Co-operative Model Evolve with the Challenges of our Time?.....	51
<i>Farkash Eyal</i> Retail in the Cloud: From a system of records to a supported decision making system.....	55
<i>Savga Larisa</i> Strategic visions for sustainable development of the consumer Co-operatives.....	70
<i>Баранов Д. Г.</i> Достижения и перспективы развития потребительской кооперации в республике Беларусь.....	--
<i>Куцук П. О.</i> Модель кооперативного бізнесу як чинник глобального стійкого економічного розвитку.....	72
<i>Семак Б. Б.</i> Чинники високої конкурентоспроможності кооперативів в умовах глобалізації.....	74
<i>Анопій В. В.</i> Стратегічні пріоритети розвитку потенціалу споживчої кооперації України.....	77
<i>Шимановська-Діанич Л. М.</i> Генезис споживчої кооперації України у контексті “теорії життєвого циклу організації” та основні напрями її розвитку на етапі відновлення.....	81

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ З “СВІТ НА ЕТАПІ НОВОЇ ТЕХНІЧНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ ТА ЗМІНИ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ. ЧИ Є У КООПЕРАЦІЇ АДЕКВАТНА ВІДПОВІДЬ?”

Модератор: Флейчук М. І. Спікер: Гороховський І. Л.

<i>Гороховський І. Л.</i> Світ на етапі нової технічної революції та змін економічної моделі розвитку.....	83
<i>Bongiovanni Massimo</i> Consumer cooperation in the rapidly changing world.....	87
<i>Лебедева С. Н.</i> Перспективы развития сетевого университета “кооперация” как системы межвузовского сотрудничества в контексте интернационализации.....	88
<i>Шевчук В. О.</i> Кооперативи як чинник стійкого економічного зростання.....	94
<i>Флейчук М. І.</i> Тенденції розвитку кооперативного руху в умовах глобалізації.....	96
<i>Семів С. Р.</i> Міжнародний кооперативний рух як фактор сталого розвитку світової економіки.....	99

14 грудня 2016 року

СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ

**СЕКЦІЯ 1 “ІСТОРИЧНІ ТРАДИЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО
РУХУ”**

<i>Гелей С. Д.</i> Іван Франко про засади української кооперації.....	101
<i>Аліман М. В.</i> Культурно-просвітницька діяльність Полтавської спілки споживчих товариств у 1917-1919 роках.....	108
<i>Верига Ю. А.</i> Роль Бориса Мартоса в підготовці ревізорських кадрів для кооперації.....	110
<i>Вісина Т. М.</i> Споживча кооперація Волинського воєводства в 20-30-х роках ХХ ст.....	112
<i>Гладкий С. О.</i> Споживча кооперація, громадянське суспільство, право: синхронні та діахронні взаємозв'язки.....	115
<i>Голубка М. М.</i> Роль і значення економічної думки Едмунда Егана у становленні кооперативного руху на Закарпатті в другій половині ХІХ-першій половині ХХ століття та її вплив на економічний поступ регіону.....	117
<i>Козюра І. В.</i> Борис Мартос: громадсько-політичний діяч, кооператор і педагог.....	119
<i>Манжура О. В.</i> Біполярність та полівекторність поглядів українських економістів кінця ХІХ-початку ХХ століття на кооперацію: значення для сучасності.....	121
<i>Михальський Ю. В., Миронов Ю. Б.</i> Український національний інституціоналізм у кооперативній думці другої половини ХІХ-початку ХХ століття.....	123
<i>Онїшко Т. В.</i> Підтримка вітчизняною споживчою кооперацією освіти та культури: досвід 1920-х років.....	125
<i>Прокіп А. В.</i> Відродження кооперативного руху в Україні в умовах незалежності.....	127
<i>Томашик Л. С.</i> Зародження кооперативної ідеї в країнах Європи.....	129

**СЕКЦІЯ 2 “СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СПОЖИВЧОЇ
КООПЕРАЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ЙОГО ЕФЕКТИВНОГО
РОЗВИТКУ”**

<i>Барна М. Ю.</i> Інноваційні шляхи організаційного розвитку підприємств споживчої кооперації України.....	132
<i>Балабан П. Ю.</i> Ефективність функціонування кооперативної торгівлі в умовах конкуренції.....	134
<i>Бенях В. В., Кісіль О. М.</i> Розвиток трудового потенціалу вищих навчальних закладів споживчої кооперації України.....	140
<i>Біла О. Г.</i> Соціально-економічна діяльність споживчої кооперації України та шляхи прискорення її розвитку.....	142
<i>Бучко І. Є.</i> Підвищення ефективності управління на засадах менеджменту та інформаційних систем споживчої кооперації України.....	145

Варналій З. С., Васильців Т. Г. Посилення потенціалу фінансово-економічної безпеки суб'єктів споживчої кооперації на внутрішньому ринку.....	147
Васильців Т. Г., Куцик В. І., Луцак Р. Л. Посилення потенціалу безпеки підприємств споживчої кооперації.....	149
Верига Ю. А., Кулик В. А. Наукові дослідження з питань обліку, контролю та аналізу для підприємств та організацій споживчої кооперації.....	151
Вітютин В. О. Оцінювання ефективності управління професійними компетенціями працівників.....	152
Власенко В. А. Стратегічні пріоритети розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації України в умовах трансформації національної економіки.....	154
Войнаш Л. Г. Стратегічні пріоритети кадрової політики в контексті розвитку соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації України.....	156
Гончаренко В. В. Про доцільність впровадження класичного неприбуткового кооперативного механізму діяльності у споживчій кооперації України.....	158
Городня Т. А., Міщук А. І. Інноваційні засоби діагностичних досліджень в кооперативній торгівлі.....	160
Карпенко Н. В. Корпоративна соціальна відповідальність: теорія і практика.....	163
Карцева В. В. Фінансовий контролінг як складова стратегічних пріоритетів ефективного розвитку споживчої кооперації.....	165
Коваль Л. М. Міжгалузеві зв'язки аграрного сектору економіки та споживчої кооперації.....	167
Ковтун О. І., Ковтун Н. О. Адаптація системи традиційної споживчої кооперації України до сучасних умов господарювання.....	169
Коробкин А. З. Стратегические направления развития кооперативной торговли Республики Беларусь.....	172
Костишина Т. А., Степанова Л. В. Стратегічні пріоритети ефективного розвитку соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації.....	173
Кравченко О. О. Формування кадрової безпеки підприємств як складової економічної безпеки.....	175
Кузьма Х. В. Економічна суть комісійних операцій підприємств споживчої кооперації.....	177
Куриленко В. В. Приоритеты эффективного развития трудового потенциала потребительской кооперации в современных условиях.....	179
Кушинир К. В. Увеличение финансовых ресурсов в потребительской кооперации Молдовы – как фактор выхода из кризиса.....	181
Макарук Ф. Ф. Ринок, як соціально економічний потенціал споживчої кооперації.....	183
Мицак О. В., Осадчук Ю. М. Організаційно-економічний механізм формування системи фінансового забезпечення розвитку споживчої кооперації.....	185
Мізюк Б. М. Підвищення ефективності управління на засадах менеджменту та інформаційних систем в споживчій кооперації.....	187
Миценко Н. Г. Міжгалузева інтеграція як чинник економічного зростання споживчої кооперації.....	189

<i>Миценко Н. Г., Васильків Ю. В.</i> Трудові ресурси споживчої кооперації – запорука її розвитку.....	191
<i>Миценко Н. Г., Марій О. Т.</i> Шляхи підвищення ефективності використання виробничого потенціалу кооперативних підприємств.....	193
<i>Мицук І. П., Гадада В. Г.</i> Формування логістичних систем в кооперативній торгівлі.....	195
<i>Пантелеймоненко А. О., Собчак Г. М.</i> Про перспективність започаткування в Україні обслуговуючих кооперативів у сфері стоматологічних послуг.....	197
<i>Петрович С. И., Муштук С. П.</i> Укрепление конкурентноспособности предприятий потребительской кооперации на основе интенсификации маркетингового потенциала.....	199
<i>Питушкан Феодосий</i> Потребительская кооперация в Республике Молдова: проблемы и перспективы развития.....	201
<i>Протасова Н. Я., Кулай Е. П.</i> К проблеме унификации бухгалтерского учета и отчетности в Республике Беларусь.....	203
<i>Редченко К. І., Воронко Р. М.</i> Роль незалежного аудиту в системі забезпечення сталого розвитку споживчої кооперації України.....	205
<i>Скляр Г. П., Моксрова Н. В.</i> Формування соціального капіталу споживчої кооперації та стратегічні пріоритети його розвитку в умовах модернізації економіки.....	209
<i>Студенець В. О.</i> Ефективність трудової діяльності як запорука розвитку соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації.....	211
<i>Тишкова Т. М.</i> Перспективы развития общественного питания потребительской кооперации Республики Беларусь.....	212
<i>Тягунова Н. М., Тягунова З. О.</i> Потенціал виробничих підприємств як стратегічний пріоритет ефективного розвитку споживчої кооперації.....	214
<i>Фуйор Е. В., Сандуца Т. П.</i> Інструментарий оценки финансовой устойчивости предприятий потреб кооперации Молдовы.....	216
<i>Чайка І. П.</i> Система реагування на потреби споживачів на підприємстві.....	218
<i>Чижевська М. Б.</i> Перспективи розвитку інституту кооперації.....	220
<i>Шевчук В. О.</i> Економічний потенціал кооперативних банківсько-кредитних організацій країн Євросоюзу.....	222
<i>Шишкова Е. Е.</i> Состояние и перспективы развития торговли потребительской кооперации Республики Беларусь.....	224

СЕКЦІЯ 3 “КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ”

<i>Левицький В. П.</i> Чинники стійкості зарубіжних кооперативних банків в умовах економічних та фінансових криз.....	226
<i>Cherniavska O. V., Mensah T. E.</i> Export of Ukrainian educational services to African countries: new opportunities for consumer cooperatives in Ukraine.....	229
<i>Артеменко І. А.</i> Принципи кооперації в теорії партисипативної економіки.....	231
<i>Василиця О. Б.</i> Просування органічної продукції: місце кооперативів у світовому тренді.....	233

<i>Козаченко Г. В.</i> Патологія системи управління як перешкода розвитку підприємства.....	234
<i>Лега О. С.</i> Обмінний курс, майнове розширення і кооперативний рух: спроба синтезу.....	236
<i>Макогін З. Я., Андрусейко Р. Я.</i> Передумови економічної стійкості кооперативних організацій Німеччини в умовах світових фінансових криз: приклад для України.....	238
<i>Полякова Ю. В.</i> Розвиток споживчої кооперації у країнах ЄС.....	240
<i>Рибалко-Рак Л. А., Гусаковська Т. О., Поставна Л. П.</i> Споживча кооперація в умовах глобалізації: обґрунтування проектування системи управління якістю відповідно до міжнародного стандарту ISO.....	242
<i>Рожило А. А.</i> Глобалізаційні виклики для сільськогосподарських кооперативів.....	243
<i>Семів Г. О.</i> Диверсифікація діяльності кооперативів на зарубіжних ринках моторного пального.....	246
<i>Семів С. Р., Клок В. І., Швець Ю. О.</i> Роль міжнародних інституцій у розвитку житлово-будівельних кооперативів.....	248
<i>Соколова А. М.</i> Кооперативний кластер як ефективна модель розвитку споживчої кооперації України в умовах глобалізації.....	249
<i>Філіпенко А. С.</i> Генетичні коріння народної, солідарної економіки.....	251
<i>Чех М. М.</i> Використання зарубіжного досвіду діяльності систем споживчої кооперації: виклики глобалізації.....	253
<i>Шайда О. Є.</i> Інституційні засади кооперативного руху в умовах глобалізації.....	255
<i>Шевчук С. В.</i> Концепція “допоміжної” валюти, кооперативний рух і регіональний розвиток.....	256
<i>Яким О. Б.</i> Нові напрями розширення кооперативної діяльності в глобалізованій економіці.....	259
<i>Яремко Л. А.</i> Перспективи та можливості споживчої кооперації у забезпеченні економічної безпеки регіону.....	261
<i>Яхно Т. П.</i> Зарубіжний досвід діяльності підприємств споживчої кооперації.....	263

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 1 “150 РОКІВ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ: ДОСВІД ЗАРАДИ МАЙБУТНЬОГО”

Синютка О. М.

к.е.н., Голова Львівської обласної державної адміністрації

ЕФЕКТИВНІСТЬ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВІВ В УМОВАХ ЦИКЛІЧНИХ ПРОЯВІВ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ ТА ЕКОНОМІЧНИХ КРИЗ

Суттєвим викликом для сучасного бізнесу в світі стало загострення циклічних проявів світових фінансових та економічних криз. Сучасна світова економічна криза носить глобальний та системний характер, відбувається на фоні загострення локальних військових конфліктів, зростання потоків біженців, посилення економічних санкцій проти окремих країн. Але, як відомо, кооперативи у світі досить ефективно діють під час кризових періодів і навіть нарощують масштаби своєї діяльності. Для того, щоб визначити вплив кризи на діяльність кооперативів, необхідно виявити її прояви у світі, дослідити сильні та слабкі сторони кооперативних підприємств в умовах нестабільності зовнішнього середовища. Узагальнені характеристики головних фінансово-економічних криз у XX-XXI століттях наведені у табл. 1.

Необхідно наголосити, що кооперативний рух у світі є добре розвинутим та організованим і вже не перший раз давав ефективну відповідь кризовим процесам у світовій економіці. В умовах глобалізації кооперативні об'єднання, проявляючи турботу про людей, дозволяють своїм членам вирішувати власні соціальні проблеми і, тим самим, послаблювати негативні наслідки глобалізації. Для вітчизняної кооперації важливим є зарубіжний досвід ефективної діяльності кооперативів в умовах глобалізації та поглиблення фінансових криз. У країнах із розвинутою економікою високий рівень конкурентних переваг кооперативів зумовлюється дієвою системою державної підтримки кооперативів, перевагами від інтегрування і кооперування господарської діяльності у різних секторах економіки.

Зазвичай кооперативні організації зазнають менших проблем під час кризових явищ, ніж великі та малі приватні підприємства. Не випадково, що у Бразилії від початку 2009 р. по сьогоднішній день зареєстровано понад 200 випадків перетворення приватних підприємств на кооперативи, у Франції та Аргентині у 2008-2009 рр. також почастишали випадки перетворення приватних підприємств на кооперативні. Під час гострої фінансової кризи 2001-2002 рр. аргентинські робітники перейняли контроль за двома сотнями підприємств, які за державної підтримки перетворилися у кооперативи, що отримали назву так званих “відновлених підприємств”. Демократичні за своєю природою робітничі кооперативи були не менш ефективні, ніж приватні підприємства, і забезпечували високі соціально-економічні переваги для власних членів.

У Німеччині в 2008 р. було створено 250 нових кооперативів порівняно з попереднім 2007 р. (всього у країні діють понад 8 тис. кооперативів, що об'єднують близько 20 млн. осіб). У кризових 2008-2009 рр. збанкрутувало лише 0,1% німецьких кооперативів, тоді як відповідний показник для малих і середніх підприємств становив 1%. Подібно у відповідь на закриття овочевих магазинів у сільській місцевості активізувалися споживчі

кооперативи, що орієнтуються на торгівлю овочами. Кооперативи почали з'являтися навіть у таких сферах, як виробництво і транспортування електроенергії, будівництво та утримання будинків для людей похилого віку.

Таблиця 1

**Характеристики найбільших світових економічних та фінансових криз
у XX-XXI століттях**

№ з/п	Кризовий період	Причини / передумови та чинники виникнення кризових явищ	Прояви кризи
1	1914 р.	Початок Першої світової війни, продаж цінних паперів іноземних емітентів урядами західних країн для фінансування військових дій	Крах практично на всіх ринках товарів та послуг
2	1920-1922 рр.	Спад виробництва і післявоєнна дефляція	Валютні й банківські кризи в США, Великобританії, Італії, Голландії, Данії й Норвегії
3	1929-1933 рр. – Велика депресія	Чорний четвер на Нью-Йоркській фондовій біржі (різке зниження курсу акцій)	Падіння промислового виробництва, банкрутство банків та підприємств, значне безробіття
4	Кінець 1957 - сер. 1958 рр.	Кризові процеси у США, Великобританії, Канаді, Бельгії й Нідерландах	Значне падіння промислового виробництва, загострення безробіття
5	Кінець 1973 р.	Економічна криза в США, енергетична криза	Падіння виробництва, банкрутство підприємств, зростання безробіття
6	1987 р.	Чорний понеділок 1987 р. у США – падіння американських фондових ринків внаслідок відтоку з ринку інвесторів	Обвал на фондових ринках Австралії, Канади і Гонконгу
7	1994-1995 рр.	Мексиканська економічна криза, втеча капіталу з Мексики	Криза банківської системи
8	1997 р.	Азіатська криза внаслідок відтоку інвесторів із країн Південно-Східної Азії	Падіння світового ВВП
9	1998 р.	Дефолт у Росії внаслідок значного зовнішнього боргу і падіння цін на сировину	Значне падіння курсу національної валюти, банкрутство компаній
10	2008-2009 рр.	Світова фінансова криза – фінансова криза в США, дисбаланс світової торгівлі і руху капіталів, перегрів кредитного ринку, іпотечна криза	Безпрецедентне падіння світової торгівлі та ВВП, послаблення середнього класу, зростання безробіття
11	2011-2013 рр. і по сьогодні	Повторна рецесія, зокрема в Єврозоні, політична криза на тлі погіршення відносин між Сходом і Заходом, розгортання локальних військових конфліктів, взаємні санкції	Падіння світового ВВП і торгівлі, інфляція, економічна і політична нестабільність, зростання потоків біженців

Фінансова криза створила нові можливості для виникнення кооперативів у сфері охорони здоров'я та постачання медикаментами. Члени новостворених кооперативів зберігають власний бізнес, але завдяки координації зусиль досягають знижок на продукцію від постачальників, розширюють асортимент послуг і знижують комерційні ризики. Це важливо для територій поза великими містами. Подібно у Канаді кризові явища 2008-2009 рр. позначилися активізацією діяльності кооперативних структур у глибинних регіонах, які зазвичай першими і найбільш гостро потерпають від кризових явищ.

Наголосимо, що найбільший в Іспанії кооператив Mondragon виник у 1956 р. як реакція на кризовий стан економіки в найбіднішому регіоні – Країні Басків. За підсумком кризового 2008 р. Mondragon, в якому на сьогодні працюють 80 тис. працівників, збільшив дохід на 6% – до 16,8 млрд євро і залишився прибутковим. У 2009 р. не вдалося уникнути зниження доходу до 14,8 млрд євро (або на 13%), але вже у 2010 р. дохід стабілізувався на цьому рівні. Попри значний спад попиту на машинобудівне обладнання, компоненти для автомобілів та побутову техніку, вдалося уникнути серйозніших труднощів, а соціальна орієнтація кооперативної структури мінімізувала можливе соціальне напруження. 20% персоналу було відправлено у відпустку на рік із збереженням 80% заробітної плати, а відповідних кандидатів було визначено за допомогою лотереї. Більшість із 256 кооперативів заморозили заробітну плату, а решта знизила її на 10%. Попри зниження дохідності виробничої діяльності, у 2009 р. кооперативний банк Caja Laboral, що входить у структуру Mondragon, отримав 56,5 млн євро прибутку. Якщо окремий кооператив стає збитковим, йому надають три роки на розробку плану відновлення прибутковості. У більшості випадків працівників перепрофільовують на нові види діяльності та забезпечують відповідними місцями роботи.

Незважаючи на кризову стагнацію попиту та зменшення обсягів роздрібної торгівлі, в найновішому рейтингу найбільших торговельних компаній світу простежується значний прогрес кооперативних мереж Edeka Rewe (Німеччина), Migross, Coop Switzerland (Швейцарія), S-Group (Фінляндія), Cooperative Group (Велика Британія). За умов жорсткішої конкуренції з такими транснаціональними торговельними мережами, як Auchan і Carrefour, зросла вага чинників нижчої ціни та високої якості товарів. Дещо погіршилися позиції кооперативних мереж скандинавських країн, що можна пояснити відчутнішою стагнацією сукупного попиту і посиленням конкуренції на ринку.

Хоча кризові явища потужно зачепили промисловість (текстильну, взуттєву, машинобудівну галузі) та будівництво, Міжнародна організація виробничих кооперативів SICORA повідомляє про відновлення з початку 2010 р. виробництва в іспанських, мальтійських та італійських кооперативах. Досвід французьких, іспанських та американських кооперативів показує, що за умов несприятливої економічної кон'юнктури виробничі кооперативи виявляють більшу гнучкість, оскільки надають перевагу швидше зниженню заробітної плати, ніж скороченню робочих місць. Для Німеччини така схема вважається наслідком прямої участі працюючих у виробничому кооперативі. Додатково це посилює стимули до інновацій.

Фінансова криза посилила тенденцію до створення виробничими кооперативами власних джерел фінансування на кооперативних принципах в Італії, Німеччині та Словаччині. В Іспанії полегшено доступ виробничих кооперативів до фінансування за

допомогою державної кредитної установи Official Credit Institute. Наявність так званих вторинних видів діяльності, (транспорт, логістика, окремі види виробничих послуг) дозволяє підтримувати на мінімальному рівні витрати кооперативної організації.

Таким чином, головними видаються три чинники стійкості кооперації в умовах фінансово-економічних криз: по-перше, гнучкість основних видів діяльності в межах диверсифікованої організаційно-виробничої структури; по-друге, підвищена стійкість кооперативних банків; і, по-третє, диверсифікація діяльності вторинними кооперативами.

Гелей С. Д.

д.і.н., професор, проректор з навчально-виховної роботи
Львівський торговельно-економічний університет

Нестуля О. О.

д.і.н., професор, ректор
ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ УКРАЇНИ: ІСТОРИЧНІ УРОКИ І РЕАЛЬНИЙ ШАНС ЇЇ ВІДРОДЖЕННЯ

Споживча кооперація України, історія якої сягнула вже 150 років, стала органічною складовою світового кооперативного руху з його демократичними традиціями і загальновизнаним досвідом ефективного господарювання.

Модерний український корпоративний рух виник у 60-70-х роках XIX ст., коли звільненням із кріпацтва масам українського селянства й міським ремісникам, охопленим лихварством, загрожувала втрата найелементарніших засобів існування. Саме в добу упадку і жорстокого гніту зародився новий рух, який вивів українців “на нові стежки”. За словами І. Франка, інтенсивність, масовість і глибина цього руху виявилися більшими, ніж коли-небудь протягом нашої історії.

Ініціаторами першого за часом створення кооперативу в Україні стали діячі харківської “Громади”. У жовтні 1866 р. після реєстрації статуту почало діяти Харківське споживче товариство, ідейними лідерами якого вважають Миколу Балліна (1829-1904) та Віктора Козлова (1942-1920). Вони не лише доклали чималих зусиль для популяризації серед населення Слобожанщини ідей і здобутків кооператорів Західної Європи, а й перші проінформували громадськість західноєвропейських країн про зародження української кооперації.

Микола Баллін вважав, що “справжня кооперація можлива тільки поміж цілісно розвиненими людьми”, а раз так, то шлях до ідеальної “кооперативної людини” лежить через освіту, просвіту, вироблення соціальних звичок і моральний розвиток.

Загальновідомо, що засновниками перших споживчих кооперативів в українських містах стали вихідці з національно свідомої інтелігенції – переважно професори університетів, вчителі, чиновники, студенти, деякі землевласники.

Услід за харківським виникло Київське споживче товариство, у складі якого було чимало діячів старої української громади – В. Антонович, М. Драгоманов та ін. У 1872 році перші кооперативні товариства припинили свою діяльність.

Основними причинами розпаду цих товариств були:

а) неспроможність кооперативів забезпечувати економію коштів за рахунок витрат на придбання споживчих товарів;

б) економічна нерентабельність унаслідок непродуманих господарських заходів (видатки товариств перевищували їхні прибутки);

в) несправедливий розподіл доходів кооперативів між його членами внаслідок недотримання рочдельських принципів;

г) низька кооперативна свідомість членів товариств;

д) відсутність зв'язків (господарських, організаційних, інформаційних) із іншими споживчими кооперативами;

е) нерозвиненість кооперативного руху, відсутність контролю за діяльністю кооперативів, що привело до крадіжок, приписок і обрахунків;

є) недосконалі статуту, що передбачали високі пайові внески, продаж товарів за цінами, нижчими від середньоринкових, розподіл дивідендів лише на паї, відсутність дивідендів на закупівлі, продаж товару в кредит тощо.

Влітку 1883 р. збори представників української інтелігенції у Львові прийняли рішення заснувати товариство “Народна торгівля”, а в грудні цього ж року відкрилася його перша гуртвіня. Згодом “Народна торгівля” стала спілкою українських споживчих кооперативів, яка у 1913 р. об'єднувала 102 споживчі товариства. На жаль, значна їх частина тоді не дотримувалася “рочдельської системи”, тобто не відмовилася від реалізації товару в борг, практикувала продаж за цінами, нижчими за середньоринкові, не здійснювала кооперативних виплат.

Визначний кооперативний діяч Юліан Павликовський вважав, що перші спроби гуртової господарської самопомогі мають швидше “чуттєвий”, ніж безпосередній зв'язок із кооперацією. “Їх зродило почуття солідарності співгромадян і водночас знівечило слабе усвідомлення населення в ділянці економічно-суспільної праці... Були вони твором інстинкту, а не твором зрілої свідомості розв'язати економічні проблеми села і краю”.

Отже, 60-80-ті рр. XIX ст. можна визначити як період зародження споживчої кооперації. Його характерні риси: ознайомлення українців із кооперативною ідеєю, поява перших споживчих товариств, спроби українських кооператорів налагодити зв'язки з європейським кооперативним рухом.

1890-1918 рр. – період, для якого характерні:

– поширення кооперативної ідеї серед населення;

– зростання кількості споживчих товариств і загальної чисельності їхніх членів;

– формування системи споживчої кооперації;

– орієнтація споживчих товариств на задоволення національно-культурних потреб і захист національних інтересів українців (переважно на західноукраїнських землях).

Протягом 1891-1904 рр. на території України було створено у 14 разів більше споживчих товариств, ніж за попередні 25 років.

Напередодні вибуху Першої світової війни українська кооперація виявилася вже настільки добре зорганізованою, що становила економічну базу для українського національного руху в Австро-Угорській державі.

Поширенню кооперативної ідеї на східноукраїнських землях сприяли:

– значне збільшення кількості міського населення за рахунок найманої праці і, як наслідок, зростання потреби в дешевих і якісних товарах;

– сільське господарство остаточно втратило натуральний характер, що зумовило зростання попиту на споживчі товари в сільській місцевості;

– зміни в політиці російської влади щодо кооперації: кооперативи з точки зору багатьох тодішніх урядовців здатні були допомагати державі малим коштом вирішити гострі економічні та соціальні проблеми (У 1897 р. уряд затвердив Нормальний статут споживчих товариств);

– важливу роль у розвитку споживчої кооперації у цей період відіграли українські політичні партії та громадські організації національно свідомої інтелігенції (Перший просвітньо-економічний конгрес у Львові в лютому 1909 р.).

За 1917 р. кількість споживчих товариств в Україні зросла з 4 873 до 12 470. На 1 січня 1920 р. їх число дорівнювало 14 601. Членами кооперативів стали 4 млн. осіб, що разом із родинами становило 15 млн., або половину всього населення. В Наддніпрянській Україні 1917 р. було засновано 42 споживчі спілки.

Серед крупних центрів споживчої кооперації виділявся “Дніпросоюз”, який на початку 1918 р. об’єднував 514 товариств і 34 спілки. Його капітал на той час становив 315 963 крб., а торговельні обороти – 6 млн. крб. Протягом 1919-1920 рр. “Дніпросоюз” відкрив закордонні представництва у Відні, Парижі, Варшаві, Празі, Берліні, Лондоні, Генуї, Константинополі.

За статистикою І. Витановича, кооперативним рухом у 1917-1921 роках було охоплено майже 60 % населення України. Невипадково національна кооперація протрималася майже на десять років довше УНР.

В силу історичних причин українська кооперація була важливим фактором українського національного відродження. Вона проіснувала до кінця 20-х років, заповнюючи структурні ніші в соціальному, господарському та культурному житті народу. Більшовицький режим, що демагогічно визнавав за кооперацією майбутнє, вже декретом Раднаркому 19 березня 1920 р. виніс їй смертельний вирок. Адже “реорганізація” кооперації означала не що інше, як реквізиції, експропріації й підпорядкування її центру, тобто Москві.

Поступки, які В. Ленін із більшовиками зробили селянству в умовах непу були підпорядковані одній меті – боротьбі за владу і носили тимчасовий характер: “Ми відкрито, чесно, без жодного обману, селянам заявляємо: для того, щоб утримати дорогу до соціалізму, ми вам, товариші селяни, зробимо цілий ряд поступок, але лише в таких-то межах і такої-то мірі і, звичайно, самі судитимемо – яка це міра і які межі”.

В умовах непу Вукоопспілка не могла б витримати конкуренції з приватною торгівлею. Тому радянська влада впровадила ряд директив, які звільнили споживчу кооперацію від державного регулювання. Декрет Раднаркому від 7 квітня 1921 р. “Про споживчу кооперацію” надавав право споживчим товариствам проводити заготівлю сільськогосподарських продуктів, виробів кустарів і ремісників, утворити власні підприємства з переробки продуктів сільського господарства.

Іншим декретом (28 грудня 1923 р.) проголошувався вільний вхід та вихід зі споживчого товариства.

Отож, протягом 1921-1923 рр. В. Ленін та його оточення змінили свої погляди щодо кооперації. Якщо в період “воєнного комунізму” радянське керівництво бачило в ній лише інструмент розподілу та заготівлі продуктів харчування та сировини, то під впливом непу, більшовики розглядали споживчу кооперацію як дієвий механізм протидії приватній торгівлі та контролю держави наднародним господарством.

Споживча кооперація набула статусу провідної галузі кооперативного руху, отримала монопольне право на обслуговування населення, стала основним агентом держави в запровадженні політики продовольчого забезпечення країни. Внаслідок “турботи” з боку

ВКП(б) основні принципи кооперації, зокрема добровільність і відкрите членство, демократичний членський контроль перетворилися на пусту формальність, а втрата економічної зацікавленості викликала байдуже ставлення членів до результатів діяльності товариств та їхніх спілок.

Дискримінаційною за змістом та грабіжницькою по суті стала Постанова РНК СРСР і ЦК ВКП(б) від 29 вересня 1935 р. “Про роботу споживчої кооперації на селі”, яка обмежувала діяльність споживчої кооперації в містах та передавала значну кількість магазинів, об’єктів виробництва на баланс державної торгівлі.

Радянський режим жорстоко переслідував активістів кооперативного руху, багато з яких було репресовано.

В умовах УРСР споживча кооперація стала складовою радянської бюрократичної системи. Статутні права кооперативних організацій грубо порушувалися, на них поширювалися дії жорстоко централізованих планів, інструкцій, схеми посадових ставок, плани на працю, ліміти чисельності працівників.

Таким чином, протягом 30-80-х років споживча кооперація набула інших, не властивих їй рис. Вона стала суто господарською інституцією, управління якою державна та кооперативна бюрократія здійснювала переважно адміністративними методами. Офіційно визнаною метою цієї інституції була організація “товарного обміну між містом і селом, промисловістю та сільським господарством”.

Західноукраїнські землі під час Першої світової війни та війни з Польщею за українську державність вкривалися руїною. Проте в містах і селах піднялися до мирного змагання люди, які ще вчора вели за собою сотні й курені, співали про Червону калину й козацьку славу і вірили у перемогу справедливості. З українських сіл і містечок зникали брудні корчми, а на їх місці з’являлися модерні молочарні. Лихварство, яке стільки сліз, поту і крові висмоктало з народу, було цілком ліквідовано. Кооперація знешкодила економічно деморалізуючого посередника у збуті сільськогосподарської продукції.

Українська кооперація у міжвоєнний період мала реальний позитивний вплив на всі сфери суспільно-економічного життя Західної України. Вона привчала селян до товарно-грошових відносин, прилучала до новітніх технологій та передових європейських методів господарювання. Пробудивши приспані можливості селянства до розвою масової господарської культури, вона спонукала українців реалізувати свій творчий потенціал у розбудові національного життя. Наявність національної економіки у формі “кооперативної республіки” ставала важливою зброєю у боротьбі за незалежність, доводячи всьому світові, що українці є повноцінною нацією, здатною власними силами розвивати своє господарство, а отже, мати державність.

Друга світова війна кардинально змінила статус української кооперації. Від середини листопада 1939 р. керівництво українськими кооперативними організаціями перейняли радянські комісари. У статті “Правдиве обличчя большевицької кооперації”, опублікованій у збірнику “Західна Україна” більшовиками зазначено, що “з цього моменту українська національна кооперація була змушена припинити свою діяльність, а на її місці створено псевдо-кооперацію, яка мала бути засобом у боротьбі за комунізм”.

Українська кооперація, підпорядкована німецькому господарському апаратові, виконувала доручені їй окупантом завдання у вигляді скупу контингентів, розподілу преміальних товарів і пайків за картками. Однак кооперація намагалася досягти і власні цілі, до яких належали захист українського села від надмірних контингентів, захист членів

кооперативів від вивезення на роботу до Німеччини і, найголовніше, загосподарювання “господарського простору”.

Розпад Радянського Союзу та проголошення незалежності України, перехід до ринкової економіки кардинально змінили умови функціонування системи споживчих кооперативів. Економічна криза і втрата важливих стабілізаційних чинників: державної організаційної та фінансової підтримки, стабільних зв'язків кооперативів із державними товаровиробниками й кооперацією інших республік – призвели до дестабілізації української споживчої кооперації як функціональної системи. Її криза виявилася у тому, що нова влада почала використовувати кооперативи у власних інтересах без будь-якої вигоди для них, не компенсуючи навіть їхніх втрат. Частими стали спроби відчуження кооперативного майна, на нього намагалися поширити правила приватизації підприємств. Цьому сприяла відсутність достатнього правового поля для кооперації.

Не будучи за радянських часів самоврядною організацією, вона так і не позбулася багатьох “родимих плям” тотального одержавлення. Тільки цим можна пояснити той факт, що ринкова за самим своїм генезисом система стала швидко втрачати свій конкурентний потенціал якраз із переходом до ринку. Потрібна була глибока структурна реформа споживчої кооперації, якісна перебудова засад її організації та діяльності. І тут не можна було обійтися без урахування історичного досвіду, тих важливих чинників, що протягом багатьох десятиріч впливали на її господарську діяльність.

На двадцять шостому році незалежності в Україні склалася модель не сучасного Європейського, а кланово-олігархічного капіталізму, для якого характерна зосередженість працюючих виробництв у великих індустріальних центрах і масового безробіття внаслідок непрацюючих виробництв у районних центрах, містечках та селах. Держава ставиться до села як до постачальника продуктів харчування і аж ніяк не враховує світосприйняття сільського жителя, якому потрібно створити елементарні умови для самореалізації – умови для різних видів кооперації, зокрема споживчої.

Отже, ні позитивне ставлення громадськості до кооперативного руху, ні досвід його діяльності протягом десятиліть неспроможні призвести до активізації кооперативної роботи в разі відсутності належних соціально-економічних умов, передусім залучення широких верств населення до системи товарно-грошових відносин.

У сучасних умовах російської агресії, протистояння політичних сил, низьких темпів розвитку економіки, недостатнього розуміння ринкових механізмів із боку населення спільна діяльність на кооперативних засадах відкриває перспективу розвитку споживчої кооперації, яка даватиме не тільки моральне задоволення. Справа за сучасними теоретиками та практиками кооперативного руху, яким необхідно донести ідею кооперації, допомогти налагодити спільну працю, навчити діяти так, як діяли наші славні попередники.

М. І. ТУГАН-БАРАНОВСЬКИЙ – ВИДАТНИЙ ТЕОРЕТИК УКРАЇНСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ

Формальний перелік його політично-економічних праць засвідчує наукові пріоритети і світоглядні уподобання ученого, людини та громадянина. Він захоплювався теоретичними основами марксизму, економічною теорією Прудона, історією фабричної промисловості Росії, причинами промислових криз, соціально-економічними аспектами соціалізму. За ідеологічними переконаннями та життєвим досвідом схилявся до партії конституційних демократів (кадетів). До неї пристав і В. І. Вернадський – видатний учений світового рівня. 14 листопада 1918 р. вони стали засновниками Української академії наук, відтак належали до української і європейської наукової еліти.

Учений і громадський діяч М. І. Туган-Барановський мав серйозних опонентів. Одним з них виявився В. Ленін, який вважав себе неперевершеним знавцем трудової теорії К. Маркса, її революційної складової. Михайло Іванович вичав економічну теорію справжнього марксизму – відтворення капіталу, вартості і додаткової вартості, економічне пояснення кризових явищ та соціальних конфліктів. Однак більшовицький лідер поставився до “ліберального професора” надто вороже, хоча було і захоплювався працями ученого. 16 січня 1896 р. В. Ленін, “студіюючи Туган-Барановського”, писав, що “...у нього дослідження солідне, але схеми (...) у кінці такі неясні, що, признатися, не розумію” [1]. А через кілька років називав праці ученого “дурною і претензійною нісенітницею” [2]. Дивний когнітивний дисонанс вождя: від захоплення працями до їх засудження. Що спонукало його до політичної критики: “нерозуміння схем” чи ідеологічна несумісність з “ліберальним професором”? Питання риторичне і водночас прикладне. Ленінський принцип класового підходу діяв: хто не з нами – той проти нас. У січні 1903 р. Ленін отримав запрошення від Г. В. Плеханова прочитати лекції слухачам Паризької вищої школи, яка готувала професійних революціонерів. Довідавшись, що там буде М. І. Туган-Барановський, зневажливо відреагував: “але компанія у них” [3].

Протистояння студента-заочника, яким був В. Ленін, з ординарним професором продовжувалося і протягом наступних років, засвідчуючи світоглядні, інтелектуальні, теоретично-концептуальні відмінності між ними. У 1908 р. історик М. М. Покровський запропонував Леніну написати статтю про розвиток фабрично-заводської промисловості в Росії. Довідавшись про відмову Туган-Барановського відомому історично-марксисту, більшовицький лідер завагався: “...чи зручно братися мені, якщо відмовився Туган-Барановський?” [4]. Що зупинило його: авторитет дослідника історії російської фабрики, зайнятість політичного діяча, а може зухвала амбітність визріваючого диктатора, усвідомлення своєї неперевершеності та месіанського покликання? Швидше банальна заздрість та ідеологічна упередженість, а також політична боротьба. “Один з кандидатів кадетської партії, п. професор Туган-Барановський, – іронічно наголошував Ленін у 1912 р., – належить до тих російських економістів, які замолоду були майже марксистами, а потім швидко “порозумнішали”, “підправили” Маркса обривками буржуазних теорій і за великі ренегатські заслуги забезпечили собі університетські

кафедри для вченого одурення студентів” [5]. За “одурення студентів” його двічі позбавляли кафедри у Петербурзі.

Роль і місце М. Туган-Барановського в історії політично-економічної думки кінця XIX – початку XX ст. зумовлені не озлобленням більшовицького лідера, а особистим внеском в теорії і практику української кооперації. У серпні-грудні 1917 р. учений і державний діяч М. Туган-Барановський керував фінансами Генерального секретаріату УНР, ініціював створення у Києві кооперативного інституту [6]. Інтелектуальну творчість ученого живили епоха революційних перетворень і глибокі теоретичні знання. У 1918 р. побачили світ його найважливіші праці з історії і теорії кооперації: “Соціальні основи кооперації”, “Соціалізм як позитивне вчення”, “Кооперація, соціально-економічна природа її мета”. Учений піднявся над повсякденними кооперативними справами, виклав теоретичне тлумачення термінів і явищ – “кооперація”, “кооперативний рух”, “кооператив”, “селянська кооперація”, показав спільні і відмінні ознаки між явищами “кооперація” і “соціалізм”. Поняття “кооперація” за визначенням М. Туган-Барановського означало співпрацю, співробітництво, нову форму соціально-господарської організації. Кооперативні товариства виникають для задоволення господарських інтересів їхніх засновників. Кооперативне об’єднання, на переконання ученого, не благодійні структури, не заклади політичної пропаганди, навіть не робоча спілка, а насамперед – господарська система дрібних виробників [7]. Основна мета кооперації – задоволення соціальних потреб засновників через організацію спільного виробництва, а не прагнення прибутку. Теза М. Туган-Барановського про те, що “...не всяке підприємство кооперативу є кооперативне підприємство” [8]. Кооперативною могла бути цукроварня влаштована селянами – виробниками цукрових буряків. Соціалістичні ідеї присутні в теорії кооперації М. Туган-Барановського, але не більшовицького гатунку. За умов капіталістичного способу виробництва кооперація захищала дрібних виробників шлях їх організації.

Класифікація кооперативних товариств, яку він здійснив у свої працях, мала історичну (узагальнення досвіду) і теоретичну складові. Вона побудована на кількох постулатах: об’єднання для спільного використання підприємств і об’єднання для організації самої праці. Він виокремив 9 найважливіших форм кооперативних товариств (спілок): кредитні, споживчі, будівельні, закупівельні, збутові, переробні, підсобні, трудові та виробничі артілі. За організаційно-господарськими і функціональними ознаками вони відмінні, але за кооперативними принципами створення – однотипні. Говорячи про соціально-класові основи кооперації, М. Туган-Барановський не мав на увазі марксистського тлумачення класовості, а тим паче спотвореного більшовиками. Класове в кооперації реалізується через трудову та організаційно-фінансову участь різних соціальних верств. Участь “капіталіста” (фундатора, спонсора) у кооперації, на думку ученого, цілком бажана, позаяк вона матиме кошти для організації ефективного виробництва та самореалізації.

Учений виділив три соціально-економічні типи кооперації: селянську, пролетарську і дрібнобуржуазну. Вони становили частини цілого – кооперативної системи і системи кооперації. Селянська кооперація, на думку автора “Соціальних основ кооперації”, не руйнує селянського господарства, не перетворює його з індивідуального на колективний тип, а долучає до “складної кооперативної організації” [7]. Висловив певність, що кооперативна організація “без всякого сумніву” стане “пануючою формою суспільного

господарства” [9]. Статті і книги М. Туган-Барановського 1917-1919 рр. стосуються не лише теорії кооперації, а також історії її становлення та розвитку. Він використав великий статистичний матеріал про кількість кооперативних товариств, їх територіальна та галузева розміщення. Надзвичайно цікавим є порівняння ним західноєвропейської кооперації з російською.

Теорію кооперації М. Туган-Барановського варто розглядати в контексті соціалістичного руху та ідеалу соціалізму. Кооперативні товариства, на переконання ученого, виникли в процесі соціалістичного руху, але їх не можна ототожнювати з соціалізмом. В останній його статті “Кооперація в сучасну світову епоху” (січень 1919 р.) знаходимо складний категоричний силогізм: “соціалістична революція – ще не є соціалізм”, а “соціалістичний уряд ще не є соціальним суспільним ладом” [10]. Надзвичайно цікава діалектика бачення соціально-економічного ладу, взаємодії бази і надбудови, омріяного соціального ідеалу та його реалізації. А вони були суперечливими у світоглядних колізіях самого ученого. Він не визнавав приватної власності на засоби виробництва, яка “несумісна з правом людини на свободу і рівність”. Одного проголошення людей рівними, вільними і щасливими – замало. Для їх реалізації необхідно організувати суспільно виробництва на кооперативних принципах.

Модель державного соціалізму, яку сповідував М. І. Туган-Барановський, навіть з елементами соціального популізму, належала до сучасних західноєвропейських зразків. “Більш розвинені в господарському відношенні держави Заходу, – писав учений, – ближче до соціалізму, ніж соціалістична республіка Сходу” [9]. Історично справедливий і політично прозорливий висновок. Більшовицька модель соціалізму, на переконання ученого, неминуче завершиться утвердженням державних форм диктатури. Соціалістичний ідеал більшовицької партії “...містить в собі дуже мало етики, – його рухлива сила є не етика, а люта класова ворожнеча і класовий егоїзм” [9]. Такого ідеалу для кооперації він не бажав.

Задовго до відомої статті В. Леніна “Про кооперацію”, яку чомусь пов’язують з наявністю стратегічного кооперативного плану, М. Туган-Барановський спростував ленінські наміри одержавлення кооперативних товариств. Учений зазначив, що сучасний соціалізм і селянська кооперація “...йдуть не протилежними, але різними шляхами” [7]. Кооперація не усуспільнює селянські господарства, а лише охоплює галузі виробництва. Якщо б кооперація досягла свого найвищого рівня організації виробництва, її організатори, на думку ученого, одержали б виробничу артіль. За таких умов кооперація була б господарською системою, яка структурно-функціонально мала б ознаки корпоративного соціалізму. У будь-якому випадку кооперація буде вищою формою від соціалізму, а не його частиною.

Політично М. І. Барановський належав до кількох партій – кадетів, у 1917-1918 рр. до Української партії соціалістів-федералістів, але ментально не цурався ідей народництва. Тому свято вирів в ідеї кооперації. “Все суспільство, – наголошував він, – повинно стати кооперацією – ось що є найвищою метою суспільного розвитку і ми, кооператори, повинні розуміти, що ми працюємо задля здійснення найвищого суспільного ідеалу” [9]. Він не був ідеалістом в теорії кооперативного руху, а швидше раціональним прагматиком. Положення його теорії кооперації історично зумовлені, відтак історія має дати належну оцінку. Чимало положень знайшли підтвердження.

Список використаних джерел

1. Ленін В. І. А. І. Ульяновій-Слізаровій 16 січня 1896 р. // Повн. збір. творів. – Т. 55. – С. 20.
2. Ленін В. І. Потресову О. М. 25 червня 1899 р. // Повн. збір. творів. – Т. 46. – С. 29.
3. Ленін В. І. Плеханову Г. В. 10 січня 1903 р. // Повн. збір. творів. – Т. 46. – С. 244.
4. Ленін В. І. Покровському М. М. // Повн. збір. творів. – Т. 47. – С. 157.
5. Ленін В. І. Кадетський професор // Повн. збір. творів. – Т. 22. – С. 145-146.
6. Засідання Малої ради 21 серпня // Нова рада. – 1917. – 22 серпня; Огляд кооперативного життя // Українська кооперація. – 1918. – №3. – С. 44-50.
7. Туган-Барановський М. І. Социальные основы кооперации. – М., 1918. – С. 57.
8. Туган-Барановський М. І. Продукційні підприємства кооперативів з точки погляду кооперативної теорії // Українська кооперація. – 1918. – № 2. – С. 2.
9. Туган-Барановський М. Остання мета кооперації // Українська кооперація. – 1919. – № 1. – С. 10.
10. Туган-Барановський М. Кооперація в сучасну світову епоху // Українська кооперація. – 1919. – № 2. – С. 4.

Шабала Я. М.

д.і.н., професор, завідувач кафедри
археології, давньої та середньовічної історії України
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки

ВОЛИНСЬКИЙ КООПЕРАТИВНИЙ СОЮЗ “ГУРТ” ТА ЙОГО ДІЯЛЬНІСТЬ У 1933-1939 РР.

За Ризьким мирним договором (18 березня 1921 р.), підписаним між УСРР, РСФРР і Польщею, Східна Галичина та Західна Волинь увійшли до складу Польщі. У суспільно-політичній сфері польський уряд на цих територіях проводив політику, спрямовану на державну та національну асиміляцію українців. У господарському відношенні польська влада намагалася ці землі максимально підпорядкувати економічним інтересам II Речі Посполитої.

Помітним явищем у господарському житті Галичини і Волині 20-30-х рр. XX ст. була кооперація. Її характерною особливістю було те, що вона розгорталася як національно-господарський український рух, який мав захистити соціально-економічні та національно-культурні права українського населення.

Упродовж 20-х років XX ст. на теренах Волинського воєводства було створено понад 200 кооперативів. В організаційному плані волинські кооперативи підпорядковувалися двом ревізійним союзам – Варшавському і Львівському Ревізійному Союзу Українських Кооперативів.

На початку 30-х років XX ст. ряд польських та українських кооператорів Волині при підтримці польського уряду та воєводської адміністрації вирішили об'єднати українські і польські кооперативи в окремий волинський союз. Його натхненником і організатором був Й. Волошиновський. При тому передбачалося не лише організаційна, а й структурно-господарська перебудова низових ланок волинської кооперації. Основним її змістом було об'єднання дрібних кооперативів у крупніші, так звані “районівки”. 5 березня 1933 р. відбулися збори делегатів від кооперативних установ, організацій, спілок, які обговоривши доповідь Й. Волошиновського про районіві кооперативи визнали їх створення доцільним [8].

Із квітня 1933 р. почалася організаційна робота по створенню нових “районівок”, а у жовтні 1934 р. відбулися організаційні збори для прийняття статуту новоутвореного кооперативного союзу під назвою “Гурт”. 29 листопада 1934 р. статут був зареєстрований у Луцькому окружному суді, а у грудні цього ж року міністр скарбу Польщі затвердив статут і надав право новоствореному союзіві ревізувати підлеглі йому кооперативи [6, 233].

Однією із причин виникнення “Гурту” було те, що переважна більшість сільських кооперативів Волинського воєводства були економічно слабкими. Так, за статистикою, на Волині до одного кооперативу входило у середньому 40 членів, його пайовий капітал складав 400 зл., а місячний оборот приблизно 500 зл. [5]. Об’єднання дрібних кооперативів, злиття їх капіталів і створення осередків у пожевлених з господарсько-економічної точки зору районах створювало кращі перспективи для розвитку сільської споживчої кооперації.

Поряд з економічними мотивами кооператорів не менш важливе значення у цій справі мали політичні міркування центральної польської влади і волинської воєводської адміністрації, які прагнули, огородити українські кооперативи Волині від організаційної та ідейної підтримки Львівського ревізійного союзу, взяти їх під свій контроль і позбавити волинську кооперацію національного обличчя. Так, волинський воєвода Г. Йозевський вважав, що основним завданням адміністрації у галузі кооперативного руху є боротьба із засадою самостійності української кооперації. На з’їзді старост у 1936 р. воєвода зазначив, що у цьому контексті діяльність гурту має важливе моральне і політичне значення і що уряд для підтримки цього кооперативного союзу виділив 50 тис. зл. [1, 8]

В основу організації “районівок”, що мали об’єднатися в “Гурт” були покладені такі основні принципи діяльності:

- дрібні кооперативи об’єднувалися в “районівки” у пожевлених з господарсько-економічної точки населених пунктах з радіусом дії 10 – 30 км;

- крамниці мали розміщуватись на теренах, де є достатня кількість членів кооперативів, що забезпечило б більші капітали, а значить активніший товарообіг. Встановлювалася відносно висока сума паю – 25 зл;

- “Гурт” об’єднує лише ті кооперативи, які обслуговують виключно своїх членів.

- “Гурт” об’єднує кооперативи українські, польські та змішані. Тобто і поляки, і українці могли бути членами кооперативів, обиратися в управи, працювати в кооперативних установах різних рівнів. У кооперативному діловодстві районівок українська і польська мова мали рівні права.

Крім основних засад реорганізації волинських кооперативів, було визначено загальні кількісні показники у процесі створення районівок. На думку Й. Волошиновського добре організована районова кооператива, яка могла б здійснювати оптово-закупівельні операції, добре і вчасно обслуговувати людей повинна об’єднувати 6000 членів і мати 30 філій. Оскільки на Волині тоді проживало приблизно 366000 сімей, то потрібно буде створити 61 районівку і відповідно 1850 філій [7].

Перша районівка була створена у Дубні і розпочала торгові операції 1 квітня 1933 р. Вона об’єднувала 400 членів кооперативів і обслуговувала населені пункти в радіусі 25 км. [9]. До кінця 1933 р. розпочали роботу 4 районівки, які мали 12 магазинів і обслуговували 1791 члена кооперативів. У 1934 р. кількість районівок зросла до 18, мережа магазинів – до 61, а кількість членів кооперативів – до 8105 [2, 138].

Станом на 1 липня 1935 р. у Волинському воєводстві 23 районівки об’єднували 12 491 господарств. Їх пайовий капітал становив понад 300 тис. зл. [14]. До кінця 1935 р. у

кооперативній мережі “Гурту” функціонувало 26 районівок, які об’єднували 15174 чл. [10].

У наступні роки також спостерігається поповнення “Гурту” новими районівками: у 1936 р. їх стало 27, а у 1937 р. – 29. Кількість магазинів на теренах кооперативів зросла відповідно до 120 у 1936 р. і до 125 у 1937 р. У 1937 р. Волинський кооперативний союз “Гурт” налічував 21609 членів. Річний товарооборот кооперативів “Гурту” зріс із 52826 зл. у 1933 р. до 822771 зл. у 1937 р., або відповідно із 13,2 тис. зл. до 28,4 тис. зл. на одну районівку [5].

У наступні два роки, аж до ліквідації “Гурту” у 1939 р. на теренах Волинського воєводства було утворено ще 11 районівок, а кількість членів у кооперативах зросла до 24000. Їх обслуговували 140 сільських та міських крамниць [4].

Слід підкреслити те, що “Гурт” об’єднував лише споживчі кооперативи, а кредитні молочарські та інших профілів змушені були увійти до інших структур.

У 1938 р. керівництво союзу розпочало переговори із воєводською адміністрацією, центральною польською владою, кооперативними установами у Варшаві про об’єднання “Гурту” із польськими союзами. Наприкінці 1938 р. Й. Волошиновський подав інформацію у кооперативні часописи про об’єднання Волинського союзу із Варшавським Союзом кооперативів рілньничих та зарібково-господарчих. У Варшаві було відповідно підготовлено проект угоди, за якою: 1) обидва союзи об’єднуються, а “Гурт” організаційно ліквідується; 2) всі повноваження і обов’язки, які виконував раніше “Гурт” переходять до Варшавського Союзу, який виділить окремого ревізора для районівок; 3) українці і поляки і надалі працюють спільно на засадах рівноправності у т.ч. і у мовних питаннях [3, 120].

У 1939 р. “Гурт” було ліквідовано. Проте кооперативи цього союзу на відміну від попередніх заяв були поділені майже порівну між двома існуючими союзами. Частина їх увійшла до Союзу кооперативів рілньничих та зарібково-господарчих у Варшаві, а частина також до Варшавського союзу споживчих кооперативів, фабрик та гуртівень на Волині.

Таким чином, волинський кооперативний союз “Гурт” проіснував лише біля п’яти років, проте і за цей час організаторам вдалося розбудувати досить широкую кооперативну мережу, добитися росту кількісних та якісних показників, про що свідчить статистика. З точки зору господарсько-економічної ліквідувати Волинський союз потреби не було. Очевидно рішення польської влади щодо “Гурту” було продиктоване виключно політичними міркуваннями і цілком відповідало основним засадам господарської та національної політики Варшави та місцевої воєводської адміністрації щодо українського населення краю, кінцевою метою якої була державна асиміляція українців, а згодом і національна.

Список використаних джерел

1. Державний архів Волинської області (ДАВО), ф. 46, оп. 9, спр. 3862.
Волошиновський Й. Районові кооперативи та їхній союз Гурт // Рільник. – 1938. – № 11. – С. 137 – 139.
2. Гелей С. Йоахим Волошиновський // *Українські кооператори. Історичні нариси. – Кн. 2. – Львів, 2001. – С. 112 – 121.*
3. *Господарсько-кооперативний часопис. – 1939 р. – № 2. – С. 8.*
4. *Рільник. – 1938. – 15 березня.*
5. *Рільник. Календар на 1937 р. – С. 233.*
6. *Українська нива. – 1933. – 14 лютого.*
7. *Українська нива. – 1933. – 20 березня.*
8. *Українська нива. – 1933. – 27 литя.*
9. *Українська нива. – 1936. – 9 лютого*

СТАНОВЛЕННЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ У ВОЛИНСЬКІЙ ГУБЕРНІЇ В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ-НА ПОЧАТКУ ХХ СТ.

Перше споживче товариство Волинської губернії виникло в 1880 р. у м. Житомирі [1]. У 1882 р. було створене споживче товариство у м. Ровно. Однак, невдовзі вони закрилися. Волинський губернатор зазначав, що "...споживчі товариства губернії в більшості випадків не мали успіхів, навіть заможне та інтелігентське товариство м. Житомира зазнавало збитків" [2]. За соціальним складом споживчі товариства об'єднували в основному інтелігентські прошарки міст та містечок.

На Волині спрощені кооперативні форми сільської споживчої кооперації були запозичені з сусідньої Галичини у вигляді сільських "компанійських" крамничок. Пізніше з Волинської губернії ця ідея поширилась на інші правобережні українські землі [3]. Громадські крамниці засновувалися за рішенням сільських сходів як органів селянського самоврядування з ініціативи мирових посередників. Громада обирала прикажчиків та посадових осіб і забезпечувала їх обіговим капіталом для торгівлі. Ревізійні функції виконували волосні писарі і старости. Ці установи не мали класичних ознак кооперативу. Громадські крамниці торгували за помірними цінами, значно нижчими, ніж у приватних лавках. Чистий прибуток від діяльності використовувався на потреби громади [4]. Однак, громадські крамниці швидко припинили існування. Основною причиною стало те, що ці кооперативи, створені зверху, так і не перетворилися на самодіяльні. Як тільки мирові посередники відходили від справ, безконтрольне правління привласнювало собі кооперативне майно [5].

Цікавими є й інші випадки створення перших волинських кооперативів. Рішення про утворення приймалося шляхом проголошення присудів. Зокрема, у присуді Дубенського волосного сходу в січні 1897 р. селяни звернулися до мирового посередника з проханням відкрити споживче товариство. До присуду вони додали рукописний статут майбутнього об'єднання. Постанова про його затвердження була прийнята у березні 1898 р. на з'їзді мирових посередників. Проте товариству не судилося відкритися: його ініціатори виїхали з Дубенського повіту й селяни відмовилися від цієї ідеї [6]. Траплялися випадки створення своєрідних спеціалізованих товариств серед заможних міщан (дворян, лікарів, чиновників та ін.). Так, 1895 р. у містечку Славуті Ізяславського повіту Волинської губернії міщани відкрили споживче товариство для постачання м'ясних продуктів. Засновники, не обізнані з кооперативною справою, не подали статут товариства на затвердження, тому невдовзі об'єднання було закрите [7; 8]. Зародження споживчої кооперації на Волині було надзвичайно складним і тривалим процесом. Хоча перші спроби налагодження споживчо-кооперативної діяльності давали помітні позитивні результати у боротьбі зі спекуляцією, однак це не сприяло навіть сталому поширенню відповідних товариств, серед яких лише одиниці впродовж пореформеного періоду виявляли спроможність стабільно працювати. Швидкоплинність існування була чи не головною їх рисою тієї доби. Причини такої ситуації, очевидно,

крилися у соціальному складі кооперативів; відсутності досвіду кооперативної діяльності та домінуванні у складі перших товариств осіб з низькою кооперативною свідомістю, не зацікавлених у дотриманні класичних принципів, вироблених піонерами кооперації. Міські прошарки населення, що залучалися до споживчих товариств, не мали великої потреби в їхній діяльності, а селянство за своїми соціально-психологічними характеристиками було ще не готовим до використання модерної форми захисту матеріальних інтересів, якою виступала кооперація. Однак перші спроби налагодження споживчо-кооперативної діяльності стимулювали активістів цієї справи, давали приклад наступним поколінням її прихильників. Збережений інтерес до кооперативного життя, перший досвід його організації у несприятливих умовах пореформеної доби був повністю використано в часи інтенсивного поширення кооперативних форм на початку XX ст.

Розвитку споживчої кооперації у Волинській губернії сприяло прийняття у 1897 р. типового статуту споживчих товариств. За цим статутом першим у 1899 р. було створено Новоград-Волинське споживче товариство. Згодом кооперативи почали виникати не тільки в містах чи містечках, а й при цукрозаводах, у великих селах. Так, наприклад, у 1900 р. відкривається одне товариство у м. Любарі, в 1901 р. – одне в м. Полонному; в 1902 р. – три (у Здолбунові, Острозі, Устилузі), в 1903 р. – чотири (у м. Житомирі, м. Рівному, м. Овручі, м. Луцьку), в 1904 р. – два (у с. Теофіполі і м. Шепетівці), в 1905 р. – чотири (при Коровинецькому та Читинському цукрових заводах, у м. Березному і в с. Підлужному), в 1906 р. – чотири “Товариства взаємної допомоги трудящих” у м. Житомирі, м. Купелі, с. Фрідріхівці і в м. Кременці. Це були переважно міські та містечкові товариства, і лише два сільських і два заводських [9]. До складу товариств міського типу входила міська інтелігенція, чиновники і сусідні поміщики. Представників міщанства або селянства в них майже не було. Ці товариства мали великі, як на той час, пайові – від 25 до 100 руб. і вступні – від 5 до 10 руб. внески. Це затримувало доступ до них широких верств бідного населення, відтак кількість пайщиків була обмежена. Асортимент товарів у цих товариствах відповідав потребам своїх членів. Заводські товариства мало чим відрізнялися від міських і містечкових товариств. Вони не були суто робітничими кооперативами. Відсоток робітників серед пайовиків був досить незначним, а участь в товариствах виражалася у тому, що вони мали кредит у магазині товариства. Переважаючим елементом були більш заможні службовці та окружні поміщики, які й ініціювали створення споживчих кооперативів. З Теофіпольського та Підлужанського сільських товариств більший інтерес викликає останнє. До складу Теофіпольського товариства входило сільське німецьке населення, причому магазин товариства знаходився не в селі, а в містечку. Підлужанське товариство за своїм складом було суто сільським. Проте виникло воно не з ініціативи селян. Організатором його став управляючий Підлужанським удільним маєтком Г. Белевич. Під його керівництвом товариство досить успішно розвивало свою діяльність у перші роки існування.

Таким чином, функціонування споживчих кооперативів Волинської губернії регламентувалося нормативно-правовими актами, що розповсюджувалися в межах усієї Російської імперії. Розуміючи, що кооперативні установи є одним із дієвих засобів стимулювання економічного розвитку країни, уряд розробляв для них певну законодавчу базу, що знаходило відтворення в окремих положеннях та статутах. Разом із тим, влада

прагнула до встановлення жорсткого контролю над товариствами, втручаючись у їх повсякденну діяльність та стояла на заваді виконанню споживчими товариствами та їх союзами тих завдань, що виходили за межі економічної допомоги своїм членам. Причиною подібного ставлення став притаманний царському уряду погляд на кооперативи як організації не лише економічного, а й політичного характеру, які створювали потенційну загрозу для існування правлячого режиму. Побоювання влади щодо виходу кооперації з-під їхнього контролю призводили до ряду обмежень її діяльності та недоліків у нормативних документах, а також затримало процес кодифікації кооперативного законодавства, який було завершено лише під час революційних подій 1917 р. Загалом, у 1899-1907 рр. споживча кооперація на Волині розвивалася дуже повільно, заснування товариств носило випадковий характер. Однак саме поява цих товариств мала величезне значення для розповсюдження кооперативної ідеї в наступні роки, коли ідея самопомогі “обганяти злидні” спільними силами перекинулась і на волинські села.

Список використаних джерел

1. Центральний державний історичний архів України, м. Київ (ЦДІАК України), ф. 442, оп. 535, спр. 188, 3 арк.
2. ЦДІАК України, ф. 442, оп. 535, спр. 327, арк 1-1 зв.
3. Ворников В. Потребительская кооперация в Подольский губернии / В. Ворников. // Экон. жизнь Подолии. – 1913. – № 1. – С. 13.
4. Височанський П. З минулого української кооперації / П. Височанський // Правобережний кооператор. – 1923. – № 1–2. – С. 57.
5. Воспоминания о П. И. Окулове // Кооперативный листок. – 1909. – №2. – С. 11.
6. ЦДІАК України, ф. 442, оп. 703, спр. 250, арк. 2–2 зв., 23, 24 зв.
7. ЦДІАК України, ф. 442, оп. 626, спр. 212, арк. 1, 2, 2 зв., 4, 7.
8. Магась-Демидас, Юлія (2012) Перші споживчі товариства в Правобережній Україні (II пол. XIX ст.). In: V Волинська міжнародна історико-краєзнавча конференція, 9–10 листопада 2012 року, м. Житомир. – С. 3. – Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/8255/1/Юлія%20Магась.pdf>. – 15. 09. 2013.
9. Павлюк П. Волинська українська кооперація у минулому і сучасному / П. Павлюк // Волинське слово. – 1937. – 4 лютого. – С. 5.

Пурій Р. П.
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

ФІЛОСОФСЬКІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ

Саме підготовка до святкування 150-річчя утворення першого споживчого товариства в Україні, підштовхнула замислитись над істинною природою самої кооперації, над її базовими принципами, зокрема, що саме мотивує людей до об'єднання зусиль, засобів та здійснення спільної діяльності.

Відповідь полягає у первинній фізіологічній природі людини. Кожна людина від народження отримує від Творця талант і, як мінімум, два ресурси для його втілення. Це – здоров'я, як генетично обумовлений запас вітальних (життєвих) сили і час, що детермінується станом здоров'я. Ці ресурси є матеріальними та вичерпними.

З перших днів життя людина витрачає (інвестує) ці “тілні” ресурси в ресурси “нетлінні” – знання і зв'язки. Знання, як усвідомлена і систематизована інформація, є основним ресурсом з яким “*людина суспільна*” виходить на ринок праці та обміну ресурсами. Знання є найбільш затребуваним “товаром”, проте на ринку праці вони реалізується не самостійно, а в комплексі (пакетно) зі здоров'ям і часом.

Зв'язки (суспільні контакти) допомагають швидше і дорожче продати, або дешевше купити необхідні ресурси. Ресурс “зв'язки” реалізується через *широкомасштабну кооперацію людей* у процесі реалізації суспільних економічних відносин. Як результат, спостерігається біологічна, політична, виробнича та споживча кооперація.

Наголосимо, що взаємозв'язки “особистість=>громадянське суспільство” (сім'я, родина, оточення), “громада>Держава”, “особистість=>державна” – це різні рівні кооперації людей, громадянського суспільства і громадян у межах державного утворення.

Біологічна кооперація породжує інститут сім'ї, що, в економічно-правових координатах визначається як домогосподарство. Кооперація на рівні домогосподарства, як економічної одиниці громадянського суспільства, – це безгрошові економічні відносини – взаємне кредитування продуктами та послугами, засновані на повній довірі між членами сім'ї. Ці стосунки часами розповсюджуються й на родичів та найближче оточення. Таким чином, на наш погляд, *громадянське суспільство починається і закінчується там де починаються і закінчуються усні домовленості*.

За межами сім'ї, економічні взаємозв'язки ускладнюються певним рівнем недовіри, щодо несправедливості при обміні продуктами та послугами, що й породило *ІДЕЮ еквівалентного обміну*, яка еволюційно розвинулась в ідею грошей.

На певному етапі розвитку суспільства загана “недовіра” трансформувалася у певний вид суспільної домовленості – *контракт* – документ, що фіксує взаємні зобов'язання громадян і є певною перехідною формою між громадянським і державним в економічній кооперації.

Кооперують у видобутку та переробці природних ресурсів у людей виникає потреба в захисті виготовленого і в справедливому розподілі доходів від власності. Це породжує ідею політичної кооперації і формує суспільний лад і сучасні вимоги, щодо справедливішого розподілу суспільних благ.

На державному рівні з погляду економічної активності громадяни зацікавлені у:

- високої ліквідності засобу нагромадження та платежу – грошей;
- стабільності купівельної спроможності національної грошової одиниці;
- безпеці здійснення господарської діяльності;
- прогнозованості функціонування державних регуляторів фінансової та грошово-банківської системи.

На нашу думку, на сучасному етапі назріла об'єктивна необхідність побудови політичної кооперації (“громадяни – держава”) на основі суспільного (кооперативного) володіння Національним банком, землею і надрами.

Інструментом забезпечення справедливості при розподілі суспільних благ має стати *вигода в грошовому еквіваленті* для кожного юридично визначеного громадянина країни.

Оскільки платоспроможність громадянина – рушійна сила зростання економіки, то в суспільстві обмежених ресурсів власність часто роз'єднує громадян, але може й стати об'єднуючим фактором. Останнє можливе за умови науково-обґрунтованої розробки і прийняття відповідної стратегії (філософії, ідеології) створення, нагромадження та розподілу суспільних благ.

На наше глибоке переконання нашої державі потрібна ***Нова суспільна домовленість***, що базується на засадах приватної власності на засоби виробництва, виготовлені товари (послуги), грошові засоби, а також на суспільну власність на природні ресурси та формування єдиного Національного кооперативного цифрового (народного) банку, що дасть можливість не лише зміцнити рівень національної економічної безпеки, але й протидіяти глобальним викликам нестабільної світової фінансово-економічної системи.

**ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ 2 “СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕТВОРЕННЯ У
ПОСТМОДЕРНОВОМУ СУСПІЛЬСТВІ СПОЖИВАННЯ. ЧИ ВІДПОВІДАЄ
КООПЕРАЦІЯ ВИКЛИКАМ СУЧАСНОСТІ?”**

Ivanov Todor
Secretary-General of Euro Coop

Accompanying Text for Presentation of Euro Coop
Scientific-Academic Conference

Lviv University of Trade and Economics
13 December 2016

Dear distinguished guests,
Dear co-operators,
Dear ladies and gentlemen,

It is an honour to be in front of you today, for which I would like to express my sincere gratitude to Mr. Gorokhovskiy for making me and my colleagues a part of the celebrations of the 150th Anniversary of the Ukrainian co-operative movement and 200th anniversary of this university. This has to be a source of great pride for all of you, as I can tell you, there are very few national co-operative movements who can boast 150 years of existence, and even less, in the world, who have a co-operative academic institution which is two centuries old. Excellent! Congratulations!

I was given this opportunity to present Euro Coop – the European association of consumer co-operatives and some of the leading examples on national level of how consumer co-operatives adapt to the present socio-economic environment in order to serve its members and communities.

Euro Coop brings together the national consumer co-operative organisations from 19 countries – we have one member per country. They represent 5,000 local and regional co-operatives, which employ 500,000 people, operate 36,000 outlets (stores, restaurants, petrol stations, hotels, others) and combine for a total annual turnover of € 76 billion. Our members serve 32 million European citizens every single day. If the retail networks of our members were one chain, we would be number one in Europe. Euro Coop has a General Assembly, a Board of Directors, and Presidency. The Secretariat is based in Brussels, because the Association's two main priorities are: represent our members – you – within the EU policy process, and to facilitate inter-member collaboration in form of sharing of information and good practices, but also commercial relations. Coop Ukraine is active in both areas, especially in the business area, where Mr. Gorokhovskiy is a prime factor in building the trade network within our members.

A few words about our movement in Europe – consumer co-operatives exist in all countries in Europe, for the exception of just a few like Malta, Austria, and Greece. They are of different sizes, from market leaders to regional players, but a common characteristic is that they play a significant role in people's everyday life through their main activity – retail, as well as others such as tourism, restaurant, leisure, energy and petrol, medical and education sector. Additionally, co-operatives' social engagement further extends its reach to and role within communities. COOP means – care for the community.

The question which our Panel is to answer today is whether consumer co-operatives can adapt to the present socio-economic context in order to successfully serve members, customers, and local communities. Retail is changing – consumer behavior is increasingly affected by promotions and benefits, which they receive. Digitalisation and e-commerce are trends which further change the way people do their shopping -through their mobile devices and through the internet. The rise of discounters has changed and continues to change the retail sector with price wars. The divergence of the customer basis means changes in preferences in portions sizes, packaging type and product label design. Social factors such as the ageing population, immigration, urbanization, and the spiritual polarization also affect how retailers operate.

Leading examples of how consumer co-operatives adapt and excel in this new market reality can be categorized according to the main aspects of contemporary retail, such as loyalty programmes, engaging consumers, private label assortments, new store format, and consumer information.

Co-operative retailers in Finland, Sweden, Denmark, UK, Spain, Holland, and Italy have significantly concentrated on modernizing their COOP branded products in terms of quality, pricing, labelling, and assortments. This builds a direct relationship with customers based on reliability, transparency, and trust in the private label, which is an integral part of the consumer co-operative model. Members and customers want quality at a reasonable price and want to know where the products come from and what their ingredients are. The retailers that do this are successful.

Another significant aspect of building trust and long-lasting relationship with the customers is having an attractive loyalty scheme, which allows customers to earn points and discounts on their purchases, and use points for further benefits. In today's world, successful loyalty programmes are those which offer a wide network of merchants in which customers receive benefits with their membership card. Customers are driven by the benefits which they receive and a loyalty programme is a crucial prerequisite for success if you are not a discounter. Co-operative retailers in the Scandinavian countries, Italy, Spain, and the UK have very competitive benefit systems.

A unique characteristic of the co-operative model of governance is offering the practice of direct democracy to the members, where they can participate directly into the decision-making process. For consumer co-operatives in the retail sector, this means engaging members and customers on issues concerning location of a new store, as well as the pricing and assortment of the products which will be sold there. Such campaigns have been extremely successful in the UK – where they were first established – Italy, Spain, and Holland. This further builds on the established relationship with customers, which have already come to trust COOP through the products.

As customer behavior is changing the retail sector, this has a direct effect on the store format. In most part of Europe, and not only, the era of the hypermarkets is coming to an end. We are beginning to see the rise in popularity of convenience stores. Customers do not have time to cook, so they want quick and easy, but healthy, solutions for their breakfast, lunch, and dinner. This creates a demand of stores which act as fast restaurants, where the customer passes by on his way to work in the morning, or during lunch break, or after work and grabs a cooked, tasty, and quality food. Co-operative retailers are already concentrating on this new convenience store format in urban areas, especially Denmark, Spain, Holland, Italy, and UK.

As we said earlier, the retail sector is in a period of rapid transformation fueled by changing consumer behavior and expectations. The key to success is giving what the customers want. In addition to that, co-operative retailers, which historically are local/regional based due to their proximity to local communities, usually have to compete against multinational companies. The main challenges which can be identified include: digitalization (mobile and e-commerce), customer

proximity (convenience stores), consumer information and transparency (quality products), and increasing competition in conventional and online commerce.

Consumer co-operatives in Europe are already answering these challenges. Coop Netherlands is concentrating on new convenience stores in order to be close to customers, offering them quality and tasty food at reasonable prices. COOP in Finland and Sweden offer their customers the best loyalty programmes in their countries, with COOP Finland excelling in offering award-winning mobile apps to their customers. Coop Italy is a champion in providing its 8.5 million members and many more customers 100% information, traceability, and confidence in the COOP private label. On the COOP website, customers can check the origin of all ingredients of every single one of the 4.000 COOP-labelled products. The quality and authenticity of food can be guaranteed because of the unique laboratory of COOP, which is called “the nose”. There, foods are tested for the origin of their ingredients, thus preventing food fraud, which is an increasing problem across the world.

In conclusion, the retail sector is a very competitive and vibrant sector, which is one of the biggest and most significant in the food chain and the economy of Europe. Progress and success in this sector can be achieved by meeting consumers’ demand as early as possible. Euro Coop is proud that consumer co-operatives across Europe are champions of serving their communities through direct retail or through retail and complimentary activities. And this is not a surprise, because since the first consumer co-operative in Rochdale in 1844, COOP has 172 years of serving communities and meeting consumer demands. No one does it better than us.

Once again, I would like to thank you for the invitation to be part of this unique celebration of 150th Anniversary of the Ukrainian consumer co-operative movement and the 200th Anniversary of the Lviv University of Trade and Economics, and I wish you all the best!

Consumer Co-operatives in Europe:
champions of serving communities and people
through innovation and inclusiveness

eurocoop

*European Community of
Consumer Co-operatives*

*Communauté européenne des
coopératives de consommateurs*

TODOR IVANOV
SECRETARY-GENERAL

Contents

eurocoop



- I. Overview**
- II. Consumer Co-operatives in Europe: Leading Examples**
- III. Challenges**
- IV. Serving Customers: Co-op Success**
- V. Vision for the Future**

I. Overview of the Association

eurocoop

➤ The Facts

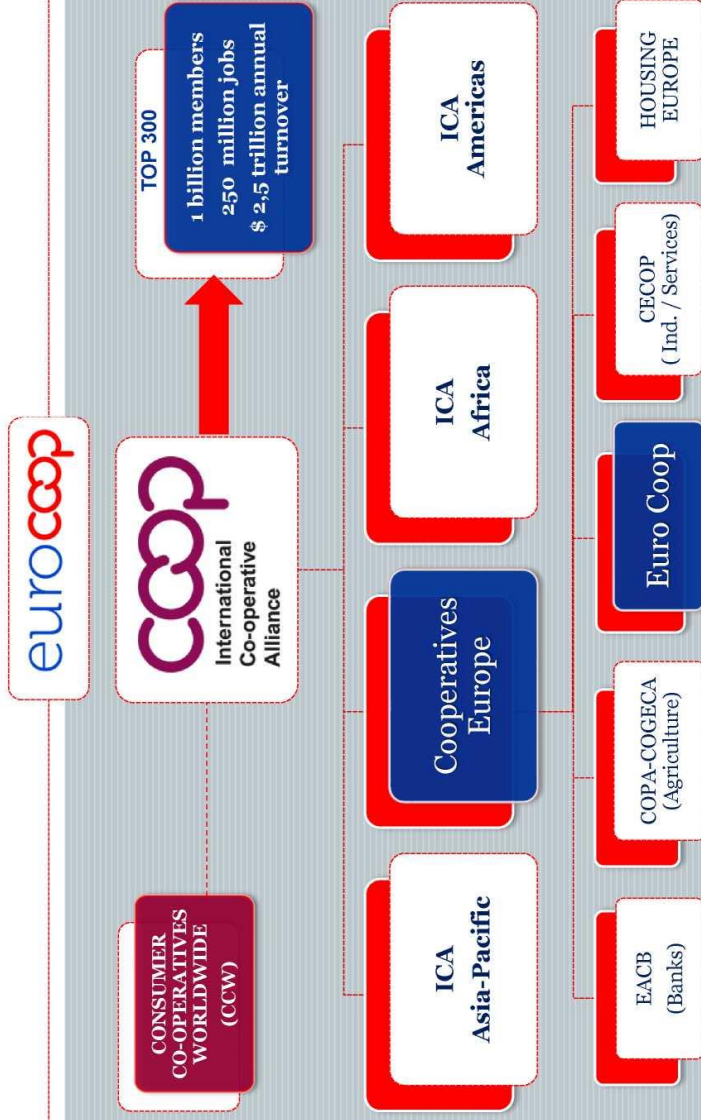
- ❖ European association of consumer co-operatives
- ❖ Members: national associations
- ❖ Est. 1957 – oldest European COOP association

➤ The Numbers

- ❖ 19 countries
- ❖ 5,000 local consumer co-operatives
- ❖ 500,000 employees
- ❖ 36,000 points of sale
- ❖ 32 million consumer-members
- ❖ > € 76 billion annual retail turnover



Global Co-operative Structure



Overview

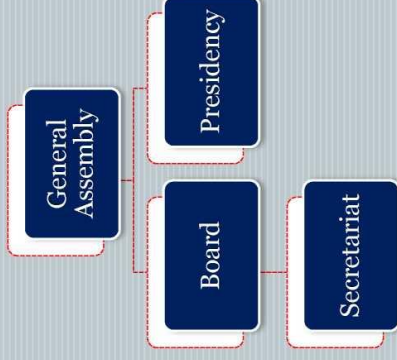
eurocoop

➤ Management

- ❖ General Assembly, Board, Presidency
- ❖ Secretariat based in Brussels
- ❖ Working Groups
 - ✓ Food Policy
 - ✓ Sustainability Policy
 - ✓ Co-operative Distinctiveness

➤ Objectives

- ❖ **EU policy process** - Represent our members to the EU Institutions
- ❖ **Inter-member co-operation:**
 - ❖ Exchange of knowledge, expertise, good practices
 - ❖ Business initiatives



Market Presence

eurocoop



➤ Consumer Co-operatives in Europe:

- ❖ present throughout European **continent**;
- ❖ factor in people's **everyday** life;
 - ✓ market position:
 - ✓ from **leaders** to smaller players
 - ✓ extensive store networks
 - ✓ from hypermarkets to local neighbourhood stores
- ❖ **social** activities (e.g. consumer information, education)
- ❖ safeguard & promote **COOP identity** (*values + principles*)

➤ COOP = care for the **COMMUNITY**;

➤ COOP-branded products:

- ❖ safe, sustainable, and high-quality at **reasonable price**
- ❖ **fair retail** = respect for the consumer and other market operators

Retail: The Context Today

eurocoop



Lviv, Ukraine

13 December 2016

II. Leading Examples

eurocoop



Львів

➤ UKOOPSPILKA:

- ❖ Trade: **15,000** outlets + Markets
- ❖ Production: **265 enterprises**
- ❖ Services: **Markets**
- ❖ **Other activities:** Restaurants, hotels, media, IT
- ❖ Education:
 - 22 Universities / institutes;
 - 18 colleges
- ❖ The future = **YOUTH**
- ❖ **12,000** co-op graduates / annum !!!



Leading Examples

eurocoop



S-Group - Finland:

- Market leader **46%**;
- **€10,8** billion turnover (2015)
 - ✓ **€ 304** profit / **€ 559** investments /
- **2,2** million (families) members (**41%** of population)
- **3,7** million individual members
- **activities:** retail, hotels, restaurants, petrol stations, bank, department stores;
- **S-Etukortti Card = #1 Loyalty Programme!**
 - **€ 343 million** bonus paid
 - Bonus received each month via COOP Bank



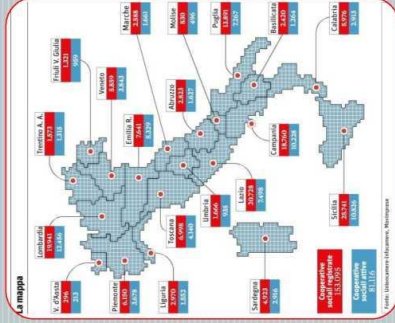
Leading Examples

eurocoop



COOP Italy:

- ❖ Market leader with **14,5 %**
- ❖ **€ 12,3 billion** retail turnover
- ❖ **8,5 million** members
- ❖ **4,000** COOP-branded products
- ❖ Presence: **100%** of the country
 - ❖ Strong integration - 7 regional organizations
- ❖ **Healthy food, sustainable & local products, traceability**
- ❖ *Supermarket of the Future*
- ❖ Palm Free Retailer.



New Member Initiatives



- COOP Private Label:
 - ✓ New labelling, design, assortment; quality
 - ✓ **Finland; Sweden, Italy, Holland, UK**
- Engaging consumers:
 - ✓ Asking members & customers for new store location, choice of food products, labelling, pricing, environmental issues
 - ✓ **UK, Holland, Spain, Italy**
- New Format of Retail:
 - ✓ Convenience; Store of the Future; e-Commerce
 - ✓ **Holland, Italy, Sweden, Finland, Denmark, Spain**
- New Loyalty Programme:
 - ✓ **Coop Sweden** – 2,1 million consumers
 - ✓ **Coop Estonia** – 140,000 new members in 2015



Challenges

eurocoop



➤ Digitalization

- ❖ Everything that **can** be digitalized will be digitalized
- ❖ Business models **irreversibly** modified

➤ Consumer Behaviour

- ❖ Now, now, now...
- ❖ Social media interactions, access to **information**
- ❖ **Transparency**: product info, price, comparisons, availability.

➤ Competition

- ❖ Multinational retailers: conventional & online
- ❖ Fair? Always?

➤ Political recognition & support for COOP model

➤ Limited access to funding

Serving Customers: Proximity



eurocoop

3 NEW BRAND VALUES

COOP NETHERLANDS



TASTY FOOD



AFFORDABLE/
CHEAP



NEARBY

1

MORE CLIENT
DRIVEN

2

PERSONAL
APPROACH
BASED ON
DATA

3

MORE LOCAL
RELEVANCE

4

MORE FOCUS
ON DAILY
BREAKFAST
AND DINNER

Serving Customers: Digitally



eurocoop

Today, customer proximity requires new solutions

Customers want easy and smooth shopping and quick interactive service – digital channels and services offer just that.

Digital mobile solutions create a new personal connection between a retailer and a customer.

S-MOBILE

Customer's "remote control" to S Group's services, in every step of customer path



Headline: **Now Confrontation**

2015 2016

Serving Customers: Digitally



eurocoop

S Mobile's new feature: ABC Mobile Refill – 1-2-3



- Offers very simple & easy refill with mobile app payment (Android, Apple and Windows phones)
- Time from idea to execution: only six months; launched in February 2016
- Aim to expand it to cover every ABC station by the end of 2016
- National Association of Convenience Stores (NACS) – organisation's 1.prize (unique, easy to use)

31 use-it

Serving Customers: Loyalty



eurocoop

The point system

Earn points

Transportation



Bank & Insurance



Telecom



Electricity



FMCG



Pleasure



Travel



Family



Shopping



"Earn points on things I already pay for"

"Quick to get a reward"

"Relevant for me and my family"

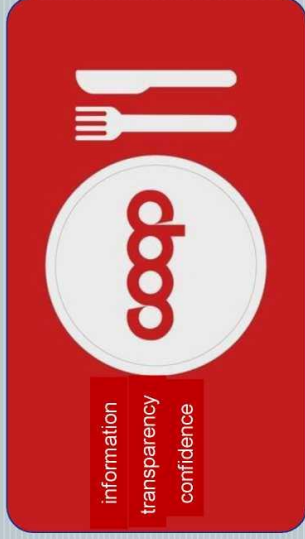
"Attractive to save points to get a good deal"

coop

Serving Customers: Information



eurocoop



Vision for the Future

eurocoop



➤ **More benefits** for members & consumers:

- ❖ Customer proximity
- ❖ E-commerce & Digitalization
- ❖ Consumer Information: food quality, safety, origin, environmental impact

➤ **Communicating the COOP difference:**

- ❖ Celebrate COOP success
- ❖ Why COOP matters?
 - ✓ Society, Economy, Environment
 - ✓ **FUTURE**

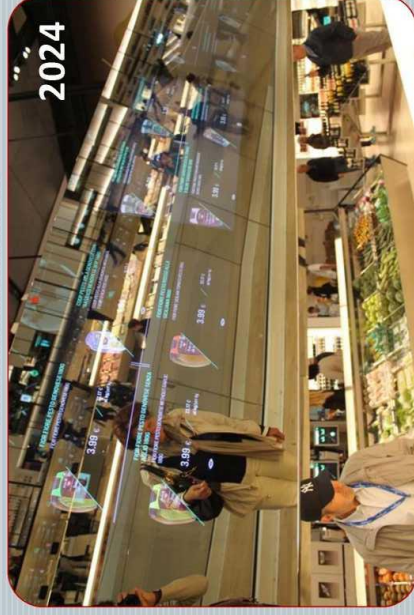


➤ **International Co-operation**

- ❖ Information & experience
- ❖ Joint business projects & initiatives

Consumer Co-operatives in Europe

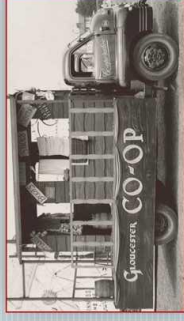
eurocoop



1844



1954



COOP
serving the people
172 years

Lviv, Ukraine

13 December 2016



**International Co-operative
Alliance – Africa**
A Region of the International
Co-operative Alliance

International Scientific Conférence (Lviv)

ROUND TABLE DISCUSSION:

**Socio-Economic Changes in the Society of Consumption. Does the Co-operative Model
Evolve with the Challenges of our Time?**

By

Dr. Chiyoge B. Sifa (Mrs.)

Regional Director

International Co-operative Alliance – Africa (The Alliance Africa)

1.0 Introduction

Global inequality in consumption, while reducing, is still high. Looking at the figures available in 2015, the wealthiest 20% of the world accounted for 76.6% of total private consumption, while the poorest fifth just 1.5%¹. Breaking this down further, the poorest 10% accounted for just 0.5% and the wealthiest 10% accounted for 59% of all the consumption.

Observations made in the United Nations Development Programme's (UNDP) 1998 Human Development Report pointed to consumption trends undermining the environmental resource base, making inequalities between the rich and the poor more pronounced. If the trends are not checked, problems of consumption and human development will worsen. The consumption patterns globally indicate that the gap between high income and low income consumers is rising, pollution is increasing, the promotion of goods that do not empower poor producers is growing, priority in consumption for conspicuous display outweighs meeting basic needs

The IMF in June 2015 confirmed that widening income inequality is the defining challenge of our time. In advanced economies, the gap between the rich and poor was at its highest level in decades. Inequality trends have been more mixed in emerging markets and developing countries (EMDCs), with some countries experiencing declining inequality, but widespread inequities in access to education, health care, and finance remain². Irrespective of ideology, culture, and religion, people care about inequality as this can be a signal of lack of income mobility and opportunity - a reflection of persistent disadvantage for particular segments of the society. Widening inequality also has significant implications for growth and macroeconomic stability, it can concentrate political and decision making power in the hands of a few, lead to a less than optimal use of human resources, cause investment-reducing political and economic instability, and raise crisis risk. The economic and social fallout from the global financial crisis and the resultant headwinds to global growth and employment have heightened the attention to rising income inequality.

2.0 Consumption Trends in Africa

Over the past 15 years, most countries in Africa experienced sustained economic growth, with growth rates often exceeding 5% per year driven by amount others, favorable external conditions, especially high commodity prices (based on high international demand) and availability of investment money in search of new opportunities at global level playing a major role. At the domestic level, the improvement of the macroeconomic climate – especially the reduction of external debt and of current account and fiscal deficits – as well as the decline in the number of conflicts and improved political and economic governance has also be ancestral contributors to growth. Spurred by growing internal demand, a robust services sector has in many cases been the fastest growing sector of African economies. The telecommunications boom, first based on a huge increase in mobile phone use and now on rapidly expanding internet penetration, has also played a central role. Financial services are developing quickly often in tandem with ICT uptake. The laggard in the growth story, however, has been the

¹<http://www.globalissues.org/issue/235/consumption-and-consumerism>

²<https://www.imf.org/external/pubs/ft/sdn/2015/sdn1513.pdf>

manufacturing sector; Sub-Saharan Africa remains unable to join the ranks of those developing countries that base their growth on the export of competitive manufactured products³.

Poverty has indeed been reduced, but remains widespread, in spite of successes during the last 15 years; more than 41 per cent of the people in SSA (or roughly 300 million people) still live on less than \$1/day. Many Africans remain trapped in dire poverty, heavily dependent on a fragile natural resource base and vulnerable to economic and environmental shocks⁴.

The poor tend to rely more on the natural resource base for their food and livelihoods than the rich, and unsustainable production patterns result in significant social and environmental side effects that undermine the prospects for poverty reduction. The unsustainable consumption patterns of the consumer class further limits the “ecological space” available to poor people to meet their basic needs.

Investment Opportunities given Changing Consumption Trends in Africa

However, looking at overall consumption trends, and investment opportunities in Africa, 81% of Africa’s private consumption in 2011 was concentrated in 10 out of the 53 African counties, namely Algeria, Angola, Egypt, Ghana, Kenya, Morocco, Nigeria, South Africa, Sudan, and Tunisia. Private consumption in Africa is higher than in India or Russia; it rose by \$568 billion from 2000 to 2010, and is expected to grow between 2012 to 2020, by a further \$410 billion, representing the continent’s largest business opportunity. Clothing, consumer goods, and food are expected to account for \$185 billion, or 45 percent, of that amount. This is due in part to urban Africans spending a large share of their budgets on food and groceries, more than consumers do, on average, in Brazil, China, India, and Russia⁵.

Africa has the world’s fastest-growing population and is projected to account for more than 40 percent of global population growth by 2030, according to the United Nations; a potentially large working class that is likely to push up the continent’s GDP.

Africa also has the world’s youngest population with more than half its inhabitants being under 20 years old. The consumption habits of young people are quite different from those of their elders; younger people in Africa, for example, are more likely to search for information online (67 percent of 16-to-24- year-olds are online, compared with 32 percent of the 45-and-older group) and to seek products and stores that reflect the “right image.” They are more brand conscious, follow the latest fashion and trends (53 percent versus 33 percent), and say they are typically one of the first people they know to try new things (44 percent versus 28 percent). They are also more educated, with 40 percent having completed high school, compared with only 27 percent of the 45-and-older group. These qualities point to a major change in consumption habits as this age group, its incomes increase, and its behaviors and decision criteria become the societal norm.

With 40 percent of its population living in cities, Africa is more urbanized than India (30%) and nearly as urbanized as China (45%). In 2016, over 500 million Africans live in urban centers, and the number of cities with more than 1 million people has reached 65. This means that there is likely to be more money available in the economy as urban spending is twice as much as rural spending and is projected to account for a disproportionately large share

³[http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/573891/EPRS_IDA\(2016\)573891_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2016/573891/EPRS_IDA(2016)573891_EN.pdf)

⁴<http://www.uneca.org/sites/default/files/PublicationFiles/africanreviewreport-on-sustainableconsumption.pdf>

⁵https://www.mckinsey.com/.../South%20Africa/.../Rise_of_the_African_consumer-McKi...

of future growth. Cities are also more densely populated and, as a result, consumers are easier to reach.

More than 50 percent of urban Africans have access to the Internet; in urban Kenya, for example, Internet penetration stands at 70 percent, propelled by affordable mobile broadband and high penetration (95 percent) of Internet-capable mobile devices. Overall, 22 percent of urban Africans spend more than ten hours a week online. They do much the same things as Internet users everywhere: in descending order of frequency, they use social-networking sites, send e-mails, watch videos and listen to music, keep up with news, and search for information. Most consumers have cited low bandwidth, rather than high cost, as the primary barrier to increased Internet usage. What must, however be kept in mind is what is popularly referred to as the “digital divide” where majority of rural dwellers have no access to affordable Internet services, let alone Internet enabled devices.

3.0 Evolution of the Co-operative Model with the Challenges of the Time

The recognition of the African co-operative movement as crucial means for poverty alleviation and, therefore, Africa’s development has been widely acknowledged⁶, and witnessed. African co-operatives have helped bridge the income and employment gaps in Africa, and thus helped to reduce inequality, enhanced incomes and provided employment opportunities for many.

The above mentioned socio-economic trends, and others affect the consumer profile of many individuals, and can be great opportunities for the co-operative movement in Africa to invest in, not only the obvious positive outcomes, but also invest in the negative effects of these trends; for example, enhancing income generating opportunities for the rural and urban poor, ensuring the integration of young people in the co-operative movement due to their sheer numbers and the fact that they are technologically savvy and can encourage technological uptake to ease costs and operations, with growing urbanization, the demand for healthy affordable food, housing, clean water supply, sewage and garbage collection, etc become paramount, areas where co-operatives in Africa can further explore and get a foothold. Additionally, rural areas are becoming empty of people necessitating the use of mechanization to open land, sow seeds, weed, irrigate, harvest and process food, which would be a great opportunity for agricultural co-operatives in Africa to exploit.

Co-operatives in Africa have in the past survived the market forces and continued to grow in number and membership (Wanyama, Develtere, Pollet)⁷, with agriculture and credit being the ‘traditional’ sectors of co-operative ventures in many African countries and also increasingly venturing into other ‘non-traditional’ sectors like housing, consumer, cottage industry and distilleries, meaning that with the emerging and future trends, African co-operatives can venture and indeed survive and thrive. It is therefore expected that, with enhanced business acumen of co-operative leaders and members, and the determination to implement social businesses, the co-operative movement can and will appropriately evolve and be able to take advantage of changing consumer trends in Africa.

⁶ Wanyama, Fredrick O. Co-operatives for African Development: Lessons for Experience. Mason University

⁷<http://library.uniteddiversity.coop/Cooperatives/CoopAFRICA>
African_cooperatives_in_a_liberalized_economic_environment.pdf



Retail in the Cloud:

From a system of records to a
supported decision making system

Eyal Farkash
Chief Architect
efarkash@israel.coop





Coop Israel Technologies – New technologies for retail

19 Hahagana St. Hagiya Hatzarfatit, Jerusalem 91491 | Tel. +972-2-5410630 | Fax. +972-2-5410632 | INFO@COOP-IS.CO.IL | WWW.ISRAEL.COOP



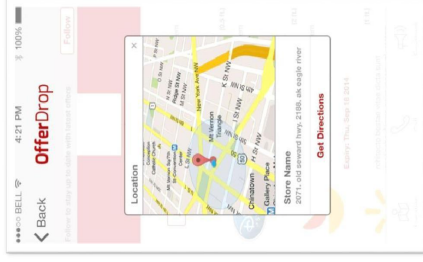






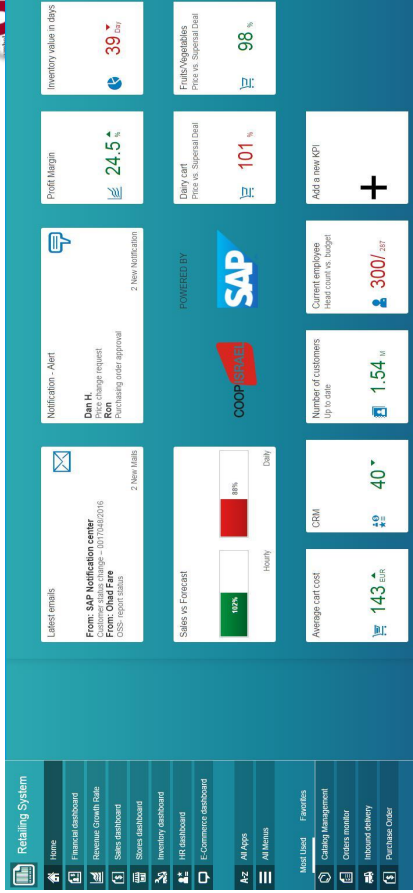
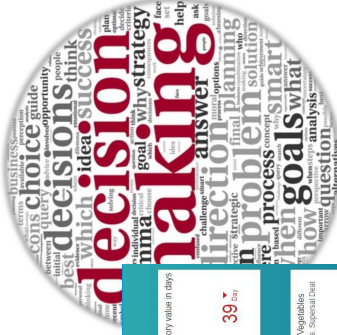


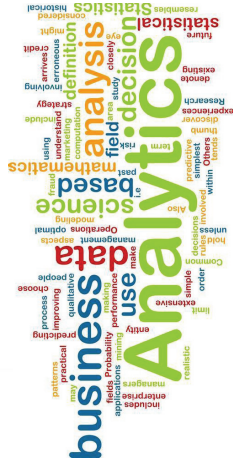
Beacon\iBeacon





You as a CEO wish to do very sophisticated things but easily.







Advanced multiplatform User Interface

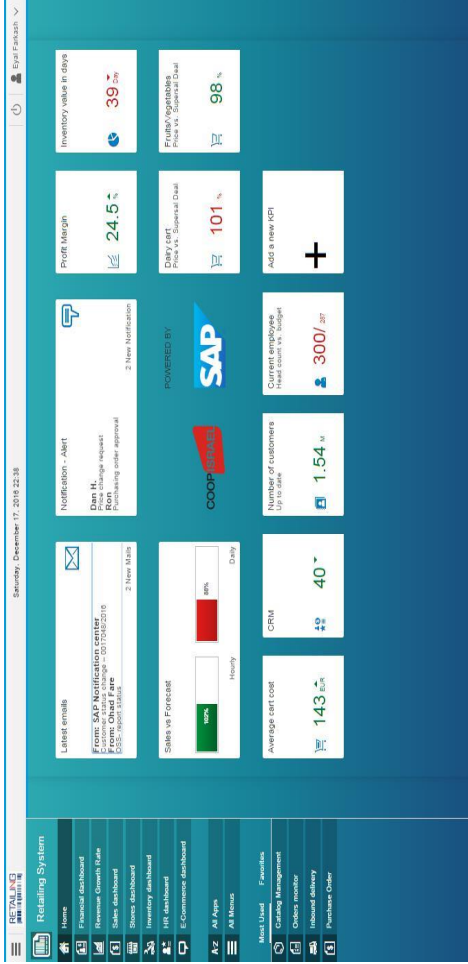
User eXperience that enables a cross -
organization control

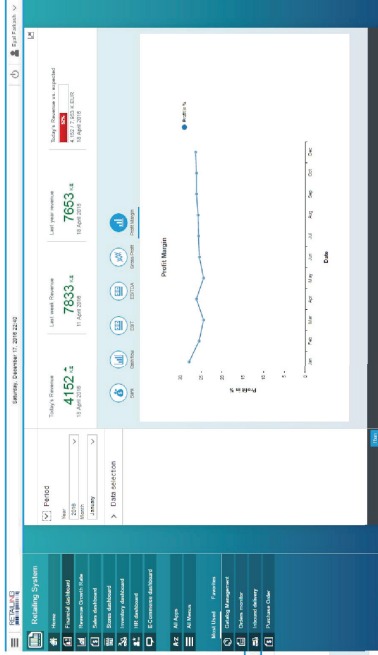
UI/UX that assists you to **make The Right Decision**
at The Right Time

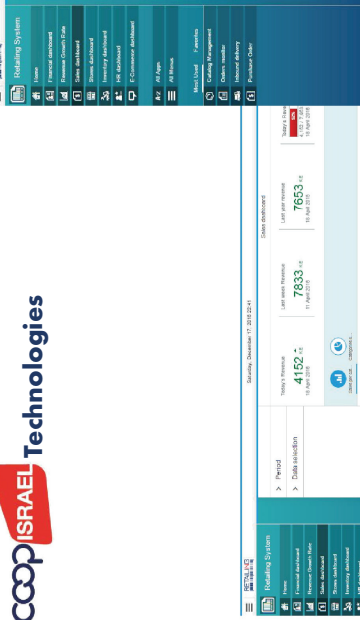


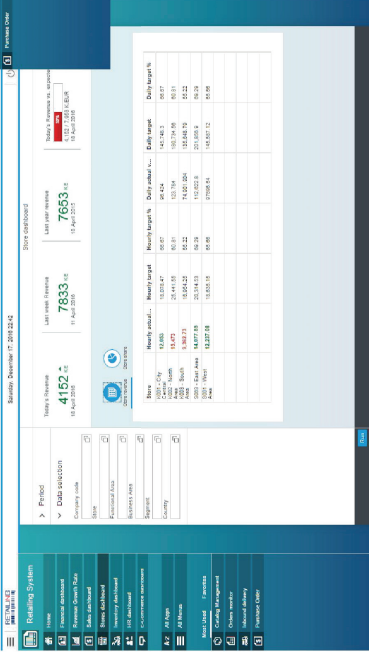
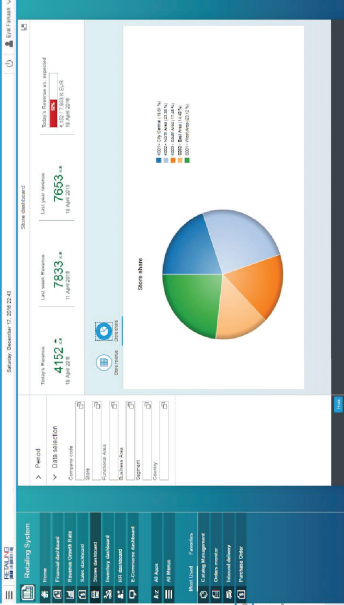


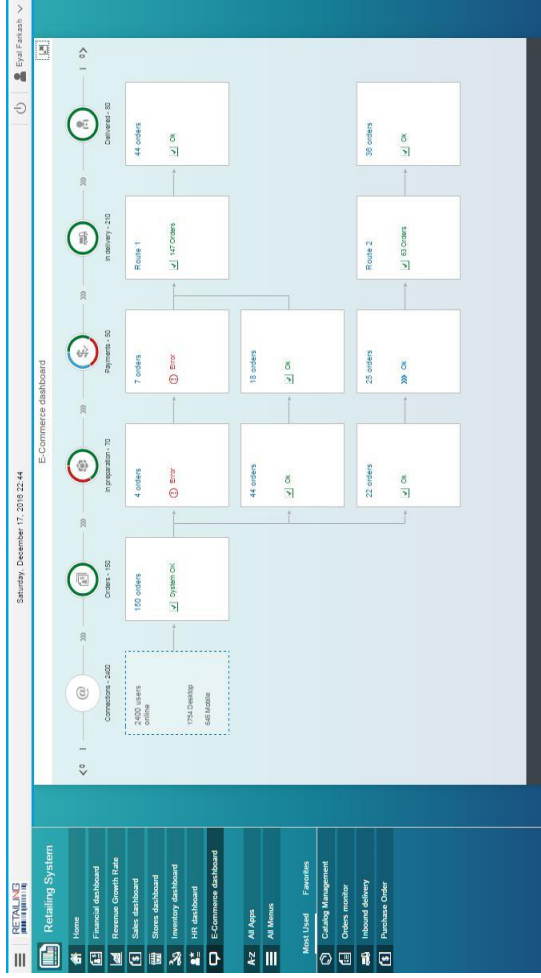
From a system of records to a supported decision making system











Our next step: Machine learning



Thank you

Eyal Farkash

Chief Architect

efarkash@Israel.coop

Savga Larisa
Prof, Ph.D, Rector
Trade Co-operative University of Moldova, Republic of Moldova

STRATEGIC VISIONS FOR SUSTENABLE DEVELOPMENT OF THE CONSUMER CO-OPERATIVES

The Strategic planning for development of consumer co-operatives from the Republic of Moldova has a significant role for further development of this sector. The strategic planning should be focused on the implementation of development policies, advanced modernization of the system, supporting increase of competitiveness as well as of consistent, efficient and sustainable development of consumer co-operatives while fully meeting the needs of their members, employees and population served.

Given the importance of this issue and based on the Law regarding consumer co-operatives no. 1252/2000, at the request of the Central Union of Consumer Co-operatives from the Republic of Moldova the research team of the Trade Co-operative University of Moldova elaborated the Development Strategy of Consumer Co-operatives for 2016-2019 (hereinafter the Strategy), which was approved by the XVIth Congress on February 12, 2016 and is being implemented currently.

Several steps have been undertaken for Strategy elaboration, such as: studying of relevant evaluation documents (reports) regarding the implementation of National Development Programs and recorded progress; analysis of the implementation of Consumer co-operatives development Program for 2012-2015; SWOT analysis of consumer co-operatives activity as well as of encountered challenges; social and economic analysis of rural environment where consumer co-operatives entities operate; analysis of European regulatory and strategic development framework for consumer co-operatives; analysis of national strategic development documents of the Republic of Moldova until 2020; analysis of statistical data, reviews, social and economic reports; identification of internal needs that are challenging the consumption co-operation system, identification of stakeholders (members, employees, other beneficiaries of co-operative services, authorities, etc.) needs and expectations; analysis of strategies and programs for local (district and community) development of consumer co-operatives in 2016-2019, consultation with sector's key stakeholders (co-operatives and co-operative enterprises, co-operative members, academics, researchers, farmers, processors and traders from rural areas, local government).

The Strategy was developed based on Art. 74 (c) of the Law on consumer co-operatives no. 1252 – XIV of September 28, 2000, on the priorities of social and economic development of the Republic of Moldova established in the National Development Strategy "Moldova 2020", approved through Law no.166 of 11/07/2012, on European economic integration priorities contained in the Republic Moldova - European Union Association Agreement (Law no. 112 of July 2, 2014), on the Strategy "Europe 2020" providing for smart, sustainable and inclusive growth, on national sectorial strategies for economic development, on other policy documents according to international co-operative principles, the Promotion of Co-operatives Recommendation R193 of International Labour Organisation, adopted by the ILC session no.

90 on June 20, 2002 [5], the international priorities for the development of co-operatives promoted by International Co-operative Alliance (ICA), Co-operatives Europe, sectoral international organizations of co-operative activity fields, and to other relevant documents.

The vision, strategic guidelines and objectives of national co-operatives' development for 2016-2019 were identified based on the evaluation of the current situation of consumer co-operatives, SWOT analysis, internal and external challenges of co-operatives, priorities of co-operatives' development in the context of integration into European economic area and implementation of the best international practices in the co-operative sector, as well as based on consultancy with authorities and co-operatives.

Vision foresees development of consumer co-operatives as a sustainable and competitive system, resistant to internal and external challenges, ensuring welfare for its members and for the population served as well as benefits for its employees.

Strategic guidelines determine:

- development of consumer co-operatives as a unified system, economically strong,
- strengthening the positions of consumer co-operatives system within the internal market (rural) and entering other markets (urban), enhancing the competitiveness of consumer co-operatives system, its economic growth,
- amplification of integration and association processes in the consumer co-operatives, expansion of these processes within internal and external dimensions,
- synergistic cooperation with public authorities, potential investors, other stakeholders,
- modernization and innovative development of co-operatives' system,
- integration into the international economic turnover.

Strategic objectives includes:

- strengthening co-operative members' community,
- optimization of organizational structure and making the management of co-operatives' system more effective,
- optimization of traditional activities promoted by consumer co-operatives and diversification of co-operative benefits,
- ensuring financial stability, efficient and effective use of resources, ensuring the efficiency of co-operative entities work,
- development of internal potential and increase of system's competitiveness on domestic and foreign markets,
- strengthening relations with external partners.

The Strategy contains actions oriented to the implementation of above mentioned objectives.

Implementation of the Strategy will have an impact both *economically*, materialized in enhancing the economic potential of co-operative system, creating favourable conditions of work, improving the legal framework in the field, increasing investment in development, and *socially*, expressed in improving the level of service to its members and to other categories of beneficiaries, affordability of co-operative services, consumers' protection, contribution to the development of localities and community.

Strategy implementation will contribute to achieving the following progress indicators: turnover increase by 3-5% annually; increase the income of co-operatives on average by 4-6% annually; attraction, at least, of 250 new co-operative members annually, implementation of incentive mechanisms for them in developing consumer co-operatives at local, regional and republican levels; increase of wages for employees working in consumer co-operatives, provision by 2019 of a share of 75% of the average monthly salary in the country; organization of 500 new jobs during the Strategy period of action.

Development of consumer co-operatives will help increase the indicators characterizing the economic and financial activity: retail sales will grow annually during the Strategy period of action by 3-5%, wholesale sales will increase by 5-7%, purchasing of goods - by 4-7%, production of goods - by 3-6%, provision of paid services – by 3-5%, sales revenue will increase by 3-5% and net profit will increase by 3-6%.

Implementation of the Strategy will contribute to sustainable and intelligent recovery of the consumer co-operatives potential in all its dimensions (institutional, infrastructural, human, financial, informational, managerial, etc.), and will support progress in economic and social development of this system.

Куцик П. О.

к.е.н., професор, ректор

Львівський торговельно-економічний університет

МОДЕЛЬ КООПЕРАТИВНОГО БІЗНЕСУ ЯК ЧИННИК ГЛОБАЛЬНОГО СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ

Розвиток кооперативної моделі бізнесу у світі відбувається сьогодні у важких економічних умовах, які характеризуються загостренням світових фінансових криз, розгортанням локальних військових конфліктів, посиленням глобальних проблем людства, зокрема продовольчої, екологічної, вичерпання сировинних ресурсів, поширення бідності, вимушеної міграції та, як наслідок, поглиблення соціально-економічної нерівності населення. Незважаючи на погіршення сприятливості бізнес-середовища, міжнародний кооперативний рух демонструє в останні десятиліття стійкий економічний розвиток. Так, сьогодні членами Міжнародного кооперативного альянсу (МКА) є 292 кооперативні організації з 95 країн, що працюють у 8 глобальних секторах бізнесу та об'єднують понад 1 млрд індивідуальних членів (пайовиків). Кооперативи обслуговують близько половини населення світу, забезпечують робочими місцями понад 250 млн осіб, тобто більше, ніж транснаціональні корпорації (ТНК). Про значну роль кооперативних підприємств у світі свідчить те, що 2012 рік визнаний ООН Міжнародним роком кооперативів.

Модель розвитку кооперативного бізнесу базується на розроблених МКА сучасних кооперативних принципах, до яких відносяться:

- добровільне і відкрите членство;
- демократичний контроль зі сторони членів;
- участь членів в економічній діяльності кооперативів;

- автономія і незалежність;
- освіта, професійна підготовка та інформація;
- співпраця між кооперативами;
- турбота про суспільство.

Ведення кооперативного бізнесу, побудованого на вищезначених принципах, забезпечує соціальну спрямованість діяльності кооперативів. Така модель дозволяє щоденно втілювати у життя кооперативні цінності при здійсненні господарської діяльності та забезпечувати ідентичність, яка відрізняє кооперативні підприємства та організації від економічних суб'єктів інших форм власності.

Як показує успішний зарубіжний досвід, кооперативні підприємства є визнаними лідерами у багатьох секторах економіки. Обороти 300 провідних кооперативів світу становить понад 2,5 трлн дол. США (табл. 1), що більше, ніж, наприклад, номінальний ВВП таких країн, як Бразилія, Індія, Італія, Росія чи Канада. Про високу конкурентоспроможність кооперативних підприємств та організацій у порівнянні з ТНК свідчать також їх високі позиції у світовому рейтингу компаній журналу Forbes. Так, французька банківська група Crédit Agricole є лідером на ринку банківських послуг Франції й займає 16 місце у рейтингу найбільших регіональних банків світу, а німецька кооперативна мережа BayWa – 23 місце серед найбільших спеціалізованих магазинів світу.

Таблиця 1

Рейтинг найбільших кооперативів світу в 2014 р.

Місце в рейтингу	Кооперативна організація	Країна	Сектор	Валовий дохід, млрд. дол. США
1	Groupe Crédit Agricole	Франція	Банківські та фінансові послуги	90,21
2	BVR	Німеччина	Банківські та фінансові послуги	70,05
3	Groupe BPCE	Франція	Банківські та фінансові послуги	68,96
4	NH Nonghyup	Республіка Корея	АПК	63,76
5	State Farm	США	Страховання	63,73
6	Kaiser Permanente	США	Страховання	62,66
7	ACDLEC - E.Leclerc	Франція	Гуртова і роздрібна торгівля	58,40
8	Groupe Crédit Mutuel	Франція	Банківські та фінансові послуги	56,54
9	ReWe Group	Німеччина	Гуртова і роздрібна торгівля	56,42
10	Zenkyoren	Японія	Страховання	54,71

Джерело: *The World Co-operative Monitor: Exploring the Co-operative Economy. Report 2016.*

У багатьох країнах світу уряди зменшують видатки на соціальні програми і проекти. В цих умовах зростає роль кооперації як чинника глобального стійкого економічного розвитку. Саме кооперативи є одними з небагатьох ринкових інституцій, що, поряд з економічними, виконують і важливі соціальні завдання. Саме завдяки поширенню кооперативного бізнесу в світі сформувався значний прошарок середнього класу як у розвинутих країнах, так і у країнах із перехідною економікою. Визнаючи значний внесок кооперативного руху в глобальний соціально-економічний розвиток, ООН розробила і підтримує програму виведення кооперативного бізнесу на новий рівень – проект “Бачення 2020 року”, спрямований на те, щоби до 2020 р. кооперативи стали:

- визаним лідером у сфері економічної, соціальної та екологічної стійкості;
- моделлю, якій будуть надавати перевагу прості громадяни;
- найбільш швидко зростаючою формою бізнесу.

Підсумовуючи, зазначимо, що для підприємств та організацій кооперативного сектора економіки України є вкрай важливою подальша інтеграція у міжнародний кооперативний рух. В сучасних умовах потрібно більш активно використовувати існуючу єдність міжнародного кооперативного руху для отримання передового досвіду ведення кооперативного бізнесу, пошуку ділових партнерів для реалізації спільних інвестиційних, інноваційних чи зовнішньоторговельних проектів. Тому в Україні надважливим завданням сьогодні має стати виведення кооперативів на новий рівень розвитку із збереженням їх кооперативної ідентичності та становлення їх як гаранта стійкого розвитку держави.

Семак Б. Б.

д.е.н., професор, проректор з наукової роботи
Львівський торговельно-економічний університет

ЧИННИКИ ВИСОКОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КООПЕРАТИВІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Останні десятиліття позначилися розгортанням глобалізаційних процесів у світі, одним з проявів яких стало загострення глобальної конкуренції і посилення конкурентних позицій транснаціональних корпорацій (ТНК) на світовому ринку. Тому ситуація на багатьох ринках товарів та послуг, на яких сьогодні працюють кооперативи у світі, характеризується доволі агресивним конкурентним середовищем. Незважаючи на несприятливе зовнішнє середовище, кооперативні підприємства є визнаними світовими лідерами бізнесу і продають свої товари та послуги для близько половини населення світу. Обороти 300 провідних кооперативів світу, що працюють у 8 глобальних секторах бізнесу, становить понад 2,5 трлн дол. США, що більше, ніж, наприклад, номінальний ВВП таких країн, як Бразилія, Індія, Італія, Росія чи Канада. Про високу конкурентоспроможність кооперативних підприємств та організацій у порівнянні з ТНК свідчать також їх високі позиції у світовому рейтингу компаній журналу Forbes. Так, французька банківська група Crédit Agricole є лідером на ринку банківських послуг

Франції і займає 16 місце у рейтингу найбільших регіональних банків світу, а німецька кооперативна мережа ВауВа займає 23 місце серед найбільших спеціалізованих магазинів світу.

Таким чином, головними чинниками високої конкурентоспроможності кооперативів у світі визначимо наступні.

По-перше, це глибока інтеграція сільськогосподарських, виробничих і інших видів кооперативів з кооперативними структурами банківсько-кредитної сфери. Сьогодні багато кооперативних спілок, особливо в ЄС, об'єднуються або ж тісно співпрацюють з кооперативними банківськими групами. Так, найпотужнішим кооперативним банківським об'єднанням є Європейська асоціація кооперативних банків (European Association of Co-operative Bank – EACB), яка об'єднує 4.050 банківських установ, які обслуговують 210 млн клієнтів. Це об'єднання кооперативних банків відіграє важливу роль у процесах інтеграції фінансових ринків ЄС, координації міжнародної співпраці національних кооперативних систем, підвищення рівня їх конкурентоспроможності та представлення інтересів на загальноєвропейському рівні. Сумарний оборот кооперативних банківсько-кредитних установ у рейтингу найбільших кооперативів світу становить понад 240 млрд дол. США. Серед них лідерами є насамперед французькі банки. Необхідно наголосити, що кооперативні банки та кредитні спілки продемонстрували високий рівень стійкості під час світової фінансової кризи. В той час, як інші банки згортали свою діяльність і зазнавали збитків, кооперативні банківські установи навпаки нарощували обсяги кредитування.

Як наслідок, вирішується характерна для постсоціалістичних країн проблема недостатнього фінансування і поповнення обігових коштів кооперативів. Така співпраця банківського і реального секторів кооперативної економіки дозволяє отримувати кооперативам доступ до дешевих кредитів при реалізації інвестиційних проєктів.

По-друге, це реалізація кооперативами стратегії захоплення окремих ринкових ніш. При таких стратегіях кооперативні організації концентрують всі свої ресурси при реалізації бізнес-проєктів для досягнення лідерства на окремих товарних ринках. Особливо ця стратегія є успішною у сфері ритейлу (зокрема у країнах Західної та Північної Європи, Прибалтики) та у сільському господарстві (особливо у галузях м'ясо-та молокопереробки). Як наслідок, ринкова частка сільськогосподарської кооперації складає: в Ірландії – 100%, в Голландії – 83%, в Фінляндії – 79%, в Італії – 55%. В лісовому господарстві кооперативи охоплюють 60% ринку в Швеції, 31% в Фінляндії. Майже стовідсотковим охопленням сільських господарів протягом останніх 50 років характеризується кооперативний рух в Швеції, Данії, Норвегії, Фінляндії, Ісландії, Нідерландах.

По-третє, це 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. Західноєвропейські кооперативи (особливо німецькі та австрійські) є значними інвесторами у кооперативні спілки країн Центральної та Східної 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. Тому споживчій кооперації України доцільно активніше включатися у співробітництво з кооперативними системами західноєвропейських країн, реалізовувати конкретні спільні проекти.

По-четверте, це використання різноманітних інновацій для нарощування господарського обороту, залучення нових членів до кооперації. Особливо хотілося би звернути увагу на важливість в цьому плані організаційно-кооперативної роботи. Так, наприклад, в Італії та Франції розвиваються кооперативи електронної комерції, які об'єднують дрібних підприємців (часто ремісників), що реалізують свої вироби через Інтернет. В Італії створюються кооперативи, які об'єднують представників соціально незахищених верств населення (інвалідів, колишніх в'язнів, наркоманів). В багатьох країнах ЄС створено студентські кооперативи, які забезпечують студентам доступ до відносно дешевих магазинів, дешевого житла, послуг, необхідних в процесі навчання.

По-п'яте, це використання внутрішніх резервів підвищення конкурентоспроможності за рахунок реалізації на практиці моделі кооперативного бізнесу, що сприяє високій мотивації і віддачі працівників, підтримці власної кооперативної ідентичності. Одним з основних елементів системи управління персоналом в західноєвропейських кооперативах є нетерпимість до працівників, не здатних до ефективної праці. Трудові відносини регулюються контрактами, в яких чітко визначаються права й обов'язки кожного працівника. Обов'язковим вважається сприяння постійному підвищенню кваліфікації працівників, їхньому вихованню в дусі кооперативних етичних традицій.

По-шосте, це високий рівень державної підтримки та стимулювання діяльності кооперативів. У розвинутих країнах Заходу держава усвідомлює важливість кооперативів для подолання безробіття, підтримки високого рівня зайнятості, підтримки незахищених верств населення, формування середнього класу. Тому широко практикуються державні дотації і допомога на створення нових кооперативів, звільнення їх від оподаткування на визначений період.

Підсумовуючи зазначимо, що цей досвід є корисним і для України, оскільки в нас споживча кооперація працює у чітко визначеному правовому полі і змушена конкурувати з представниками приватної форми власності, які часто працюють в тіньовому секторі економіки. Споживчій кооперації України доводиться працювати в депресивних, віддалених чи гірських районах, де приватний сектор взагалі не здійснює господарської діяльності внаслідок низького рівня прибутковості. Тому на часі є запровадження заходів із компенсації частини трансакційних видатків для вітчизняних кооперативів, які працюють в таких умовах.

Анопій В. В.

д.е.н., професор, завідувач кафедри
комерційної діяльності і підприємництва
Львівський торговельно-економічний університет

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Споживча кооперація як соціальна організація людей і особлива форма економічної діяльності протягом 150 років довела свою життєдіяльність і продовжує виконувати в Україні складні економічні, соціальні, організаційні та зовнішньоекономічні функції. Феномен цієї системи полягає у тому, що вона притаманна різним суспільним устроєм, у тому числі, ринково-орієнтованим. Навіть у такій розвинутій країні як США близько 25% дорослого населення пов'язано з кооперативами.

В Україні система споживчої кооперації є складовою багатоукладної економіки і ключовою ланкою національного кооперативного сектору, який нараховує більше 30 тис. кооперативів. Споживча кооперація об'єднує більше 2265 споживчих товариств і спілок, володіє активами на суму більше 2,5 млрд. грн. Валовий оборот її галузей діяльності сягає 5,5 млрд. грн. в рік.

Разом з тим, масштабні кризові явища в Україні, безсистемні трансформації національної економіки, у тому числі аграрного сектору, де традиційно функціонує споживча кооперація, малоефективна соціальна політика відносно сільських територій, жорстка конкуренція, складні внутрішньокооперативні проблеми привели до накопичення суттєвих негативних явищ і тенденцій у розвитку споживчої кооперації і всього кооперативного сектору економіки.

На такому фоні з'явилися поспішні і необґрунтовані твердження про вичерпані можливості кооперації. Слід особливо підкреслити, що науково ще ніхто не обґрунтував і не визначив історичні межі існування кооперації.

Об'єктивний аналіз соціально-економічної та інституціональної бази розвитку споживчої кооперації вказує на можливість досягнення позитивного вектору відновлення її функцій.

По-перше ринкове середовище дозволяє споживчій кооперації використати широкий арсенал форм і методів господарювання та механізмів організації кооперативної діяльності на підприємницьких засадах.

По-друге, десоціалізація як супутник ринкових і глобалізаційних процесів поглиблює диференціацію в суспільстві, зростає частка бідних і слабозахиснених людей – потенційних членів кооперації. Саме ця категорія історично становила її соціальну базу і залишиться в перспективі.

По-третє, інституціональне середовище, державна політика сприяють активізації діяльності споживчої кооперації і розширенню масштабів її діяльності. Спільність інтересів держави і споживчої кооперації очевидні.

По-четверте, соціальний, економічний, технічний базис споживчої кооперації і особливо кадровий потенціал в силі забезпечити поступальний розвиток споживчої кооперації і нарощування її сукупного потенціалу.

За своєю суттю соціально-економічний потенціал споживчої кооперації являє собою сукупність соціальних, фінансово-економічних, матеріально-технічних та інтелектуальних ресурсів, які у взаємодії забезпечують розвиток і функціонування цієї системи. До такого потенціалу відносяться також поточні та скриті резерви (рис. 1).

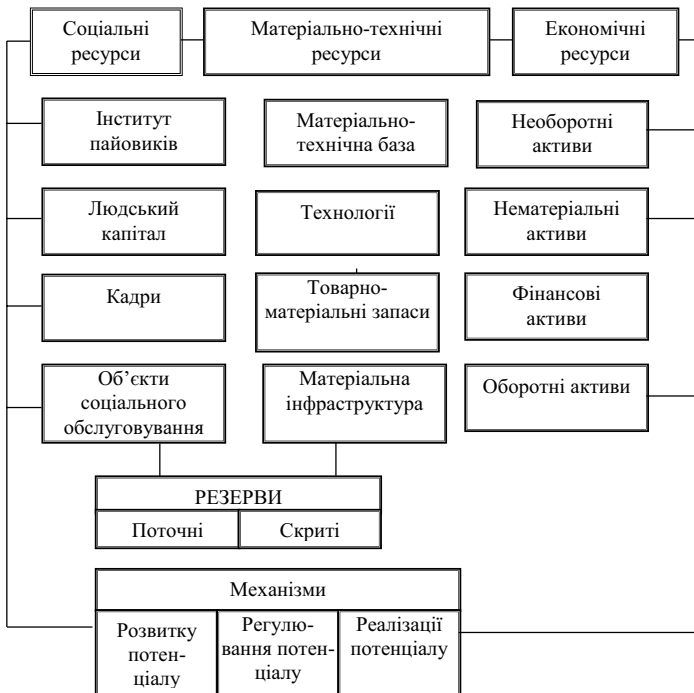


Рис. 1. Структура соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації

Об'єктивна необхідність нарощування та якісного оновлення соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації обумовлено зростаючою роллю кооперації у вирішенні гострих і масштабних соціальних проблем суспільства під впливом активних стратегічних сил:

- магістральний курс інноваційного розвитку;
- децентралізація регіонального територіального управління в Україні;

- соціальна динаміка в суспільстві;
- активізація розвитку підприємництва, особливо агробізнесу;
- зростання масштабів і впливу міжнародного кооперативного руху.

Розглянемо більш докладно характер і спрямованість впливу зазначених стратегічних сил на потенціал споживчої кооперації.

Інноваційний розвиток є загальним об'єктивним процесом для всіх країн. Володіючи потужним науковим та інтелектуальним потенціалом (більше 700 осіб науковців ВНЗ, 57% практичних працівників з вищою освітою) споживча кооперація має можливість суттєво активізувати інноваційну діяльність і спрямувати її на реалізацію наступних стратегічних пріоритетів:

- розробки і впровадження нових технологій, електронних комунікацій, ринкових методів господарювання, форм організації та управління в системі споживчої кооперації;
- концентрації ресурсів і кооперативної діяльності в порівняно великих господарських системах сприйнятливих до інновацій і прогресу;
- розвиток споживчих товариств в межах моделі побудованої на базових принципах МКА, національних принципах та принципах підприємництва із збереженням кооперативної природи і колективних інтересів;
- оптимізації галузевої структури споживчої кооперації, диверсифікації господарської діяльності, впровадженні нових видів господарської діяльності, розвитку в надрах споживчої кооперації кредитної кооперативної системи.

Для координації інноваційного розвитку доцільно створити інноваційні підрозділи, групи, науково-економічні та науково-технічні експертні ради із залученням вчених, управлінців, практиків на громадських засадах.

Децентралізація управління докорінно змінюватиме територіальну організацію економічної і соціальної діяльності. Під впливом цього процесу відбудеться інтенсивна централізація локальних ресурсів і резервів з боку органів самоврядування для активізації розвитку територій, особливо сільських. Зауважимо, що за даними суцільних досліджень села Держстатслужбою України у 2015 р. в третині наявних поселень (8 тис. од.) не було жодного об'єкту торгівлі і у 2/3 об'єктів ресторанного господарства і побутових послуг. В зв'язку з цим можна прогнозувати пріоритети розвитку потенціалу споживчої кооперації у таких напрямках:

- активізація кооперативного руху, зростання інтересу сільського населення до різних видів колективного господарювання, суттєва демократизація кооперативної діяльності, повна автономія управління і незалежність кооперативів;
- укрупнення споживчих кооперативів в межах громадських утворень, універсалізація і комбінування їх діяльності, інтеграція у багатофункціональну економіку села;
- вдосконалення конкурентного потенціалу, підприємств і організацій споживчої кооперації у зв'язку з інтенсифікацією і модернізацією конкурентного середовища в зоні діяльності споживчої кооперації.

Соціальна динаміка в суспільстві зумовлює чисельні складні і гострі проблеми. Серед них – розшарування суспільства, збереження значної частки соціально слабо захищених людей, безробіття, зростання потоків мігрантів. Все це формує

соціальну базу розширення масштабів кооперації, у тому числі, споживчої кооперації. В таких умовах можна прогнозувати такі пріоритети розвитку соціального потенціалу споживчої кооперації:

- нарощування та якісного оновлення соціального потенціалу, зокрема інституту пайовиків за рахунок залучення сільської молоді, професійних працівників, впровадження практики паювання сімей, перегляду підходу до формування контингенту асоційованих пайовиків. За прикладом зарубіжних країн асоційованими членами кооперації можуть бути члени сімей-пайовиків.

- посилення соціальної функції споживчої кооперації, соціальна орієнтація її господарської діяльності, дотримування балансу соціальних та економічних функцій, відродження соціальної місії кооперації у тісному партнерстві з державою. Важливо також посилити мотивацію працівників і пайовиків до кооперативної діяльності.

- відновлення діяльності об'єктів соціального обслуговування, відкриття соціальних магазинів, соціально-орієнтованих об'єктів громадського харчування, послуг, соціальних аптек та інших соціальних об'єктів на паритетних засадах з органами державної влади та управління;

- збереження системи освіти в споживчій кооперації відповідно до базового кооперативного принципу "Просвітительство", інтеграція всіх ступенів освіти, віднесення об'єктів цієї сфери до стратегічних.

Активізація розвитку підприємництва і агробізнесу значно покращить бізнес середовище, і в той же час посилить конкуренцію. Основними структурами агробізнесу виступатиме агрохолдінги (їх кількість нараховує більше 50 потужних формувань з банком землі приблизно 15 млн.га). Зауважимо, що агрохолдінги на відміну від кооперації орієнтовані, головним чином, на експлуатацію ресурсів і індиферентні до соціально-економічного становища села. Під впливом підприємницького фактору та агробізнесу формуватиметься такі пріоритети розвитку споживчої кооперації:

- нарощування підприємницького потенціалу споживчої кооперації за рахунок ринкових методів і механізмів господарювання, створення інтегрованих бізнес-структур, диверсифікації видів економічної діяльності, впровадження нових видів кооперативної діяльності на інноваційних засадах;

- активізація участі споживчої кооперації у створенні локальних ринків агропродовольчих ресурсів, формування в аграрній сфері збутових, маркетингових кооперативів, контрактних компаній, організація в масових масштабах закупівлі і локальної первинної переробки аграрної продукції особистих господарств населення.

Таким чином, нарощування і якісне оновлення сукупного потенціалу споживчої кооперації є об'єктивною необхідністю, що зумовлено активним впливом стратегічних сил. Зміцнення такого потенціалу набуває характер особливої проблеми у розвитку національного кооперативного руху.

Шимановська-Діанич Л. М.
д.е.н., професор, завідувач кафедри менеджменту
ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ГЕНЕЗИС СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ У КОНТЕКСТІ “ТЕОРІЇ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ОРГАНІЗАЦІЇ” ТА ОСНОВНІ НАПРЯМИ ЇЇ РОЗВИТКУ НА ЕТАПІ ВІДНОВЛЕННЯ

Споживча кооперація – соціально-економічна система, яка одночасно має характер громадсько-масової і господарської організації і являє собою сукупність споживчих кооперативів та їх спілок які, у свою чергу, як організаційно-правова форма, більшою мірою підпадають під критеріальні ознаки комерційного сектора економіки. Разом з тим, їх цільові функції і механізми управління ними, реалізуючись у системі некомерційних інтересів та ґрунтуючись на принципах демократичного управління, дають підстави вважати їх, певною мірою, некомерційною структурою. Таким чином, теорія та практика кооперативного господарювання, виокремлюючи ознаки споживчої кооперації, ідентифікують її, з одного боку, як унікальну соціально-економічну систему, з іншого, як організацію, що дозволило нам, при розробці напрямів щодо її відродження та подальшого розвитку, скористатися основними постулатами теорії життєвого циклу організації і, виділивши вісім основних етапів її розвитку і провести дослідження розвитку споживчої кооперації України у контексті концепції “життєвого циклу організації” та визначити, що етап відновлення розпочався з 1991 р. і продовжується до цього часу.

Вважаємо, що головною умовою подальшого розвитку споживчої кооперації має бути забезпечення інтересів основних залучених груп: споживачів товарів і послуг – основи її економічного розвитку; працівників – її рушійної сили; пайовиків – її соціальної основи, а місія споживчої кооперації України може бути сформульована таким чином: участь у розвитку соціальної інфраструктури, в першу чергу на селі, забезпечення стабільного розвитку споживчого ринку країни за рахунок задоволення потреб і соціального захисту, підвищення зайнятості населення, яке залучається в діяльність і обслуговується споживчою кооперацією, укріплення безпеки України у сфері продовольчого забезпечення. Інтереси споживачів товарів і послуг споживчої кооперації – це одержання доступних і якісних товарів і послуг. Інтереси працівників споживчої кооперації – забезпечення достойного рівня життя, умов праці, соціального і пенсійного забезпечення, винагородження за працю відповідно до вкладених ними власних сил і коштів. Інтереси пайовиків – доступ до товарів і послуг споживчої кооперації на пільгових умовах, доцільність вкладення коштів у розвиток споживчої кооперації.

Це дозволило виділити десять основних напрямів розвитку споживчої кооперації України на сучасному етапі, який ми називаємо етапом відновлення (рис. 1).



Рис. 1. Основні напрями розвитку споживчої кооперації України на етапі відновлення

ПЛЕНАРНЕ ЗАСІДАННЯ З “СВІТ НА ЕТАПІ НОВОЇ ТЕХНІЧНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ ТА ЗМІНИ ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ. ЧИ Є У КООПЕРАЦІЇ АДЕКВАТНА ВІДПОВІДЬ?”

Гороховський І. Л.

к.політ.н., Голова Правління Укркоопспілки

СВІТ НА ЕТАПІ НОВОЇ ТЕХНІЧНОЇ РЕВОЛЮЦІЇ ТА ЗМІН ЕКОНОМІЧНОЇ МОДЕЛІ РОЗВИТКУ

Найближче десятиліття безпосередньо пов'язане з розвитком четвертої промислової революції.

Що ж очікує нас в найближчі 10 років? Скоріш за все, це можна визначити терміном “exponential technologies”, тобто технології швидкості розвитку яких постійно та стрімко зростає.

Цій тенденції слідуватимуть найрізноманітніші області людської діяльності, такі як, наприклад, штучний інтелект, охорона здоров'я, електро- і самокеровані автомобілі, освіта, сільське господарство, зайнятість населення.

І в першу чергу, звичайно технологія об'ємного друку 3D – по справжньому проривна технологія. Протягом десяти років ціна найбільш недорогого тривимірного принтера знизилася з 18 тисяч доларів до 400-от. У той же час тривимірний друк став в 100 разів швидшим. Всі основні взуттєві фірми почали тривимірний друк взуття. Запасні частини до літаків вже друкуються на цих принтерах у віддалених аеропортах.

Міжнародна космічна станція вже використовує тривимірний принтер, що усуває необхідність в доставці з Землі на орбіту чисельних запчастин.

До кінця цього року нові смартфони отримають можливість тривимірного сканування. Можна буде просканувати свої ноги і “віддрукувати” зручне взуття у себе вдома. В Китаї за допомогою тривимірного принтера вже побудували повноцінний 6-поверховий будинок. До 2027 року 10% усіх вироблених товарів будуть створюватися за допомогою тривимірних принтерів.

В найближчі 5-10 років програмне забезпечення комп'ютерів (софтвер) докорінно змінить традиційні галузі промисловості.

Наприклад, фірма Uber є всього лише програмним засобом, фірма не володіє автомобілями, але вона тепер найбільша таксі-компанія в світі, яка функціонує в понад 70-ти країнах світу. З початку року компанія надала послуг на 5,5 млрд. доларів США, у тому числі оборот коштів з початку року зріс на 2 млрд. доларів США.

Фірма AirBnB стала по суті найбільшою готельною мережею світу, хоча і не володіє конкретними будівлями та приміщеннями.

“Розуміння” нашого світу комп'ютерами зростає саме за експоненціальним законом.

IBM Watson вже допомагає медсестрам діагностувати рак в 4 рази точніше, ніж це роблять люди.

У США, молодим правознавцям стало дуже важко знайти роботу. Протягом декількох секунд, ви можете отримати юридичну консультацію IBM Watson з маси питань, причому з 90%-ю точністю в порівнянні з 70%-ю точністю, зробленої юристом людиною.

Отже, якщо ваші діти зараз вивчають право, подумайте, чи не варто їм обрати щось більш перспективне. В недалекому майбутньому потреба в спеціалістах даного фаху зменшиться в рази, залишаться тільки вузькі судові фахівці.

Facebook – софтвер вже може розпізнавати обличчя краще, ніж людина. Можна впевнено припустити, що до 2030 року, “інтелект” комп’ютерів перевершить людський. Комп’ютер вже виграв гру “Го” у найкращого гравця світу, а ця гра набагато складніша за шахи. І це сталося на 10 років раніше, ніж припускали вчені.

Використання сонячної енергії, протягом останніх 30-ти років, також зросло за експоненційною кривою, але ефект ми бачимо тільки зараз.

У минулому році у всьому світі було побудовано більше сонячних електростанцій, ніж на горючих матеріалах. Все йде до того, що вартість сонячної енергії впаде настільки, що є реальна загроза того, що до 2025 року більшість вугільних компаній будуть змушені просто припинити існування.

Епоха вуглеводних енергоносіїв добігає кінця. Їм на зміну приходять значно дешевші та екологічні відновлювані джерела енергії – сонячна, вітрова, геотермальна, гідравлічна, енергія морських течій, приливів та хвиль, температурного градієнта, тепла Землі, біомаси тваринного, рослинного і побутового походження.

Опріснення зараз вимагає дві кіловат-години на кубічний метр. Вода є майже всюди, але не вистачає питної води. Уявіть, що стане можливим, коли можна буде мати будь-яку кількість чистої води майже безкоштовно.

Аeropоніка – процес вирощування рослин без використання ґрунту, при якому поживні речовини до їх коріння доставляються у вигляді аерозолі, взагалі вимагає мінімальну кількість води.

У сільському господарстві незабаром очікується поява робота вартістю у 100 доларів, отже фермери країн третього світу матимуть можливість стати просто керівниками своїх угідь і не виконуватимуть підсобну важку роботу в полі.

Невдовзі з’явиться телятина, вирощена зі стовбурових клітин корови. За декілька років вона буде дешевшою за натуральну. В даний час, 30 відсотків сільськогосподарських угідь використовується для тваринництва. Уявіть ситуацію, коли ці площі звільняться. Вже існує кілька нових бізнесів, які незабаром представлять ринку протейн з комах. Цей протейн кращий за м’ясо. В нього вже є й назва – “альтернативне джерело білків” (оскільки більшість людей ще не сприймає і відкидає ідею їжі з комах). Але, як кажуть: “Голод не тітка...”

Компанія Google та Fiat Chrysler Automobiles (FCA) презентували мінівен з системою автоматичного керування. Перша партія машин (100 шт.) буде готова в січні 2017 року. На протязі року безпілотники тестуватимуться на дорогах загального користування у Сполучених Штатах Америки. Після чого самокеровані автомобілі стануть доступними широкому загалу. Біля 2025 року нинішня автомобільна промисловість почне зникати. Власний автомобіль вам більше просто не буде потрібен. Ви викличете машину по телефону, вона прибуде до вас самостійно і відвезе вас за призначенням. Вам більше не

потрібно буде шукати місце для паркування, ви тільки заплатите за відстань, при цьому зможете працювати або відпочивати в дорозі.

В той час як традиційні автомобільні компанії намагаються вдосконалити автомобілі, технологічні фірми (Tesla, Apple, Google) застосовують революційні підходи і створюють комп'ютери на колесах.

Уявляєте яка доля чекає більшість автомобільних фірм? Провідні інженери Фольксвагена і Ауді – зізнаються що, не на жарт побоюються фірми Tesla.

Наступні покоління не будуть отримувати водійські права і не стануть купувати машин. До речі, це повністю змінить наші міста, оскільки для пересування знадобиться значно менше автомобілів.

Сьогодні в усьому світі 1 мільйон 200 тисяч людей, щорічно гине в автомобільних аваріях. Аварії трапляються кожні 100 тисяч кілометрів. З самокерованими автомобілями ця цифра впаде до однієї аварії на 10 мільйонів кілометрів. Це збереже біля мільйона життів на рік.

Не позаздриш майбутньому яке очікує страхові компанії. Без автомобільних аварій страхування буде коштувати в десятки разів дешевше. Отже автомобільне страхування практично зникне.

Відповідно серйозно зміниться бізнес нерухомостей. Оскільки можна працювати в машині по дорозі на роботу, люди будуть вибирати більш далекі, але кращі райони для життя. Тим паче, що значна кількість автомобілів до 2025 року буде електричними, тобто дешевшими в експлуатації.

Електронні гроші Біткоїн (Bitcoin) можуть набути широкого поширення вже в наступному році. Криптовалюта Інтернету працює як жива готівка, поєднуючи в собі функції е-комерції. У Біткоїна немає кордонів. Непотрібно платити комісії та мита банкам. В системі унеможливлено виникнення інфляції, завдяки чому, криптовалюта вже сьогодні є дорожчою золота. Мережа Біткоїн зростає просто вражаючими темпами.

На початку 2017 року будуть оголошені переможці конкурсу на створення Tricorder X. Фармацевтичні фірми створять пристрій Tricorder, поєднаний з телефоном. Він буде сканувати сітчасту оболонку вашого ока, аналізувати склад крові і те, що ви видихаєте. В результаті сформуються 54 біологічних показники, що визначать практично будь-яке захворювання. Пристрій буде дешевим, що дозволить через кілька років будь-кому на цій планеті мати доступ до медицини світового класу, майже за дарма.

В даний час, середня тривалість життя в розвинутих країнах, зростає щороку на три місяці. Чотири роки тому середня тривалість життя була 79 років, зараз вона 80. Тенденція є сталою і до 2036 року щороку середня тривалість життя буде зростати більш ніж на один рік. Нинішнє покоління, можливо, буде жити 100 і більше років.

В наступні 20 років 70-80% нинішніх робочих місць зникне. З'явиться багато нових професій, але не зрозуміло чи достатньо буде підготовлено спеціалістів за цей період. Хоча, за даними "Академії Хана" (навчальна організація, створена в 2006 році фахівцем з освіти Салманом Ханом, з метою забезпечення всіх людей безкоштовною освітою), найдешевший смартфон вже коштує 10 доларів в Африці і Азії. До 2020 року 70% людей буде мати смартфон. Це означає, що кожен отримає доступ до кращої в світі освіти. Кожна дитина зможе використовувати Академію Хана для вивчення всього того, що вивчають у школах

першого світу. Уявіть собі університет без навчальних корпусів та гуртожитків, що працює за принципом дистанційної освіти.

Автори цього напрямку стверджують, що їх софтвер вже використовують в Індонезії і невдовзі будуть випущені версії на арабській мові, суахілі та китайською, оскільки вони бачать в цьому величезний потенціал. Вивчення англійської мови буде безкоштовним, щоб африканські діти, за півроку, мали можливість оволодіти “біглим” англійським.

Вчені Гарвардської школи інженерних та прикладних наук (SEAS) сконструювали унікальний радіоприймач. Нанорадіо було створено у штучному алмазі. Принцип роботи цього радіоприймача полягає у використанні взаємодії дефекту алмазу з радіохвилями. Сучасні вчені розглядають цей винахід в якості базового елементу для створення квантових гаджетів.

Вже існує софтвер “Настрій”, який може визначити в якому ви настрої. До 2020 року будуть створені програми, що визначають вираз обличчя коли ви брешете. Уявіть собі політичні дебати, коли така програма покаже чи говорять вам правду.

І нарешті торгівля. Гігант електронної комерції онлайн – рітейлер з Китаю компанія Alibaba, встановила новий світовий рекорд.

За добу обсяг її операцій з продажу склав біля 18 мільярдів доларів. При чому за перші 40 секунд було продано товарів на 100 мільйонів, а за перші 5 хвилин вже на один мільярд доларів. В цьому гіпер розпродажу приймали участь 6 млн. товарів, 30-ти тисяч брендів від 40-а тисяч виробників. Особливої уваги заслуговує той факт, що за повідомленням компанії, 82% покупок було зроблено через мобільні телефони.

Тож, якщо ваша нова комерційна ідея не пов’язана з телефоном – краще забути про неї. Якщо ви роздумуєте щодо виробництва нового товару або послуги - запитайте себе, чи знадобляться вони в майбутньому. Практично будь-яка ідея, що була успішною в 20 столітті, буде приречена на провал у 21-му.

А тепер, для відчайдушних скептиків та ретроградів.

У 1998 році в фірмі Kodak було 170 000 співробітників і фірма продавала 85% всього фотопаперу в світі. Протягом лише декількох років, їх бізнес-модель зникла, і вони збанкрутували. Чи думали ви в 1998 році, що через 3 роки ви не захочете друкувати фотографії на папері?

Те що трапилося з Kodak, буде відбуватися в багатьох галузях промисловості в найближчі 10-15 років. Але більшість людей не бачить, або не хоче бачити такого повороту подій.

У 1993 році в Україні кількість абонентів мобільного зв’язку не добігала й 3-х тисяч, на даний час їх рахується більше 57-и мільйонів. Ще вчора ми з вами дивувалися тому, як швидко наші літні батьки, бабусі та дідусі опанували стільниковий зв’язок. А сьогодні з подивом спостерігаємо, як вони вільно спілкуються у Skype, та “зависають” у Facebook.

Вік мобільних телефонів виявився надто коротким, їх місце швидко та впевнено займають смартфони. Але навіть літнім людям, начебто а рїгогі – консервативним, це до вподоби.

Експоненціальне Століття це вже реальність нашого буття. Науково-технологічна революція вже шириться по планеті. Вона змінює нас і світ навколо нас. Технологічний прогрес суттєво модифікує й соціальні відносини.

Видатні вчені – соціальні філософи та економісти світового рівня, з впевненістю говорять про те, що сучасна економічна модель застаріла. Четверта промислова революція з її відновлювальною енергетикою, децентралізацією виробництва та енергетичним Інтернетом, не просто створить нові можливості. Вона унеможливить функціонування традиційних механізмів капіталістичного суспільства, а відповідно і його базової ідеології.

Отже, виникне необхідність формування нової ідеологічної платформи для нових суспільних та економічних відносин.

І саме в той час, коли 62-і найбільш багаті люди у світі, володіють такою ж кількістю матеріальних благ, що й 3,5 мільярди людей або половина населення планети. Майже мільярд з яких фактично не живуть у звичному для нас розумінні цього слова, а просто борються за біологічне виживання.

А 90% з двох сотень найбільших міжнародних корпорацій зареєстровані в офшорах і їх власники та CEO платять, у відсоткову співвідношенні до доходу, менше податків ніж їх секретарки.

Трансформована еволюційним шляхом кооперативна ідея, може набути нового життя, сили та актуальності. І це – шанс. Шанс не тільки і не стільки для кооперації, скільки для всього людства.

Шанс нарешті знайти, омріяний на протязі тисячоліть багатьма поколіннями людей, соціально – економічний устрій, побудований на принципах справжньої демократії, солідарності, відповідальності, рівності та соціальної справедливості.

Bongiovanni Massimo
President of Euro Coop

CONSUMER COOPERATION IN THE RAPIDLY CHANGING WORLD

Dear friends of the Ukrainian cooperative movement, dear guests and authorities,

In my role as Euro Coop President, it is a great pleasure and an honour to be here today to give this opening remark on behalf of Euro Coop and our friendship.

Let me now say few things.

Any Community, be it economic or social or both as in the case of consumer cooperation, needs to be rooted in values, history and traditions.

We should never look back only at the past or be too isolationist and conservative. However, at the same time we all need our "memory" as it is part of our culture.

This applies very much to cooperation in order to create value, and not only profits, for the generations that follow.

When our and your predecessors have created cooperatives, have struggled against adversity, fatigue and work; every day they built a piece of their present and created better conditions for their future. We have the same duty.

Your celebration of 150 years of history of the Ukrainian consumer cooperation it's very much important and meaningful. I come from a country, Italy, where the first cooperative was founded in 1854; moreover, in June, the Dutch friends celebrated 130 years of history and the

next year we will celebrate the 60th anniversary of Euro Coop. It's common feature that unites the traditions of the majority of the European consumer cooperation.

As I said, the past is very much linked to the future.

You did well, yesterday, by linking your history to the future challenges and visions.

Despite our diverse economic and social background, we all share the same commitment.

Our task is not easy to accomplish as we have to be efficient economic and business organisations while providing our services in the respect of democratic participation and management for our members and the communities in which they live.

We ask our national and international institutions to support us. But, in exchange, we need guarantee social responsibility, ethics and activities to improve our workers' conditions and our consumers' experience. This will improve the society in which we operate.

History is important, however, we can't only look at the past.

Before us there are important challenges. Innovation technology, changes in our life style and consumption patterns, the increasing need of food safety and environmental protection: all these issues are on the spotlight.

The consumer cooperative movement can't lose this battle. We have already paid the price for being conservative and reluctant to changes and in some cases this led to the absence of such cooperatives on the market.

Euro Coop does not have a business focus as we are an organization and I would like to thank your President for his support. We are committing to increasing our common expertise and give voice to European cooperators before the international institutions by lobbying for better and sustainable legal frameworks.

My dear Ukrainian friends thank you for your contribution.

Thank you for inviting us to be part of such a valuable initiative.

Лебедева С. Н.

д.э.н., профессор, ректор

УО "Белорусский торгово-
экономический университет
потребительской кооперации"

Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СЕТЕВОГО УНИВЕРСИТЕТА "КООПЕРАЦИЯ" КАК СИСТЕМЫ МЕЖВУЗОВСКОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В КОНТЕКСТЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ

На современном этапе развития мировой экономики очевидным является дальнейшее расширение и углубление процесса интернационализации во всех основных сферах деятельности. Можно отметить активное включение системы высшего образования в данный процесс.

Под интернационализацией в сфере высшего образования на национальном, секторальном и институциональном уровнях принято понимать процесс, при котором

цели, функции и организация предоставления образовательных услуг приобретают международное измерение [4]. Интернационализация обусловливается рядом причин, среди которых можно выделить следующие:

1. Наблюдается значительное повышение требований к уровню профессиональной подготовки специалистов. Так, по мере роста взаимозависимости экономических систем стран мира увеличивается значение международных компетенций как социально-личностных, так и профессиональных, связанных с жизнью в многоязычном и многокультурном современном обществе. К ним относятся иноязычные коммуникативные компетенции, сформированные навыки межкультурного общения с международными партнерами и т.д.

2. Демографические тенденции оказывают влияние на повышение актуальности процесса интернационализации для системы высшего образования. В связи со снижением общего количества выпускников школ интернационализация дает возможность компенсировать снижение контингента обучающихся в университетах за счет экспорта образовательных услуг. И напротив, многие страны, где наблюдается быстрый рост населения, такие как, например, Китай, Индия, могут испытывать определенные затруднения в удовлетворении спроса на образовательные услуги. В этом случае обучение за рубежом для них может выступать эффективной альтернативой обучению в своей стране.

3. Интенсивное развитие современных технологий, методов и инноваций в области высшего образования также оказывает существенное влияние на интернационализацию в данной сфере. К ним можно отнести, например, дистанционное обучение, образовательный франчайзинг (оказание образовательных услуг с использованием учебных программ другого учреждения высшего образования и выдача дипломов от его имени) и другие.

Интернационализация охватывает полный спектр образовательной деятельности: от интернационализации содержания программ обучения и предоставления образовательных услуг иностранным гражданам до международной академической мобильности студентов и преподавателей.

Процесс интернационализации оказывает значительное влияние на деятельность кооперативных учреждений высшего образования. Международное сотрудничество кооперативных университетов на постсоветском пространстве можно определить как особую “системную интернационализацию”, т.е. сотрудничество по формированию образовательного пространства учреждений системы потребительской кооперации, в первую очередь стран СНГ.

Стоит отметить тесное сотрудничество кооперативных учреждений стран СНГ в рамках работы Международной общественной организации “Совет руководителей кооперативных учебных заведений”, в которую входят кооперативные учреждения высшего образования Беларуси, России, Казахстана, Таджикистана, Украины, Молдовы, Азербайджана по различным направлениям:

- международный обмен студентами;
- обучение магистрантов;
- подготовка кадров высшей научной квалификации;
- совместное издание учебников и учебных пособий, монографий;
- взаимная публикация статей в научных журналах и сборниках статей, а также взаимное участие в конференциях, форумах;

- сотрудничество в области выполнения научных исследований;
- совместное участие в международных проектах и образовательных программах;
- совместное участие в реализации международных студенческих проектов;
- сотрудничество в области культуры и др.

Кооперативные учреждения высшего образования государств-участников СНГ в настоящее время находятся на новом этапе сотрудничества в рамках системной интернационализации. Университетами поддержана идея создания Сетевого университета “Кооперация” и сформирован Консорциум, целью которого является реализация данного проекта и достижение общих целей и задач в сфере высшего профессионального образования (Рис. 1.).



Рис. 1. Участники проекта Сетевого университета “Кооперация”

Идея создания сетевого университета не новая. В странах Западной Европы, Северной и Южной Америки получили большее распространение не сетевые университеты, а университетские сети. Как правило, это несколько крупных и известных университетов, объединенных высокими стандартами академической репутации и достижениями в сфере тех или иных прикладных или фундаментальных исследований. Университетские сети координируют обмены между студентами, но большинство их усилий сосредоточено на развитии научных исследований. На постсоветском пространстве реализуются два крупных проекта сетевых университетов – Сетевой

университет ШОС и Сетевой университет СНГ, на стадии подготовки и согласования основных форм будущего функционирования находятся Сетевой университет БРИКС и Сетевой университет ЕвразЭС.

Вместе с тем, для кооперативного образовательного сообщества это уникальное событие и его целью явилось формирование единого образовательного пространства *кооперативных* вузов стран-участников СНГ.

Сетевое взаимодействие способно усилить стратегические преимущества кооперативных образовательных организаций, это один из мощных ресурсов инновационного развития. Отметим, сетевой университет – не столько высшее учебное заведение, сколько форма организации образовательной программы, которая предусматривает особые пути и стратегии ее развития и продвижения, множественность и разнообразие вузов-участников [1, с. 114-115].

Формирование Сетевого университета “Кооперация” как системы межвузовского сотрудничества направлено на достижение следующих целей:

- создание механизмов для развития академической мобильности студентов и преподавателей;
- создание единого (общего) образовательного пространства кооперативных вузов государств-участников СНГ путем реализации совместных образовательных программ, организации “включенного обучения”, новых форм межвузовского сотрудничества;
- содействие межкультурному диалогу в студенческой среде, сохранению, развитию и взаимообогащению культуры, языков, исторических и национальных традиций народов.

Участие кооперативных вузов в проекте Сетевого университета (СУ) “Кооперация” открывает следующие перспективные возможности:

- улучшение международного имиджа кооперативного образования;
- преодоление кризисных тенденций в системе высшего образования (демографическая яма, проблемы финансирования и т.п.);
- улучшение подготовки квалифицированных специалистов с эффективными навыками межкультурного общения, способных обеспечить опережающее развитие национальной кооперативной системы;
- расширение возможности для академической (межвузовской) мобильности обучающихся, профессорско-преподавательского состава и сотрудников;
- ускорение внедрения инноваций и разделение риска между вузами-партнерами (получение дополнительных возможностей доступа к новым образовательным технологиям, электронным ресурсам, рынкам);
- накопление персонального опыта сетевого взаимодействия, интенсивный социальный, культурный и информационный обмен, развитие новых форм партнерства (синергетический эффект единой международной команды);
- привлечение дополнительных инвестиций (например, за счет создания эндаумент-фонда, развития системы фандрайзинга).

Предполагается реализовать ряд задач по развитию Сетевого университета “Кооперация”:

1. Внедрение дистанционных технологий образования:

- организация дистанционного обучения студентов вузов-членов СУ “Кооперация” (на базе вузов-партнеров);
 - использование дистанционной формы образовательной деятельности при реализации дополнительных профессиональных программ;
 - проведение семинаров по обмену опытом внедрения дистанционных технологий образования.
2. Внедрение программ кооперативного образования:
- разработка единого учебного плана по направлению подготовки “экономика” с включением кооперативных дисциплин;
 - подготовка совместных учебно-методических пособий по кооперативным дисциплинам;
 - разработка и реализация актуальных программ дополнительного профессионального образования (для повышения квалификации руководителей и специалистов организаций потребительской кооперации);
 - обмен опытом преподавания кооперативных дисциплин и др.
3. Обмен студентами и преподавателями:
- осуществление студенческого обмена в течение семестра по родственным специальностям в вузах-членах СУ (по согласованию, в рамках договоров о сотрудничестве);
 - онлайн-лекции преподавателей вузов-членов СУ;
 - организация стажировок для преподавателей;
 - проведение совместных онлайн-курсов, курсов повышения квалификации для преподавателей.
4. Развитие сотрудничества в рамках международных образовательных программ (Erasmus+ и др.):
- привлечение учёных вузов-членов СУ к участию в международных программах, которые реализуются с участием вузов-партнёров;
 - разработка совместных образовательных программ, программ двойных дипломов.
5. Создание веб-сайта и распространение информации о деятельности Сетевого университета “Кооперация”.
6. Проведение международных научных мероприятий, создание научно-исследовательских площадок:
- организация и проведение совместных научных и научно-методических конференций, форумов, конкурсов, круглых столов (в т.ч. онлайн);
 - выполнение совместных научных исследований (НИР на тему “Потребительская кооперация стран постсоветского пространства: состояние, проблемы, перспективы развития”, “Кооперативная статистика в странах СНГ: формирование, проблемы, перспективы” и др.);
 - обмен тематикой научных исследований кооперативной направленности; разработка тематики приоритетных совместных исследований в области международного кооперативного движения;

– взаимное информирование вузов-членов СУ о проводимых мероприятиях с целью расширения научного обмена.

7. Организация научных публикаций в зарубежных научных изданиях:

– формирование рабочей группы для подготовки научного издания по проблемам и перспективам развития кооперативного движения на постсоветском пространстве в годы независимости и др.

Стоит отметить, что, являясь участником проекта Сетевой университет “Кооперация”, Белорусский торгово-экономический университет потребительской кооперации тем самым реализует Государственную программу Беларуси “Образование и молодежная политика” на 2016-2020 годы, где одним из основных перспективных направлений развития системы высшего образования Беларуси назван переход к сетевой системе организации учреждений высшего образования.

Таким образом, отметим, что Сетевой университет “Кооперация” представляет собой перспективный проект интеграции кооперативных учреждений высшего образования, который направлен на объединение потенциалов университетов-участников и может служить важным фактором сближения и интеграции систем высшего образования, повышения их конкурентоспособности на международном рынке образовательных услуг.

Список использованных источников

1. Беленов, О.Н. Сетевые университеты как форма развития высшей школы: формы, особенности организации и перспективы / О.Н. Беленов, М.В. Кирчанов // Вестник ВГУ. Серия: Проблемы высшего образования. – 2016. – № 1. – С.114-118

2. Государственная программа «Образование и молодежная политика» на 2016-2020 годы: утв. постанов. Совета Мин. Респ. Беларусь от 28.03.2016 № 250 (в ред. постанов. Совета Мин. Респ. Беларусь от 04.11.2016 № 905) // Консультант Плюс: Беларусь: Технология ПРОФ [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. — Минск, 2016.

3. Лебедева, С.Н. «Цифровое поколение» студентов: особенности подготовки и формирование конкурентных преимуществ учреждений образования потребительской кооперации Беларуси / С.Н. Лебедева // Актуальные проблемы развития экономики и образования: сб. матер. IV междуна. науч.-практ. конф., г. Душанбе, 2-3 июня 2016 г. / под общ. ред. М.М. Шарипова, Р.К. Раджабова – Душанбе: «Ирфон», 2016. – С.17-21.

4. Шумейко, А.А. Интернационализация и регионализация высшего образования как важный фактор развития конкурентоспособности университета / А.А. Шумейко // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 6. URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=23862> (дата обращения: 16.11.2016).

5. Lebedeva, S.N. Internationalization of cooperative education: traditions and modern experience / S.N. Lebedeva // Открытое дистанционное образование как форма проявления глобализации: опыт, проблемы и перспективы развития: сб. науч. трудов по итогам междуна. науч.-методич. конф., г. Караганда, 16 сент. 2016 г. – Караганда, 2016. – С.139-143.

Шевчук В. О.

д.е.н., професор, завідувач кафедри

міжнародних економічних відносин

Львівський торговельно-економічний університет

КООПЕРАТИВИ ЯК ЧИННИК СТІЙКОГО ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ

Вплив кооперативів на стійке економічне зростання можна простежити за трьома напрямками: 1) вирівнювання динаміки регіонального економічного розвитку, 2) розвиток соціального капіталу, 3) заохочення “зелених” технологій. На перший погляд, зазначені напрями не позбавлені антагонізму, передусім в добі глобалізації, але ближчий розгляд показує, що це не зовсім так. Хоча нівелювання регіональних відмінностей так чи інакше передбачає прискорення економічної динаміки “відсталих” територій, це не обов’язково передбачає використання ресурсоемних та екологічно шкідливих технологій. З іншого боку, “зелені” технології, що справді передбачають відчутні початкові капіталовкладення, містять значний потенціал довгострокового економічного зростання. Запровадженню “зелених” технологій повинна сприяти акумуляція соціального капіталу як одного з чинників ендегенного зростання, а це має безпосередній стосунок до кооперативної діяльності. Як зауважив Р. Вільямс [7, с. 40], у переважній більшості з понад тисячі досліджень порівняльної ефективності кооперативної і конкурентної поведінки в різноманітних сферах (бізнес, освіта, спорт, наука, вирішення проблем, психологічні поради), що проводилися за останнє століття, кооперативний спосіб взаємодії виявився набагато кращим (більшість досліджень припадає на період 1970-1990-х років).

Д. Шнайдер і П. Зюсман [6, с. 1-11] за допомогою інструментарію порівняльних інституційних переваг (*англ.* grounded comparative institutional advantage) показали, що немає принципових відмінностей між стимулюванням регіонального розвитку за зразком іспанського кооперативу Mondragon та шведською моделлю регіональних “точок зростання”. Якщо в першому випадку головним стає створення робочих місць у промисловості за допомогою освіти, технологій та переваг кооперативної організації виробничого процесу, то в другому – створення добре оплачуваних робочих місць за допомогою освіти, програм підвищення кваліфікації робочої сили і технологічної дифузії. Спільним для обох підходів є визнання ваги освіти і технологій, але істотні відмінності стосуються чинника робочої сили. Шведська модель передбачає підвищення заробітної плати – без гарантій працевлаштування на довгострокову перспективу, тоді як модель кооперативного підприємства Mondragon зорієнтована на більші гарантії для працевлаштування. Як виявив К.-А. Ашейм [1], кооператив Mondragon гарантує стабільність місця праці, але коштом нестабільності доходу (наприклад, реакцією на кризові явища стає зниження заробітної плати), що кардинально відрізняється від підходу приватного підприємства, де реакцією на погіршення кон’юнктури стає звільнення найманих працівників. Можна погодитися, що така політика кооперативного підприємства має ознаки квазі-державної підтримки регіонального ринку праці, але без відповідного навантаження на державний і регіональний бюджети.

Діяльність кооперативу Mondragon добре відповідає логіці соціального капіталу, що повсюдно визнається не менш важливим компонентом ендегенного зростання, ніж капітал, освіта чи стан здоров'я працівників. Розвиток соціального капіталу за допомогою кооперативної діяльності пов'язаний зі зміцненням суспільних зв'язків (*англ. social cohesion*) в межах територіальної громади. Кооперативи мають потенціал “оздоровлення” суспільного середовища і нейтралізації своєрідного “дефіциту легітимності”, який в західній традиції пов'язується з різноманітними анти-глобалістськими рухами, а в Україні може бути наслідком підвищеної антагоністичності політичних партій. Як стверджує Р. Доброхоцькі [2, с. 139-159], запорукою реалізації позитивного впливу кооперативних організацій є використання їхнього демократичного потенціалу, що може істотно пом'якшити негативні наслідки глобалізації. У найбільш оптимістичному варіанті можна твердити, що кооперативи створюють дієву альтернативу для глобального капіталізму і транснаціональних корпорацій.

Сприятливі соціальні аспекти кооперативної діяльності мають полегшити запровадження “зелених” технологій, які Міжнародним кооперативним Альянсом упродовж тривалого часу розглядаються одним з елементів “справедливої глобалізації” [3]. Якщо на прикладі кооперативного підприємства Mondragon можна побачити переваги досить великої виробничої структури, що має не лише регіональний, але й міжнародний вимір, то менші кооперативи у різноманітних галузях діяльності – від екологічного сільського господарства до використання енергоощадних технологій – здатні стимулювати такі форми діяльності, що поєднують економічну ефективність з повагою до культурної ідентичності та автономними засадами функціонування. Академічною мовою, такі риси повинні підвищити вагу чинника задоволення від життя в цільовій функції домашнього господарства, що розглядається однією з ключових відмінностей стійкого економічного зростання від традиційного економічного зростання на основі прискорення динаміки ВВП. Як зауважив А. Освальд [4, с. 1815-1831], високий темп зростання ВВП є бажаним лише тоді, якщо люди стають щасливішими.

Окремі дослідники навіть позиціонують кооперативне управління як безальтернативний шлях досягнення моделі стійкого зростання. На думку Л. Філана, Д. МакДжї і Р. Гордона [5], теорія комплексних адаптивних систем дозволяє побачити значний потенціал кооперативних організацій щодо відходу від пануючої неоліберальної моделі економічного зростання у бік глобальної економіки, що підтримує, а не загрожує, як це на сьогодні, існуванню природних комплексів. Для цього кооперативи повинні: а) збільшити масштаб власної діяльності, б) визначити своєрідні екологічні “пороги” для кожного виду діяльності, в) опрацювати план дій на випадок виникнення системних кризових явищ. Одним з вдалих прикладів автори називають керамічну фабрику Zanop в Аргентині, яку після дефолту 2001 р. планували закрити її власники, але перехід підприємства під контроль працюючих дозволив відвернути такий сумний перебіг подій. Вже через декілька років Zanop відновив прибутковість, а це дозволило фінансувати локальні культурні центри, лікарні та низку культурних, рекреаційних і артистичних програм.

Висновки для сучасної української ситуації доволі прозорі. По-перше, необхідно розвивати модель диверсифікованої кооперативної організації, що поєднує виробничу,

торговельну та інші види діяльності. Іспанський коопертив Mondragon може бути хорошим вихідним пунктом для опрацювання моделі такої структури для специфічних українських умов. По-друге, реалізація ефективної кооперативної моделі, яка здатна протистояти викликам глобалізації, неможлива без врахування соціальних аспектів та створення сприятливого суспільно-політичного оточення, яке полегшує реалізацію кооперативних цілей та полегшує адаптацію до викликів глобалізованого конкурентного середовища. По-третє, необхідні зміни в законодавстві, що дозволяють працюючим перебирати контроль над збанкрутілими промисловими, торговельними та іншими підприємствами. Таке зроблено в Аргентині (2002 р.), а також раніше в Італії, що стало невід'ємною частиною правового регулювання кооперативної діяльності.

Список використаних джерел

1. Åsheim K.-A. *Worker Cooperatives and the Financial Crisis: A case study of Mondragon Corporation*. Oslo: – University of Oslo, 2011. – 58 p.
2. Dobrohoccki R. *Cooperatives as Social Policy Means for Creating Social Cohesion in Communities* // *Journal of Rural Cooperation*. – Vol. 34. – No. 2. – 2006. – P. 139-159.
3. ICA (International Co-operative Alliance). *Co-operatives for fair globalisation: creating opportunities for all*”. Press release, 82nd 2007. – Brussels: The International Co-operative Alliance, 2007.
4. Oswald A. J. *Happiness and Economic Performance* // *Economic Journal*. – 1997. – Vol. 107. – Issue 445. – P. 1815-1831.
5. Phelan L., McGee J., Gordon R. *Cooperative governance: One pathway to a stable-state economy* // *Environmental Politics*. – 2012. – Vol. 21. – No. 3. – P. 412-431.
6. Schneider G., Susman P. *Uneven Development and Grounded Comparative Institutional Advantage: Lessons from Sweden and Mondragon* // *For Social Economy*. – 2010. – Vol. 39. – P. 1-11.
7. Williams R. *The Cooperative Movement: Globalization from Below*. – ASHGATE e-BOOK, 2007. – 230 p.

Флейчук М. І.

д.е.н., професор, професор кафедри
міжнародних економічних відносин

Львівський торговельно-економічний університет

ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Очевидно, що глобалізація, як і будь-яке масштабне явище надає нові можливості, але, одночасно створює істотні виклики для розвитку цивілізації. З точки зору позитивних тенденцій, глобалізація означає певну централізацію, можливість маневрування фінансовими, матеріальними, трудовими ресурсами, впровадження нових технічних досягнень і новітніх технологій. У процесі глобалізації відбувається збільшення обсягів діяльності, зростає рівень рентабельності і зменшуються витрати.

У той же час, існують й негативні аспекти наслідків глобалізації. Так, в процесі глобалізації світової економіки в основному вирішуються проблеми підприємця, а не споживача. Створюються масштабні банківські, промислові, оптові підприємства, транснаціональні і національні роздрібні мережі, відбувається процес згортання внутрішнього ринку. Це призводить до зростання рівня безробіття і, відповідно, до невиконання головної функції глобалізації – боротьби з бідністю.

Істотну роль у процесі глобалізації відіграє Міжнародний Кооперативний Альянс, до функціонування якого залучено понад 700 млн осіб [1], однією з головних цілей якого є захист кооперативних цінностей, які передбачають самовдосконалення, відповідальність, демократію, рівність, солідарність. Якщо йдеться про споживчу кооперацію, то її основна цінність полягає в соціальній спрямованості, що проявляється у турботі про кожного учасника кооперативного утворення (пайовика), про його добробут і здоров'я.

В даний час особливого значення набувають іноземні інвестиції в реальний сектор економіки, включно із системою споживчої кооперації. Процес оновлення основних фондів і технічне переозброєння діючих підприємств на основі впровадження новітніх досягнень науково-технічного прогресу, створення і технічне оснащення нових підприємств в різних галузях економіки, придатних до виготовлення конкурентої на світових ринках продукції, неможливі без залучення іноземних інвестицій.

Тому в даний час в Україні досить гостро стоїть проблема встановлення міжнародних зв'язків організацій споживчої кооперації. Це обумовлено тим, що вітчизняна споживча кооперація характеризується, певною мірою, кризовим економічним становищем. Крім того, кооперативний рух недостатньо розвивається у містах, особливо великих, що призвело до втрати колишніх позицій споживчої кооперації в міській торгівлі. Незважаючи на жорсткі умови конкуренції на ринку товарів і послуг, система споживчої кооперації може повернути втрачені позиції. Зокрема, члени споживчої кооперації можуть виступати в ролі конкурентів на сформованих останнім часом міських ринках з продажу продовольчих товарів, в тому числі сільськогосподарської продукції, що сприятиме поживленню роботи кооперативних магазинів, розташованих в містах, селищах, а також освоєнню нових ринків збуту товарів, у тому числі зарубіжних. Не слід забувати, що кооперативи мають суттєву перевагу у порівнянні з підприємствами інших організаційно-правових форм, що полягає в оптимальному поєднанні соціальної місії з господарською і фінансовою діяльністю. Багато кооперативів, що мають традиційні міжнародні зв'язки, створюють в даний час спільні підприємства за участю іноземного капіталу.

Доказом успішності реалізації кооперативної моделі в умовах глобалізації є двадцятка найбільших кооперативів світу, обсяг фінансових результатів яких вимірюється мільярдами доларів США (табл. 1). Для порівняння, чистий банківський дохід найпотужнішого у світі кооперативу – “Groupe Crédit Agricole” – на початку 2015 р. становив 90,2 млрд дол. США, який можна співвіднести з ВВП України у відповідному році (90,5 млрд дол. США).

При цьому, шість з двадцяти найпотужніших кооперативів світу відносяться до сфери гуртової та роздрібної торгівлі, що вказує не лише на можливість, але й необхідність реструктуризації вітчизняної системи споживчої кооперації. Для успішної реалізації кооперативної моделі в умовах глобалізації необхідною умовою є розвиток кооперативної освіти та запровадження в систему кооперації новітніх досягнень науки і техніки. Важливим

є також застосування принципів кооперативно-державно-приватного партнерства з метою забезпечення успішних результатів для національної економіки загалом.

Таблиця 1

**Фінансові результати діяльності 20 найпотужніших кооперативів світу,
млрд дол. США, початок 2015 р.**

№ з/п	Кооперативне утворення	Країна	Сектор	Фінансовий результат 2014 (млрд дол. США)	Індикатор*
1.	Groupe Crédit Agricole	Франція	Банківські та фінансові послуги	90.21	В
2.	BVR	Німеччина	Банківські та фінансові послуги	70.05	В
3.	Groupe BPCE	Франція	Банківські та фінансові послуги	68.96	В
4.	NH Nonghyup	Республіка Корея	Сільське господарство і продукти харчування	63.76	Т
5.	State Farm	США	Страховання	63.73	Р
6.	Kaiser Permanente	США	Страховання	62.66	Р
7.	ACDLEC - E.Leclerc	Франція	Гуртова та роздрібна торгівля	58.40	Т
8.	Groupe Crédit Mutuel	Франція	Банківські та фінансові послуги	56.54	В
9.	ReWe Group	Німеччина	Гуртова та роздрібна торгівля	56.42	Т
10.	Zenkyoren	Японія	Страховання	54.71	Р
11.	Zen-Noh	Японія	Сільське господарство і продукти харчування	47.69	Т
12.	Nippon Life	Японія	Гуртова та роздрібна торгівля	45.25	Р
13.	CHS Inc.	США	Сільське господарство і продукти харчування	42.66	Т
14.	Edeka Zentrale	Німеччина	Гуртова та роздрібна торгівля	37.33	Т
15.	Meiji Yasuda Life	Японія	Страховання	33.91	Р
16.	Nationwide	США	Страховання	32.32	Р
17.	Liberty Mutual	США	Страховання	31.87	Р
18.	Système U	Франція	Гуртова та роздрібна торгівля	31.18	Т
19.	Coop Swiss	Швейцарія	Гуртова та роздрібна торгівля	30.78	Т
20.	Rabobank	Нідерланди	Банківські та фінансові послуги	29.93	В

*Примітка: В – чистий банківський дохід; Р – преміум дохід; Т – оборот

За: [2]

Список використаних джерел

1. International cooperative alliance [Електронний ресурс]: Режим доступу: www.ica.coop.
2. World cooperative monitor [Електронний ресурс]: Режим доступу: <http://monitor.coop/>

Семів С. Р.
к.е.н., доцент, доцент кафедри
міжнародних економічних відносин
Львівський торговельно-економічний університет

МІЖНАРОДНИЙ КООПЕРАТИВНИЙ РУХ ЯК ФАКТОР СТАЛОГО РОЗВИТКУ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ

Сьогодні міжнародний кооперативний рух характеризується високим рівнем організації та єдності, активізацією діяльності впливових кооперативних інституцій. Об'єднуючи у межах Міжнародного кооперативного альянсу (МКА) понад 1 млрд. осіб з 292 кооперативних організацій у 95 країнах світу, він реально сприяє вирішенню глобальних проблем людства, зокрема, бідності та безробіття, посилення соціальної нерівності, значного розширення країн за рівнем їх економічного розвитку, загострення екологічних проблем тощо. Постійно зростає роль діяльності міжнародних кооперативних інституцій у глобальному масштабі та їх внесок у сталий розвиток економіки на національному та глобальному рівнях.

Про значну роль кооперативних підприємств у світі свідчить те, що 2012 рік визначений ООН Міжнародним роком кооперативів, а 22 червня на конференції ООН “Зі стійкого розвитку – 2012” в Ріо-де-Жанейро (Бразилія) було визнано важливість кооперативів у просуванні “зеленої” світової економіки. Зважаючи на успішний досвід ефективного функціонування кооперативів в умовах триваючої світової фінансової кризи, Генеральна Асамблея ООН планує проголосити наступні роки “Десятиліттям сталого розвитку кооперативів”.

Найбільшим і найвпливовішим міжнародним кооперативним об'єднанням у світі є МКА, який був заснований у 1895 р. Пріоритети сталого розвитку обґрунтовані Альянсом у програмі “Бачення 2020 р.” і націлені на те, щоби до 2020 р. кооперативи у світі стали:

- визнаними лідерами у сфері економічного, соціального та екологічного стійкого розвитку;
- моделлю, якій надаватимуть перевагу прості громадяни;
- найбільш швидко зростаючою формою ведення бізнесу.

Особливо активною підтримкою та пропагуванням кооперативних ідей як фактора сталого розвитку займаються європейські економічні інституції. Зокрема, вагомий внесок у підтримку реалізації заходів сталого розвитку, які впроваджують кооперативи, здійснюють Європейська комісія, європейський підрозділ МКА (ICA Europe), Координаційний комітет Асоціації європейських кооперативів (CCACE), проєкт “Європейські кооперативи” тощо). Серед впливових наднаціональних організацій особливий внесок у підтримку екологічних ініціатив кооперативів здійснюють спеціалізовані установи ООН (Міжнародна організація праці, Світова продовольча та аграрна організація, Програма розвитку (ПРООН), Організація з питань освіти, культури та науки (ЮНЕСКО), Організація з промислового розвитку (ЮНІДО), Фонд капітального розвитку).

Вагоме місце у європейському кооперативному русі займає споживча кооперація. Головним завданням європейських споживчих кооперативів, які об'єднанні у міжнародну

організацію Єврокооп (EuroCoop), є захист інтересів своїх пайовиків та споживачів, лобіювання та просування ідей споживчої кооперації на загальноєвропейському рівні. Звернемо увагу, що це об'єднання приділяє значну увагу екологічним аспектам сталого розвитку в Європі. Так, Єврокооп на загальноєвропейському рівні 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, регулювання виробництва та споживання генетично-модифікованих продуктів, розвитку органічного землеробства, обмеження використання хімікатів тощо), впровадження політики підвищення якості споживання харчових продуктів, політики захисту споживачів, політики розвитку кооперативних підприємств.

Таким чином, зарубіжний досвід переконливо свідчить, що суттєвим чинником успішної діяльності кооперативних систем в умовах глобалізації є використання існуючої єдності міжнародного кооперативного руху і його економічного та соціального потенціалу. Тому подальший розвиток кооперативного сектору у світі буде залежати від налагодженої системи ефективного співробітництва між міжнародними кооперативними інституціями, зокрема у сфері посилення сталого розвитку національних економічних систем.

СЕКЦІЙНІ ЗАСІДАННЯ

СЕКЦІЯ 1 “ІСТОРИЧНІ ТРАДИЦІЇ УКРАЇНСЬКОГО КООПЕРАТИВНОГО РУХУ”

Гелей С. Д.

д.і.н., професор, проректор з навчально-виховної роботи
Львівський торговельно-економічний університет

ІВАН ФРАНКО ПРО ЗАСАДИ УКРАЇНСЬКОЇ КООПЕРАЦІЇ

Іван Франко був великим письменником та громадсько-політичним діячем. Саме таким його знає увесь цивілізований світ. Проте одне з центральних місць у творчості письменника займають також проблеми економіки – проблеми розвитку українського господарства, українського суспільства. “Я переконаний, що економічний стан народу – се головна підстава цілого його життя, розвою, поступу, – писав І. Франко в листі до О. Рошкевич 20 вересня 1878 р. – Коли стан економічний плохий, то говорити про поступ, науку – пуста балаканина” [1].

У статті “Поза межами можливого”, вперше надрукованій 1990 року в “Літературно-науковому віснику”, письменник тісно пов’язує проблеми економіки зі справою політичної незалежності будь-якого народу : “Економічне питання таке важне, таке основне, що й при справі політичної самостійності всякого народу не то що поминути його не можна, але треба класти його як вихідну точку”. В іншому випадку народ чекає перспектива “економічного невільництва, занидіння, павперизації, культурного застою і упадку” [2].

Основою економічного достатку І. Франко вважав “власну працю, запопадливість, підприємливість і ошадність кожного поодинокого чоловіка”. Без цього “ніякий закон, ніяка державна постанова поля не зоре, не засіє і хліба не спече, щоб і не више, хати не збудує”. Кожна людина до всього мусить прикласти руки, а “де одному зтяжко, там треба лучитися в товариства, в спілки та компанії – чи то хліборобські, ремісничі, торговельні, банкові і т.д.” [3]. Слабка економіка, за словами ученого, породила бідність у селах і містечках, з якої важко вибратися. Про одну з причин цього І. Франко писав так: “Ми замало дбаємо, замало віримо в свої сили, замало вміємо лучитися докупі, замало маємо твердої волі, щоб витривати в добрій постанові і в тяжкій праці, ми замало точні і замало підприємливі” [3].

Відзначаючи позитивні сторони в економічних поглядах своїх попередників, письменник окреслив власний шлях суспільної еволюції, головна роль у якій відводилася кооперативній ідеї. На його думку, саме в добу упадку і жорстокого гніту зародився новий рух, який вивів галицьких українців “на нові стежки”.

Пропаганду ідеї громади, асоціації й кооперації в українському суспільстві Галичини І. Франко розпочав в кінці 70-х – на початку 80-х рр. XIX ст. В асоціації і кооперації він вбачав могутній засіб культурного, політичного й економічного піднесення українського народу. “Тільки кооперативна боротьба за існування могла

запевнити чоловікові перевагу над прочими живими і неживими творами природи” [4], – писав він в 1881 р. у статті “Мислі о еволюції в історії людскости”.

Аналізуючи суспільно-економічний стан робітництва та нелюдські методи його експлуатації, письменник також пропонував використати кооперативну форму співпраці для боротьби з цим злом: “Спільна праця по фабриках та при машинах, спільна нужда та боротьба за щоденний хліб зводить їх до купи, єднає разом, злучає в товариства і спілки. Товариство заступає робітникові місце родини і школи, – там він і забавляється, і образується, там знаходить потіху по перебутім горі і скріплення та надію на будущу кращу долю” [4].

Будівництво залізниць і поява на галицькому ринку товарів західних країн дуже підірвало ремісниче виробництво, а те, яке ще залишилося, було піддано неймовірній експлуатації торговельних посередників. На думку І. Витановича, ніде в тогочасній Європі не було так поширене нездорове, дрібне посередництво “при низькій продуктивності праці краю і нужденній економіці”. Тільки створивши кооперативні спілки, можна було б нейтралізувати негативну роль посередника. В іншому випадку селянство опинялося в ситуації, яку популярно змалював І. Франко: “...Вашу пшеничку купує у вас дрібний перекупень, сей продає її гуртовому ліверантові, той мельникові; муку з млина знов купує гуртівник, від того беруть її дрібні склепарі, від тих пекарі; хліб від пекарів знов купують склепарі, а тільки від них – властиві консументи. Так ось скільки рук переїде те твоє збіжжя, поки назад опиниться в твоїх руках, бідний чоловіче! А звісно, що кожна рука до себе крива, до кожної мусить прилипнути. От тим-то й не диво, що селянин продає корець пшениці за 8 ринських, а ті, що їдять хліб, платять за ту пшеницю, перероблену на хліб, булки і т.і., 20 або й 30 ринських. І треба знати, що найліпша часть того приросту в ціні лишається в руках не тих, що роблять чи то в млині, чи в пекарні, а в тих, що, не роблячи нічого, від одного продуцента беруть, а другому дають. Отсе й є ті непотрібні посередники, без котрих при добрім порядку можна би зовсім обійтися” [3].

І. Франко добре розумів, що програма перебудови селянського господарювання – нелегка справа. Для втілення її в життя на селі необхідно провести велику організаційну роботу. І починати її потрібно від того, щоб “довести всюди до ладу насамперед ті організації, які вже були: каси позичкові, зсипи збіжжя, склепи громадські і позаводити нові, котрі би держали в своїх руках продаж виробів селянських (збіжжя, яєць, прядива, молока і омасти) і користі з неї повертали для громад” [5].

Для контролю за діяльністю кооперативів І. Франко вперше запропонував створити центральний ревізійний крайовий орган у Львові та Кракові. Зазначимо, що думка про створення такого контролюючого і координуючого органу українських кооперативів тоді ще нікому не приходила в голову. Крайовий союз ревізійний (КСР), згодом Ревізійний союз українських кооперативів (РСУК), було створено лише у 1904 р. Згідно з статутом, КСР повинен був дбати про розвиток кооперативних спілок і окремих товариств, які входили до цього Союзу, перевіряти їх фінансовий стан та діловодство, збирати та публікувати статистичні дані про їхню діяльність і провадити видавничу справу.

І. Франко наголошував, що широкі можливості кооперативних організацій жодною мірою не зводяться лише до розв’язання повсякденних економічних проблем. Не менш

важливим було культурно-просвітницьке завдання, ознайомлення широких верств населення із соціально-економічними питаннями. Про важливість такої діяльності свідчив той факт, що він сам викладав політичну економію в робітничих гуртках і спеціально для цього написав популярний підручник “Основи суспільної економії”. Письменник бачив, що працююче населення здебільшого складається із “темних, неосвічених та прибитих недолею” людей, які нездатні самотужки знайти вихід зі скрути, забезпечити нормальне функціонування громадських господарств. “Наша приповідка каже: громада великий чоловік, і ми хвалимося тим, що наш народ уже з давен-давна зрозумів силу громади, – писав він. – Але ми при тому забуваємо одну дуже важну річ, що великий чоловік ще не мусить бути ані найліпший, ані наймудріший. Друга, також розумна приповідка, каже: великий кінь турецький, та дурний, а громада, зложена з тисячі людей темних, неосвічених та прибитих недолею, є так само темна і немічна, як і кожний з тих людей одинцем”[6].

Саме тому, на думку І. Франка, спілчанська діяльність включала просвітницькі заходи, поширення “сфери освіти на наукові (головне – соціально-економічні) й політичні справи”, які повинен знати кожен громадянин. У спілках і товариствах мали б створюватися бібліотеки, читальні, організовуватися навчання і бесіди. Така діяльність, поза сумнівом, спричинилася б до “розбудження і оживлення думок робітного люду”, усвідомлення ним свого становища, розуміння шляхів боротьби за рішення соціально-економічного становища. Народ навчився б краще розуміти свої права і відстоювати власні інтереси, став би сприйнятливішим на “нові думки про цілковиту переміну теперішнього ладу і докладну поправу життя всіх робочих людей...”

Велику надію у справі просвітництва і суспільного перевлаштування І. Франко покладав на інтелігенцію. Вона мала стати подвижником “панського руху”. Її завдання у цій справі полягало в тому, щоб давати почин до закладання таких спілок, а надалі очолити їх, постачаючи управліннями, діловодами, бухгалтерами тощо. Вона повинна не тільки “просвіщати темнішого брата”, а й роз’яснювати якою дорогою має йти та праця. “Не досить вчити селянина способу закладання гноївки, парення січки, – зазначав він, – треба також вчити його механізму й духу справ у громаді, повіті, краї і у державі, треба посвятити його у все те, чим займається інтелігенція, тим більш, що й сам він, без інтелігенції, намагається також виробити собі погляд на ці справи...” [7].

У статті “Ще декілька слів про рільничі спілки в Галичині”, надрукованій польською мовою в газеті “Kraj” 20 жовтня 1885 р. під назвою “Jeszcze słow kilka o Kolkach rolniczych w Galicji”, І. Франко виступив рішучим противником політизації кооперативного руху: “Ми в Галичині стільки говоримо і так голосно стогнемо, а так мало робимо, що кожну працю, без огляду на те, чи її ініціатива виходить з консервативного чи з прогресивного табору, ми повинні вітати як запоруку кращого майбутнього. Справді, я стократ волюю, аби селянин під керівництвом ксьондза чи шляхтича вчився поліпшувати своє матеріальне існування, аніж, щоб під проводом якогось псевдодемократа (справжніх у нас досі ще нема) декламував заяложені і давно застарілі фрази, а при цьому байдикував і матеріально занепадав. Чим менше в спілках буде мови про політику, тим більшою буде їхня заслуга перед загалом...”[8].

Соціально-економічна проблематика у творчості письменника посідала друге місце

після зацікавлень літературою і мистецтвом. Вона була також філософською основою його літературно-мистецької творчості. “Популяризація соціально-економічних ідей за допомогою мистецького живого слова І. Франка, – зазначав І. Витанович, – мала великий вплив на розбудження свідомості широких мас народу, вона вкладалася в програми громадської праці й змагань його провідного активу”[9]. Так, в оповіданні “Хома з серцем і Хома без серця” письменник розповідав про двох інтелігентів, з яких один був крикливий і “гарячий революціонер”, але кепський працівник, а інший, хоч також у серці палав вогнем любові до власного народу, закотивши рукави, організував культурно-освітню та політичну роботу на селі, оздоровив громадську раду, заснував кооперативну касу і довів справу до того, що пан змушений був покинути фільварок, який купили селяни. Робота першого вела до деморалізації і хаосу в селі; результатом роботи другого було квітуче село [10].

В оповіданні “Чума” І. Франко змалював тип старенького сільського священика, який не дуже розумівся на тонкощах церковної догматики, зате зробив все для того, щоб у селі не було жодного неписьменного, щоб була там сильна спілкова каса, яка лише з одних доходів платила за всіх своїх членів податки, а село мало кращий вигляд, ніж будь-яка чеська громада [11].

Економічна думка І. Франка проявилася не тільки в наукових трактатах, літературних творах, а й в економічних програмах, публіцистиці тощо. Так, у березні-квітні 1900 р. в тижневику “Свобода”, що виходив у Львові з 1897 по 1916 рр., він опублікував статтю “Народна програма”, що була складовою частиною програми, створеної у 1899 р. націонал-демократичної партії Східної Галичини.

Письменник не був прихильником політичного і соціального спокою, “при якому б без перешкоди могла функціонувати та драбина, по якій одні йдуть угору, а другі в долину”, в умовах якого “збагачення одиниць стоїть звичайно в простій пропорції до зубожіння народної маси...” Такий спокій, – на його думку, – це найкраща гарантія для п’явок висисати їх жертви. Ті хто хоче “спокійно сидіти на своїх посадах і добиватися маєтків” виражають “класовий і хатній егоїзм”, який “не повинен бути густою хмарою, що закриває сонце”[12].

Програма була направлена на те, щоб народ звільнився від експлуатації іншими народами, щоб мав у своїх руках потрібні засоби виробництва, передовсім землю, щоб розвинув у себе власний промисел, торгівлю та кредит. “Мусимо стояти на тім, що чужим розумом не будемо мудрі, а чужою працею не будемо ситі, – писав І. Франко. – Хочемо самі працювати на себе, самі користати з тої землі, що на ній живемо, а не хочемо, щоби з нашої землі і з нашої праці користали інші, чужі, нероби та дармоїди”[3]. “Народ, котрий хоче стояти в ряді з іншими, мусить мати свою торгівлю”[3].

У науковій спадщині І. Франка широко відображено також проблеми бюджету, фінансів і фінансової політики держави. Зрозуміло, зацікавленість цими проблемами не була професійною, вона диктувалася необхідністю з’ясувати економічне становище Галицького краю в системі Габсбурзької монархії, потребами розкрити механізми пограбування населення за допомогою фінансово-кредитних важелів.

Об’єктивний процес розвитку товарно-грошових відносин у Галичині вимагав створення фінансових інституцій, у тому числі на кооперативних засадах. Завдяки цьому

І. Франко мав змогу спостерігати банківську діяльність на стадії становлення, а отже й належно оцінити її соціально-економічні наслідки. Він неодноразово звертався до “банківської тематики” у своїх соціально-економічних спостереженнях, окремі з яких були ґрунтовними економічними дослідженнями. У цьому зв’язку заслуговує докладнішого розгляду його стаття “Банк крайовий”, надрукована у чотирьох номерах газети “Діло” в травні-червні 1883 року. В ній він історію рілньничих банків назвав мартирологією галицького селянства. При закладанні таких інституцій завжди висловлювалося багато оптимістичних надій, проте згодом ці надії не оправдувалися. Банк завжди орієнтувався на отримання належного зиску і мало бдав про інтереси селянства. Критикуючи діяльність таких банків, І. Франко все ж надавав перевагу їхнім кредитам порівняно з лихварськими [13]. Майже кожна його стаття на “банківську” тематику закінчувалася закликом до українців включатися в банківську діяльність, вчитися банківської заппадливості у поляків, євреїв, інших народів. “Дрімати не пора”, – закликав письменник.

У статті “Сумна історія Крилошанського банку...”, надрукованій польською мовою у 1886 році в газеті “Kraj”, І. Франко з’ясував причини краху Крилошанського банку: “Банк перетворився на вулик, до якого зносили мед бджоли з провінції: священики, міщани, заможні селяни тощо, і який, разом з тим, утримував, щоправда, нечисленну, але добірну громадку трутнів. Дві найвидатніші і найвпливовіші особи в складі дирекції були представниками двох паразитичних груп: Михалко – єврейської групи, а д-р Добрянський – групи “твердих” українців. Що першій з цих груп, діяльний і хитрий, не йшлося про благо інституції, це ясна річ; не менш очевидно й те, що вона найбільше вплинула на розорення банку, доказом чого є недавній процес її провідників: Михалка, Кіндлера і Хувеса. Для нас, однак, далеко цікавішою є ця друга група, що перебувала під керівництвом доктора Добрянського і яка була, так би мовити, тією вивіскою, яка надавала всій інституції політичного забарвлення” [14].

Важливим засобом в економічному поступі суспільства І. Франко вважав створення кредитних спілок, адже кредит в господарському житті відіграє таку ж роль, як обіг крові в організмі людини. “Знаєте, що кров кількадесят раз на мінуту впливає з серця, розбігається по всім тілі, відживлює його і збігається назад до серця, – звертався І. Франко до земляків. – Так само й гріш вибігає раз у раз із кредитових інституцій на весь край, оживлює рілньництво, ремесло, промисел і торгівлю; вертає назад до тих інституцій, щоб зараз почати свій обіг наново... Народ без свого власного кредиту – то так, як тіло без серця” [14].

Правда, кредит в Галичині знаходився переважно в приватних руках, що виродився в лихварство, а торгівля в тих же руках носила шахрайський характер. Саме тому І. Франко закликав об’єднати свої сили, де можна створювати спілки, свої банки, організовувати власну торгівлю. Бо, на його думку “народ, котрий би нині відкинув думку про спільність, про згуртування сил не тільки в політиці, але і в господарстві, мусив би зректися всієї цивілізації, мусив би швидше чи пізніше дійти до здичинія або назад до невілньництва” [14].

І. Франко схвально ставився до споживчої кооперації, вбачаючи в ній одну з ланок процесу єднання народу. Під його впливом В. Нагірний, що повернувся влітку 1882 р. з

Швейцарії до Львова, опублікував в часописі “Діло” знамениту статтю “Як собі люди в нужді помагають”. Тут він не тільки проаналізував досвід споживчої кооперації в Швейцарії, а й охарактеризував стан української торгівлі в Галичині, звернувши увагу на відсутність у бідних на капітал крамницях власної гуртівні. Це в значній мірі заважало їм розвиватися економічно, робило ці крамниці знаряддям експлуатації українців чужоземними гуртовиками. А тому, робив висновок В. Нагірний, створення гуртівні – “головного магазину для сільських крамниць – цілком на часі і доконче потрібне”.

В червні 1883 року В. Нагірний виступив з доповіддю з економічної тематики на другому всенародному віче, яке було скликане у Львові. Доповідь було підготовлено І. Франком. “Бесіда Василя Нагірного, виголошена на другім всенароднім вічі у Львові була мою роботою”, – зауважив письменник.

Щоб вирвати торгівлю з чужих рук, необхідно було самим займатися торгівлею і для цього створити товариство під назвою “Народна торгівля”. І. Франко розумів, що спільнота ще не звикла до самостійного підприємництва, що у питаннях ведення господарства вона не виходила “на широке поле промислу”, а тому створення торговельного товариства сприймала як утопію. Проте досвід інших народів свідчив про те, що немає нічого неможливого, потрібно тільки більше віри в свої власні сили: “Засновуймо свої каси позичкові і держім в наших руках, заводім зсипи збіжжя на лиху годину, підпираймо наші економічні і наукові товариства, не даймо і одної п’яді землиці нашої видерти собі з рук, учім наших дітей всього, а особливо праці, помагаймо друг другові всюди і маймо око бачне на все, що около нас діється, – от наша програма, наша чинність! В єдинстві наша сила, в праці наша будучність!” [15]

Велика організаційно-просвітницька робота, яку під безпосереднім впливом І. Франка проводили В. Нагірний і Д. Нечай, дала свої результати. На засіданні “Крамничного комітету” москвофільського Товариства ім. М. Качковського В. Нагірний запропонував вилучити торговельну справу з-поміж функцій цієї культурницької організації і створити для її виконання спеціальне товариство на паях. Комітет підтримав ініціативу В. Нагірного, доручив йому укласти статут товариства, яке отримало назву “Народная торговля”.

Статут “Народної торгівлі”, який газета “Діло” назвала “першою кооперативною програмою Галицької волості”, був зареєстрований 21 липня 1883 року, а 8 грудня “Народна торгівля” уже відкрила у Львові, на вулиці Вірменській, свою першу гуртівню.

Таким чином, можемо стверджувати, що важливий етап в розвитку українського кооперативного руху в Галичині був пов’язаний з іменем І. Франка. Він пильно стежив за суспільно-економічними процесами в країні, відслідковував найхарактерніші прояви в розвитку кооперації. Десятки статей, опублікованих в українських і польських часописах, стали серйозною теоретичною базою для розвитку української економічної думки. Критика економічної політики уряду, податкової системи, що містилася в працях письменника, поряд з працями відомого галицького економіста і статистика В. Навроцького [16] та польського дослідника С. Щепановського [17] була найгрунтовнішою.

Ще за життя І. Франко дочекався значного піднесення кооперативного руху в Галицькій землі. Напередодні Першої світової війни Крайовий союз ревізійний об’єднував

567 кооперативів, членами яких були 180 тис. осіб. Пайовий капітал цих товариств становив 6 328 тис. крон, резервний фонд – 1 480 тис. крон, заощадження на рахунках – 28 387 764 крон, надані позички – 40 418 948 крон, торговельний оборот – понад 20 млн. крон. Спілка видавала кооперативний журнал “Економіст” (1904 р.) та газету “Самопоміч” (1908 р.), численні брошури кооперативного та загальноекономічного змісту [18].

Оцінюючи працю І. Франка на ниві української економічної думки, визначний український кооперативний діяч першої половини ХХ ст. К. Коберський зазначав, що І. Франко “був політиком, економістом, філософом, моралістом, соціологом – кидався на всі боки, де лише побачив прогалину в будівлі нашого відродження!”

Франко – це просто якась майже неукраїнське, несамовите в наших відносинах явище. Людини з такою невсипучою енергією і з таким величезним теоретичним та практичним розумом перед ним Галичина не видала, а з наддніпрянців йому дорівнює під цим оглядом один лиш Михайло Драгоманов... І тому Франка мусимо числити ми, кооператори, між своїх дорогих і найбільших духових провідників. Він вірив в силу праці і гарував просто як народний віл” [19].

Високо оцінив внесок І. Франка в економічну науку І. Витанович, який не вважав письменника “економістом”, теоретиком політичної економії чи економічної політики. Останній і сам себе таким не вважав. Не було в нього для цього ні часу, ні спеціальної підготовки. “Писання ці, як і колись для В. Навроцького, – зазначав І. Витанович, – мали для І. Франка “дидактичне значення”. Пильно студіював він соціально-економічну літературу, орієнтувався в ній та знав її глибше з поважніших тогочасних наукових творів, порівнював їх докладніше, як не один із його інтелігентних сучасників. Палений вогнем служби своєму народові, близький до його життя, потреб, недоліків і змагань, шукав розв’язки всюди, – в глибших місцях теорій і в найкращих представників практичної соціальної акції” [20].

В січні 1933 року “Господарсько-кооперативний часопис” присвятив І. Франку спеціальне число, помістивши статті про нього як економіста та реформатора господарського життя [21].

Отже, своєю титанічною працею в царині економічної науки і практики І. Франко створив чітку програму перебудови суспільства, центральне місце в якій належало кооперативній ідеї. Все своє життя він прагнув допомогти українському народу позбутися злиднів, соціального і політичного гноблення. Саме це змусило геніального письменника стати економістом, розвивати теорію кооперації, шукати й окреслювати дорогавказ у майбутнє.

Список використаних джерел

1. Франко І. [Лист] до О. М. Рошкевич. – Львів, 20 вересня 1878 р. // *Зібрання творів: У 50-ти т.* – Київ, 1986. – Т. 48. – С. 111-112.
2. Франко І. *Поза межами можливого.* – С. 281.
3. Франко І. *Народна програма.* – С. 524.
4. Франко І. *Мислі о еволюції в історії людськості* // *Зібрання творів: У 50-ти т.* – Київ, 1986. – Т. 45. – С. 95.

5. Франко І. Спілки рільничі//Зібрання творів: У 50- ти т. – Київ, 1985. – Т.44. – Кн.2. – С.244.
6. Франко І. Як би нам в біді рятуватися // Зібрання творів: У 50-ти т. – Київ, 1985. – Т.44. – Кн.2. – С.165.
7. Франко І. Рільничі гуртки та сейм // Зібрання творів: У 50-ти т. – Київ, 1984. – Т.44. – Кн.1. – С.540.
8. Франко І. Ще декілька слів про рільничі спілки в Галичині // Зібрання творів: У 50-ти т. – Київ, 1984. – Т.44. – Кн.1. – С. 420.
9. Витанович І. Соціально-економічні ідеї в змаганнях галицьких українців на переломі ХІХ – ХХ вв. – Мюнхен, 1970. – С. 13.
10. Франко І. Хома з серцем і Хома без серця // Зібрання творів: У 50-ти т. – Київ, 1979. – Т. 22. – С. 7-29.
11. Франко І. Чума // Зібрання творів: У 50-ти т. – Київ, 1978. – Т. 16. – С. 300-334.
12. Франко І. Поза межами можливого. – 281.
13. Франко І. Банк Крайовий // Зібрання творів: У 50 - ти т. – Київ, 1984. – Т.44. – Кн.1. – С. 163-180.
14. Франко І. Сумна історія Крилошанського банку і його так званої санації // Зібрання творів: У 50-ти т. – Київ, 1984. – Т.44. – Кн. 1. – С.432-433.
15. Франко І. Бесіда Василя Нагірного, виголошена на другім народнім вічі русинів дня 17(29) червня 1883 для умотивування першої резолюції о економічних справах краю // Зібрання творів: У 50-ти т. – Київ, 1984. – Т.44. – Кн. 1. – С. 202.
16. . Йдеться про такі праці В. Навроцького, як “Реформа домового податку”, “Шляхетні захистники народу”, “Клясові інтереси й інтереси народу”, “Подвійна кредка”, “Руська народність в школах галицьких”, “Піянство і пропінація в Галичині”.
17. “Nedza Galicyi w cyfrach”. – Lwow, 1988.
18. Гелей С., Пастушенко Р. Теорія та історія кооперації. – Київ: “Знання”, 2006. – С. 257.
19. Коберський К. Іван Франко як провідник органічної праці // “Господарсько-кооперативний часопис”. – Львів, 1933. – Ч. 29. – 28 травня. – С. 2, 3.
20. Витанович І. Соціально-економічні ідеї в змаганнях галицьких українців на переломі ХІХ-ХХ вв. – С. 15.
21. Звідомлення з діяльності Ревізійного союзу українських кооператив за час від 1.07.1932 до 1.07.1933 // Господарсько-кооперативний часопис. – Львів, 1933. – Ч. 48-49. – С. 11.

Аліман М. В.

к.е.н., професор

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

КУЛЬТУРНО-ПРОСВІТНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ ПОЛТАВСЬКОЇ СПІЛКИ СПОЖИВЧИХ ТОВАРИСТВ У 1917-1919 РОКАХ

Полтавська спілка споживчих товариств (ПССТ) була в числі перших споживспілок України, що виникла до 1917 р. Вона почала діяти в 1915 р. спочатку як товариство оптових закупок, яке на початку 1916 р. перетворилося у спілку споживчих товариств.

ПССТ відіграла велику роль у наданні всебічної допомоги заснованим у попередні роки споживчим товариствам, захищала їх інтереси, налагоджувала постачання їм товарів. У 1916 спілка об'єднувала 39 споживчих товариств, а на початку 1919 р. їх вже налічувалося 1043. Кількість пайовиків споживчих товариств, що були членами спілки збільшилася у ті роки з 28,3 тис. до 275,3 тис. У 1918 р. ПССТ разом з філіями продала товарів на 58,3 млн. крб. (оборот однієї з найбільших спілок – Харківської дорівнював тоді 57,8 млн. крб).

Полтавська спілка споживчих товариств приділяла велику увагу культурно-просвітницькій роботі, надавала матеріальну підтримку закладам науки, освіти, мистецтва. Вона зокрема, здійснювала заходи щодо розповсюдження української книжки. До лютневої революції на всю Полтавщину було лише дві книгарні в Полтаві. ПССТ відразу ж приступила до створення великого книжкового складу для масового просування книжки на село через споживчі товариства. Було встановлено зв'язки з найбільшими українськими книжковими складами та видавництвами в Києві й Харкові. Вже в 1918 р. склад ПССТ виріс у найбільше в Полтаві книготорговельне підприємство з власною великою книгарнею.

Школи Полтавщини одна за одною переходили на українську мову викладання, а українських шкільних підручників не було зовсім, як і допоміжної літератури для вчителів. Бракувало словників, граматики. Тому ПССТ створила видавничий відділ, відкрила власну друкарню, видавала твори відомих письменників, підручники, порадики, зокрема “Театральний Порадник” (пізніше подібний порадики видав “Дніпросоюз”). Підручники видавалися великими тиражами. Коли питання українізації шкіл стало на весь зріст, ПССТ спільно з Педагогічним Бюро Полтавського Губернського Земства взяли на себе завдання постачити школи українськими підручниками.

Восени 1918 р. ПССТ почала видавати журнал “Полтавський кооператор”. Спочатку виходив двічі на місяць. Вважають, що він був одним з найсолідніших українських кооперативних журналів. Видавництво ПССТ надрукувало і відправило на село багато тисяч портретів письменників і громадських діячів: Т. Шевченка, Б. Грінченка, Лесі Українки, Панаса Мирного, Михайла Драгоманова, Івана Котляревського та ін. “Ці портрети можна було тоді бачити на селах скрізь: і по Просвітах, і по школах, і по кооперативах, і по сільських урядах, і по селянських хатах”.

Важливу роль в культурно-освітній діяльності ПССТ відігравала бібліотека спілки. Її було засновано з самого початку існування споживспілки. В першу чергу в бібліотеці збирали кооперативну літературу, потрібну чи для практичної роботи, чи для теоретичних студій. При бібліотеці виріс дорогоцінний архів величезної кількості часописів – кооперативних і некооперативних – що надходили до ПССТ з усіх кінців України, а частково й з Росії.

Велику увагу спілка споживчих товариств приділяла підготовці кадрів. Час від часу, при спілці влаштовувалися курси інструкторів-кооператорів. Сильніші інструктори ПССТ по своїх районах готували працівників низових споживчих товариств, провадячи курси для рахівників, продавців, членів правлінь та ревізійних комісій. Через український кооперативний вишкіл системи ПССТ пройшло ще й багато сотень кращих

людей села, що повсюди ставали до практичної української громадської роботи.

Спілка виділяла кошти на здійснення освітніх заходів губернських і всеукраїнських: на допомогу середнім школам, які створювалися по селах, – на українську Павленківську гімназію в Полтаві – 30,0 тис. крб., на кооперативний інститут у Києві (тоді здійснювались заходи щодо створення інституту) на кооперативну школу в Полтаві на історико-філологічний факультет у Полтаві на стипендії учням, дітям незаможних кооператорів.

Полтавська спілка споживчих товариств, наголошує у своїх спогадах історик і публіцист, колишній працівник спілки – її інструктор у справах культурно-просвітніх Дмитро Соловей, – “стала відомою далеко за межами Полтавської губернії як дужий український центр, що в силі поступався лише київському Дніпросоюзові. Центр, в якому виховувались і зростали прекрасні кадри громадських робітників, що згодом працювали не тільки в споживчій кооперації, а і в інших ділянках життя. Центр, що витратив багато сил та матеріальних засобів на підтримку української культури в часи лихоліття й збройної боротьби за Українську Народну Республіку, коли державний апарат УНР безсилий був піклуватися про все”.

Апарат ПССТ нараховував до трьох сотень осіб. Всі працювали дружно, енергійно, розбудовуючи потужну економічну й ідейну українську базу на Полтавщині. Такого єдиного згуртованого й дійового апарату, не отруєного атмосферою склоп, внутрішньої боротьби, доносів, страху та рабської прислужливості, пише Д. Соловей а потім не зустрічав уже ніколи.

Високу оцінку діяльності ПССТ дає дослідник історії кооперативного руху Ілля Витанович. Він стверджує, що кооперації на Полтавщині в ділі організації культурно-освітньої справи належало перше місце у всій Україні

Досвід господарської, кооперативно-організаційної та культурно-просвітницької діяльності Полтавської спілки споживчих товариств на початку минулого століття заслуговує на увагу і тепер.

Верига Ю. А.
к.е.н., професор

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

РОЛЬ БОРИСА МАРТОСА В ПІДГОТОВЦІ РЕВІЗОРСЬКИХ КАДРІВ ДЛЯ КООПЕРАЦІЇ

Мартос Борис Миколайович (1879-1977рр.), уродженець Полтавщини (Градиськ, Лубенського повіту Полтавської губернії) став видатним громадсько-політичним діячем, ученим-економістом, кооператором і педагогом. Після закінчення у 1897 році класичної гімназії у м. Лубни зі срібною медаллю, він вступає на математичне відділення Харківського університету, в якому у 1866 році викладачами і громадськими діячами було створено Перше споживче товариство на теренах України. Враховуючи цей факт можна вважати, що з кооперативними ідеями він був ознайомлений ще в студентські роки.

Після закінчення університету у 1908 році він виїхав на Волинь, де у період 1909-1911рр. працював старшим інструктором кооперації, що дозволило йому вивчити потреби кооперативів у ревізорських кадрах, і що, на нашу думку, стало поштовхом та підрунтям для написання фундаментальних праць про кооперацію.

Дослідженням життя і творчості цієї видатної особистості присвячено праці М. Алімана, М. Біди, О. Білоусько, І. Витановича, С. Гелея, О. Єрмака, А. Качора, О. Нестулі, В. Ревегука та інших.

В 1990 році він брав участь у 1-му Українському студентському конгресі у Галичині, а після повернення до Харкова виступав з доповідями про галицький кооперативний та культурно-освітній рух. З цього часу починається його подвижницька праця і участь у підготовці кадрів для кооперації.

Борис Мартос стояв у джерел заснування кооперативних навчальних закладів – від ревізорських курсів, шкіл, інститутів, академій як в Україні, так і у Європі та США. Він був у складі Комісії разом із М. Туган-Барановським та К. Мацієвичем (1918-1919 рр.) з розробки статуту та навчальної програми для Першого кооперативного інституту у м. Києві. навчальна програма включала 20 дисциплін (37 годин на тиждень), серед яких – кооперативне рахівництво. Для підготовки ревізорських кадрів для кооперації ним підготовлено підручник “Кооперативна ревізія”, який було видано у м. Львів у 1928 році та який є актуальним і на теперішній час. Зміст підручника свідчить про ґрунтовне дослідження автором теоретичних надбань у галузі ревізії та вивчення практики її проведення. автор виділив 57 розділів, починаючи від визначення поняття “ревізія”, її мети і завдань та завершуючи характеристикою діяльності кооперативних ревізійних союзів.

Б. Мартос дає вичерпні поради ревізорам, що стосуються проведення перевірки каси, цінних паперів, товарів, інвентарю, балансу; ревізії кошторису й оплати праці продажу товарів, операцій з власного виробництва продукції, прибутку тощо. В підручнику наведено чимало прикладів, які переконують в необхідності певних дій ревізора в процесі підготовки до неї та її проведення, складання акту ревізії. Значимим є розділ 8 “Ревізор як особа”, де викладено етичні норми, які повинен мати і дотримуватися ревізор у своїй роботі:

- ретельне та уважне виконання своїх обов’язків;
- не допускати комерційних або інших меркантильних стосунків з особами, діяльність яких він ревізує;
- дотримання повної об’єктивності по відношенню до своїх знайомих, приятелів чи ворогів;
- тактовно поводитися із службовим персоналом, не допускаючи, щоб стосунки з ними могли б якимось чином привести до втрати ним пильності та об’єктивності;
- високий рівень теоретичної підготовки та життєвої досвідченості, що дозволяє ревізору не тільки фіксувати недоліки, але й надавати поради про те, як їх уникнути;
- ні в якому разі не входить в непотрібні та неділові розмови із посадовими особами, яких перевіряє, взяти собі за правило “менше говорити, а більше дивитися та слухати”;
- постійно навчатися, щоб вдосконалювати свою професійну майстерність;

– ревізор повинен глибоко аналізувати та співставляти факти і явища, пов'язані між собою;

– відмовлятися від проведення ревізії, якщо на підприємстві є родинні стосунки.

Борис Мартос зазначає, що кооперативний ревізор не може обмежитися лише констатуванням прикрих фактів, виявлених в кооперативному житті і вміти надати поради, як ці недоліки виправити та уникнути їх у майбутньому. Він порівнює кооперативного ревізора з лікарем, який не тільки констатує хворобу, а й дає проти неї ліки, а іншим дає поради, як від такої хвороби уберегтися. Значення ревізора Борис Мартос бачить ще й по тому, що все позитивне, виявлене в процесі ревізії, стає здобутком усіх кооперативів через висвітлення в кооперативній пресі чи особистому спілкуванні. Все це робить кооперативного ревізора інструктором, учителем, педагогом.

Таким чином, завдання кооперативного ревізора дуже важливе і робота його не легка. Тільки дійсна любов до справи, який він служить, відданість ідеї кооперації, ясне розуміння того, що інтереси кооперативного руху відповідають інтересам нації і, що розвиток кооперації є міцна підвалина для розвитку національної культури.

Вважаємо, що підручник Б. Мартоса “Кооперативна ревізія” є ґрунтовною працею, яку необхідно використовувати в практичній діяльності ревізорів і аудиторів і в навчальному процесі. Виклад цієї праці опубліковано в тижневику “Вісті Центральної спілки споживчих товариств України. Діловий випуск” в липні-серпні 2012 року.

Вісина Т. М.

к.і.н., доцент

Луцький національний технічний університет

СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ ВОЛИНСЬКОГО ВОЄВОДСТВА В 20-30-Х РОКАХ ХХ СТ.

У середині 20-х-на початку 30-х років українська сільська споживча кооперація Волинського воєводства була представлена сільськими господарсько-споживчими товариствами. На відміну від міської, сільська споживча кооперація була досить розвиненою на теренах Волині і відповідала соціальній структурі краю та невідкладній потребі організації господарських справ волинського села [1, 378]. Серед сільських господарсько-споживчих товариств Волинського воєводства домінували українські кооперативи, які підпорядковувалися західноукраїнському Крайовому ревізійному союзу у Львові. У середині 20-х років вони мали двоступеневу структуру. Товариства першого ступеня об'єднувалися у повітові союзи кооперативів (ПСК) – кооперативи другого ступеня. У цей час кооператив третього ступеня діяв лише на території Галичини. Це був крайовий центр кооперативів загальної закупівлі і збуту “Центросоюз”, створений 14 червня 1924 р. на базі передвоєнного крайового союзу господарсько-торгівельних спілок і синдикату “Сільського господаря” [2, 66-67]. Сільські господарсько-споживчі кооперативи першого ступеня організовували всі найголовніші економічні ділянки й потреби села та були підставою його господарського поступу. Це були дрібні товариства, які постачали сільським господарствам товари першої необхідності, дрібний інструмент,

штучні добрива, паливо, будматеріали і машини. Якщо говорити про кооперативи другого ступеня, то слід відзначити, що об'єднання господарсько-споживчих товариств у повітові союзи розпочалося ще на початку 20-х років. Повітові союзи кооперативів були не тільки об'єднаннями сільських установ загальної закупівлі і збуту, але й організаційними осередками для розрізнених українських товариств в окрузі.

У 1926 р. на Волині діяли чотири повітових союзи кооперативів другого ступеня, яким підпорядковувалися 50 господарсько-споживчих кооперативів першого ступеня. В середньому відсоток скооперованих сіл в районах діяльності ПСК у Волинському воєводстві становив 11% і був досить низьким. В Галичині цей показник сягав 70%. На один повітовий союз в Галичині припадало близько 45 кооперативів, на Волині – біля 10 [3, 32]. Українська кооперативна організація воєводства порівняно з Галичиною була менш поширеною, створення кооперативів відбувалося досить повільними темпами. В 20-тих роках багато сільських кооперативів через продаж товарів у кредит потрапляли в борги. Це було викликано браком кваліфікованих і досвідчених працівників. Після реорганізації Крайового ревізійного союзу у Ревізійний союз українських кооперативів у Львові (РСУК) у 1927 р. у Луцьку був створений Інспекторат РСУК, який розглянув становище повітових союзів у Здолбунові, Острозі, Дубні і Кременці та 50 господарсько-споживчих кооперативів першого ступеня.

24 травня 1928 р. у м. Луцьку відбулося засідання Головного комітету організації кооперативів в приміщенні інспекторату РСУК. В засіданні взяли участь: голова РСУК – інженер Ю. Павликовський, співголова РСУК – посол О. Луцький, члени Ради РСУК – О. Базилович, О. Вітенко, директор Центробанку О. Сасевич, директор кооперативного банку в Луцьку – П. Доманицький, інспектор РСУК – П. Павлюк та інспектор РСУК у Луцьку – Л. Кобилянський. Було заслухано доповідь останнього про недоліки волинської кооперації [4, 3]. 8 липня 1928 р. в м. Кременці відбулися XI загальні збори уповноважених повітових союзів кооперативів на Волині, на які прибуло 30 представників від господарсько-споживчих, а також представник РСУК інспектор Л. Кобилянський [5, 3]. На цих зборах для зміцнення повітових союзів кооперативів була прийнята програма систематичної організаційно-інструкторської та культурно-освітньої праці. До 1928 р. відбулось організаційно-правове об'єднання волинської і галицької кооперації. “Центросоюз” очолив роботу волинських ПСК та підпорядкованих їм кооперативів першого ступеня. Після цього кооперація Волинського воєводства набула триступеневої структури. Протягом 1927-1929 рр. за сприяння “Центросоюзу” на Волині засновується велика кількість нових українських кооперативів. За останні три роки на відміну від попередніх шести споживча кооперація зросла у п'ять разів. Проте, слід зауважити, що відбувся кількісний ріст товариств. Кількість членів збільшилася майже удвічі, а капітали ледве на третину, що свідчить про екстенсивність кооперативного руху на Волині.

На рубежі 20-х-30-х років споживча кооперація Волинського воєводства зазнала значних змін. Вони були спричинені світовою економічною кризою, політикою волинського воєводи Г. Юзевського, спрямованої на розмежування галицької та волинської української кооперації, а також урядовими заходами з подолання кризових явищ в економіці та реорганізації кооперативної системи держави. У 1931 р. влада на

Волині приступила до впорядкування на своїй території правового стану кооперації, як з позицій вимог промислового закону, так і з санітарних і будівельних вимог. Внаслідок цієї акції закрили 52 товариства, які належали РСУК і розташовувалися переважно в Дубнівському і Кременецькому повітах [6, 86].

Згодом, розвиток української споживчої кооперації на Волині був перерваний введенням у дію нового кооперативного закону. Згідно з ним українські кооперативи Волині змушені були з початку 1935 р. перейти під юрисдикцію польських ревізійних союзів. Хоча дії польської влади і мали важкі наслідки для волинського українського кооперативного руху, все-таки слід відмітити, що до прийняття нового кооперативного закону 1934 р. стан споживчих кооперативів, підпорядкованих РСУК залишався досить сильним. На 1 березня 1933 р. у Волинському воєводстві було 374 кооперативи першого ступеня та чотири ПСК другого ступеня, які підпорядковувались “Центросоюзу” [7, 20].

У процесі розвитку української сільської споживчої кооперації мінявся тип селянського господарства. З багатогалузевого воно перетворилося на товарне, монокультурне, спеціалізоване ринкове господарство. Налагодження роботи ПСК з “Центросоюзом” сприяло створенню умов для проведення ефективних та результативних збутових операцій, які через обмеженість економічних і організаційних можливостей не могли бути доступними для окремих кооперативів, а тим більше для індивідуальних селянських господарств. Діяльність сільської закупівельно-збутової кооперації була важливим фактором розвитку аграрного сектору економіки Волині. Глибоко демократичний її характер дав змогу налагодити роботу різних ділянок господарства, підготував кооперацію до виробничої діяльності.

Список використаних джерел

1. Żarnowski J. *Spółeczeństwo Drugiej Rzeczypospolitej 1918-1939* / J. Żarnowski. – Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe, 1973. – 635 s.
2. Stasiw T. *Ukraiński ruch spółdzielczy w Polsce* / T. Stasiw / *Praca dyplomowa. Szkoła Główna Handlowa (SGH)*. – Warszawa : B.w., 1935. – 128 s.
3. Центральний державний архів громадських об'єднань України, ф. 6, оп. 1, спр. 249.
4. Засідання Головного Комітету Організації Кооператив у Луцьку // *Господарсько-кооперативний часопис (ГКЧ)*. – 1928. – 13 червня. – С. 1-3.
5. Волинь. XI чергові загальні збори уповноважених ПСК у Кременці на Волині // *ГКЧ*. – 1928. – 12 вересня. – С. 3.
6. Державний архів Волинської області (Держархів Волинської обл.), ф. 46, оп. 9, спр. 2030.
7. Держархів Волинської обл., ф. 46, оп. 9, спр. 4832.

СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ, ГРОМАДЯНСЬКЕ СУСПІЛЬСТВО, ПРАВО: СИНХРОННІ ТА ДІАХРОННІ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКИ

Ступінь актуальності проблематики розвитку споживчої кооперації в Україні співвимірний з мірою її парадоксальності: маючи значний історичний досвід кооперативної діяльності, зuboжilий український народ залишається у своїй більшості байдужим до можливості поліпшити свій добробут способами, які гарантує чинне кооперативне законодавство. У значно гірших політико-правових умовах (роки напередодні та під час Першої світової війни, перше десятиліття правління більшовиків) українці демонстрували доволі високу здатність до кооперування. Виникає питання, що ж є перешкодою для розгортання кооперативного руху сьогодні?

Слід, насамперед, зазначити, що ідея кооперації протягом XX століття в Україні була неодноразово дискредитована (велика кількість псевдокооперативів за надмірно ліберальним російським кооперативним законом 1917 року з'явилась ще до встановлення радянської влади; більшовицькі воєнно-комуністичні експерименти з “апаратом кооперації”, як і непевське квазікооперативне будівництво, спрямоване проти “приватника”, та, особливо, післянепівські десятиліття позаринкового існування керованої радянською бюрократією споживчої кооперації УРСР як “товаропровідного каналу”, а не системи споживчих кооперативів у європейському розумінні їхньої природи – період не просто послаблення, а глибинного нищення коріння вітчизняної кооперативної традиції; свій негативний внесок зробили також ідеологічно-пропагандистські та законодавчі об'єкти з кооперативною ідеєю, ініційовані компартійною верхівкою доби “перебудови”, що прагнула вдруге використати кооперацію як інструмент збереження своєї влади). Метафорично узагальнюючи зазначене, можна стверджувати, що українська споживча кооперація мала “родові травми” (народжуючись в умовах напівфеодального поліцейського режиму російського самодержавства), важке, але сповнене надій на майбутнє “дитинство” початку XX століття і “збочений” спосіб життя у зрілі роки. В результаті сьогодні історична пам'ять народу загалом не породжує для масової свідомості емоційно привабливих образів, пов'язаних з кооперацією.

Крім того, формування таких образів блокується декількома потужними чинниками, серед яких слід назвати, по-перше, гігантську за глибиною кризу довіри в суспільстві (як у відносинах громадян з державними інституціями, так і в широкому спектрі горизонтальних відносин членів громадянського суспільства). По-друге, збереження глибоко вкорінених у суспільну свідомість у радянському минулому патерналістських установок, які сьогодні посилюються внаслідок “реформаторської” діяльності уряду. По-третє, вестернізацію суспільної свідомості, що розпочалася з розвалом СРСР під деформуючим впливом зростаючого українського олігархату й породжувала у громадян оманливу перспективу масово поповнити молодий “середній

клас” завдяки своїй підприємливості (“власній справі”). Найвигіднішими способами реалізації підприємливості для найенергійніших українців стала, як відомо, корупційна діяльність в усіх ланках державного механізму та в тісно пов’язаних з ними комерційних структурах. Кооперація, відповідно, не одержала (в достатній для кардинального оновлення кількості) молодих, енергійних, розумних, ідейних, патріотично налаштованих керівних кадрів.

Та і в діючих кооперативних організаціях тих років “прихвизаційні” та рейдерські тенденції утворили “злаякісну пухлину”, видалення якої все ж не повернуло повного здоров’я системі споживчої кооперації. Вона продовжила виконувати в суспільстві важливі соціально-економічні функції, але не стала на чолі масового кооперативного руху, не запропонувала українцям яскравих, широко відомих зразків діяльності споживчих кооперативів.

Йдеться про споживчі кооперативи в точному, вузькому розумінні природи цих неприбуткових організацій споживачів, створених згідно з “принципом тотожності”. Натомість життя породило численні приклади кооперативів, створених та/або діючих з порушенням цього принципу (тобто, псевдокооперативів), фактичною метою діяльності яких стало не задоволення потреб членів у товарах і послугах, а одержання прибутку на вкладений у паї капітал вузьким колом пайовиків, які мало зацікавлені у задоволенні своїх споживчих потреб через кооператив і навіть не виконують в кооперативі трудових функцій. Малопридатними для завоювання симпатій населення України є і квазіспоживчі кооперативи, в яких трудові функції виконують переважно пайовики, а споживчі потреби в них задовольняють нечлени (або формальні члени, які не беруть фактичної участі в управлінні кооперативом) за цінами, що мало відрізняються від комерційних. В цьому разі йдеться про кооператив, але не споживчого, а виробничо-торговельного типу. Як видається, власне споживчі кооперативи, не зважаючи на існування потужних торговельних мереж, могли б задовольнити потреби широких верств населення України, яке схильне витратити час та енергію на пошуки дешевих і водночас достатньо якісних товарів і послуг.

Втім проблема відродження кооперативного руху в Україні не може бути зведена лише до відсутності вражаючих зразків успішних споживчих кооперативів. Маючи приклади стрімкого розвитку інституцій громадянського суспільства у сучасній Європі (приміром, у Польщі) українці виявились неспроможними їх примножити у своїй країні і масово прагнуть споживати чужий соціальний капітал, мігруючи на Захід. Феномен “роудейських піонерів” вочевидь був породжений насамперед якістю тогочасного “людського матеріалу”, духовно-культурною атмосферою в суспільстві, готовністю людей не лише до споживання дешевих товарів, але й до активної, дійсної участі в житті кооперативу, до взаємодопомоги, до прийняття кооперативних цінностей. У зв’язку з цим виникає непросте питання – чи виконує сьогодні свої завдання кооперативна освіта? Чи не витіснив у підсвідомість “дух комерції” пам’ять про походження і первинне призначення кооперативних навчальних закладів?

Голубка М. М.
викладач вищої категорії
Львівський кооперативний коледж економіки і права

РОЛЬ І ЗНАЧЕННЯ ЕКОНОМІЧНОЇ ДУМКИ ЕДМУНДА ЕГАНА У СТАНОВЛЕННІ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ НА ЗАКАРПАТТІ В ДРУГІЙ ПОЛОВИНІ ХІХ-ПЕРШІЙ ПОЛОВИНІ ХХ СТОЛІТТЯ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ЕКОНОМІЧНИЙ ПОСТУП РЕГІОНУ

Зародження і становлення кооперативного руху в Україні відбувалося на межі ХІХ-го та ХХ-го століть. Українська кооперація виникла наприкінці ХІХ століття. Сподвижником кооперативного руху на Закарпатті був Едмунд Еган, ірландець за походженням, відомий угорський економіст, діяч, який займався благодійництвом, фахівець з економіки сільського господарства та розвитку кооперації на Закарпатті в другій половині ХІХ – першій половині ХХ століття.

Економіст після закінчення гімназії розпочав вивчення економічних дисциплін в університеті м. Галле (Німеччина) та право в університеті Відня. Упродовж 1883-1896 рр. Едмунд Еган займав посаду радника міністерства Угорщини у напрямку розвитку сільськогосподарською економікою, та був завідувачем молочного відділу.

Едмунд Еган турбувався про вирішення проблемних питань осіб, які працювали на землі. Так як він побачив, що саме українські селяни на закарпатській землі опинилися у найгіршому становищі в Угорщині.

У 1890 р. була надрукована книга по розвитку сільського господарства Карпатського регіону. В ній було викладено напрямки зменшення рівня бідності. Серед проєктів Едмунд Еган було формування та розвиток масового ввезення тирольських корів, для розведення племінної худоби і поширення його серед селян, відродження і розширення молочної і сироварної промисловості, утворення молочарень на основі кооперативів, кролеводство, розведення домашнього птаха, бджільництво, домашні промисли, використання мінеральних вод для санаторіїв, а також створення кооперативних магазинів, будинків-читалень, кооперативних кредитних союзів з малим відсотком на кредити для селян на території Закарпаття. Ці заходи були підтримані сільськими громадами краю. Під його керівництвом були організовані кооперативи в різних селах

У 1897 р. було опубліковано меморандум “Меморандум про розвиток і підвищення рівня духовного й матеріального життя руськомовного народу північно-східних Карпат і Рутенії” єпископа Юлія Фірцака. В ньому було обґрунтовано важке становище українців на закарпатських землях. Уряд Угорщини провів оцінку становища, яке сформувалося на території Закарпаття, та направив на її вирішення Едмунда Егана, який і запровадив функціонування “Верховинські господарські акції” (“Акція Егана”).

Кооперативна діяльність на території Закарпаття розпочалась у 1898 році з допомогою Мукачівської експозитури. У м. Мукачево створено штаб цієї акції (Експозитура для гірських районів), їй допомагали 20 священників греко-католиків. Едмунд Еган побував у багатьох селах Закарпаття, де проводив зустрічі із селянами,

священниками, вчителями та урядовцями. Науковець викладав свої думки у доповіді уряду Угорщини “Економічне становище руських селян в Угорщині”.

Варто відзначити, що “Акція Егана” була спрямована на поліпшення становища селян Закарпаття, що було вигідно для Угорщини та стимулювало збільшення величини ВВП країни. Також спостерігаємо ліквідацію економічно недоцільного інституту посередництва, який сприяв привласненню більшої частини виробленої селянами доданої вартості, адже договори на оренду земельних ділянок укладалися через інститут державної форми власності. Тому потреби у взятті грошей під лихварський відсоток не було, так як функціонували каси взаємодопомоги, які надавали гроші.

Відбулася ліквідація лихварської монополії на торговельну діяльність в селі – товари народного споживання і навіть горілчані вироби у сільській місцевості розпочали продавати кооперативи за цінами, які набагато нижчі, ніж перед ними продавали лихварі. Тому додана вартість залишалася в селі.

Розвиток інноваційних технологій сприяли збільшенню обсягу та якості продуктів сільського господарства, що вирощувалися в селі, також виникла можливість виробництва готових продуктів харчування – вина, сиру та ін.

Отже, вміле поєднання, шляхом підвищення ефективності господарської діяльності, підсилене належно економічним обґрунтуванням ідей, видатного угорського економіста Едмунда Егана, покращило становище основної маси закарпатських селян, та в цілому сприяла певному піднесенню кооперативного руху та економіки гірських районів регіону в означений період.

Список використаних джерел

1. Володимир Гнатюк. Передмова (до львівського видання 1901 р.). [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://eganfond.com.ua/biography.php>
2. Еган Е. Економічне становище руських селян в Угорщині. Меморандум. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.eganfond.com.ua/memorandum.php>
3. Лько В. Закарпатське село на початку ХХ ст. (1900–1919 рр.). Львів, 1973
4. Історичні постаті Закарпаття. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.kolyba.org.ua/unikalne-zakarpattja/vidomi-zakarpatici/29-9>
5. Нариси історії Закарпаття, т. 1. Ужгород, 1993.
6. Як ірландець-реформатор завоював любов закарпатських селян. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://zak.depo.ua/ukr/zak/yak-irlandets-reformator-na-pochatku-minulogo-stolittya-zavoyuvav-19032016200000>

Козюра І. В.

д.держ.упр., професор

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

БОРИС МАРТОС: ГРОМАДСЬКО-ПОЛІТИЧНИЙ ДІЯЧ, КООПЕРАТОР І ПЕДАГОГ

Доля визначного українського громадського і політичного діяча, кооператора і педагога Бориса Миколайовича Мартоса (1879-1977) нерозривно пов’язана з Полтавським краєм.

Борис Мартос народився 20 травня 1879 р. в містечку Градизьк. Він належав до славетного українського роду Мартосів – нащадків лубенського полкового судді Мартина Мартоса (XVI-XVII ст.). У його роду були: лубенський полковник Павло Мартос; видатний український скульптор, автор пам’ятників Кузьмі Мініну та Дмитру Пожарському у Москві та герцогу Ришельє в Одесі – Іван Мартос; секретар гетьмана Кирила Розумовського, письменник Іван Мартос; автор тритомної “Історії Малоросії”, історик Олексій Мартос, видавець першого “Кобзаря” Тараса Шевченка Петро Мартос.

Підмурівок енциклопедичних знань вченого і політика було закладено в мысты Лубни. У 1897 р. Б. Мартос із срібною медаллю закінчив чоловічу гімназію в Лубнах. Цей класичний навчальний заклад на рубежі XIX-XX ст. дав Україні та світу потужну плеяду визначних особистостей. Водночас із Б. Мартосом в гімназії навчалися майбутні міністр праці військових справ УНР М. Порш, визначний економіст і політичний діяч О. Шліхтер, редактор першої на Наддніпрянщині газети українською мовою “Хлібороб” М. Шемет, професор Психоневрологічного інституту в Петербурзі О. Мазурський, історик В. Ляскоронський, поет М. Філянський, письменники М. Козаков та О. Донченко, композитор Б. Підгорецький.

Після закінчення гімназії Б. Мартос продовжив навчання на математичному факультеті Харківського університету, де вступив до Української студентської громади, став членом Революційної Української Партії. За активну політичну діяльність (“завжди брав на себе відповідальні, часто дуже небезпечні справи”) тричі сидів у царській тюрмі. Через арешти і ув’язнення закінчити університет вдалося лише в 1908 р.

Під час навчання в університеті Б. Мартос захопився поглядами одного з основоположників українського кооперативного руху, “артільного батька” Миколи Левитського і, оскільки поліція заборонила йому займатися педагогічною діяльністю як “неблагонадійному”, почав працювати в системі кооперації на Волині, Полтавщині та Кубані. Протягом 1913-1917 рр., з незначними перервами, працював у Полтавському губернському земстві інструктором кооперації, став організатором кредитних і споживчих спілок та кооперативних курсів. Активну участь у кооперативному русі поєднував з політичною діяльністю в Українській соціал-демократичній робітничій партії. Б. Мартос тоді говорив, що він “вірить у щасливу долю українського народу, основувану на його самодіяльності, на почутті своєї сили, незалежності від сторонніх впливів”.

З початком Української національно-визвольної революції Б. Мартос активно включився у розбудову Української держави. На Всеукраїнському селянському з'їзді був обраний до складу Української Центральної Ради, став членом Малої ради від фракції УСДРП, членом і заступником голови ЦК Селянської Спілки, редактором тижневика УСДРП “Воля”. У першому українському уряді посідав пост генерального секретаря земельних справ. Був одним із авторів земельного закону Української Центральної Ради. На відміну від інших соціалістів виступав проти скасування інституту земельної власності. Попереджав, що такий крок спричинить земельну анархію: “кожен селянин буде брати для себе землі стільки, скільки йому захочеться, посилаючись на те, що земля є всенародна”. Відстоював думку, що “широке громадянство просто не доросло до соціалізму”, “селяни розуміють соціалізм як перенесення майна із панського двору до свого власного”. За Гетьманщину очолював Управу Українського кооперативного комітету, викладав у Київському комерційному інституті, був одним із засновників Кооперативного інституту ім. М. Туган-Барановського у Києві. Після утворення Директорії у грудні 1918 р. призначений міністром продовольчих справ в уряді В. Чехівського. З 9 квітня по 27 серпня 1919 р. очолював Раду Народних Міністрів УНР.

Будучи очільником уряду УНР, Б. Мартос водночас обіймав і посаду міністра фінансів, здійснював заходи щодо впровадження української валюти – гривні (по суті був її “хрещеним батьком”), знаходив засоби, щоб зберегти і забезпечити її конвертовану вартість.

З 1920 р. Б. Мартос перебував у еміграції, де плідно займався науковою та педагогічною діяльністю. Тривалий час очолював кафедру теорії кооперації Української господарської академії у Чехословаччині, був одним із засновників тамтешнього Товариства українських кооператорів. В 1945 р. науковець переїхав до Німеччини, де став засновником і ректором Української вищої школи економіки у Мюнхені (1945-1949 рр.) та Українського господарського інституту (1949-1954 рр.), працював в Інституті вивчення СРСР (1954-1958 рр.).

В 1958 р. Б. Мартос переїздить до США. Незважаючи на поважний вік, тут він брав активну участь у діяльності Української вільної академії наук та Наукового товариства ім. Т. Шевченка, викладав в українському технічному інституті у Нью-Йорку, часто виступав із публічними лекціями. З листопада 1966 р. очолив ініціативний комітет з відзначення 50-ліття відновлення української державності. Помер 19 вересня 1977 р. на 98-му році життя. Похований на православному цвинтарі у містечкові Баунд-Брук.

Тривалий час заслуга Б. Мартоса в українському національно-визвольному русі та науці з ідеологічних міркувань замовчувалася. Хоча навіть найзатятіші його противники і критики визнавали “його сильну волю, відвагу, велетенську енергію і витримку”. Значну роль у поверненні громадськості доброго імені цієї людини відіграли викладачі та студенти ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі” на чолі з ректором, доктором історичних наук О. Нестулею. Саме завдяки їх зусиллям було прийнято рішення про спорудження на території університету пам'ятного знаку Б. Мартосу. Будівництво його здійснювалося за спонсорські кошти, а урочисте відкриття відбулося 21 вересня 2007 р., напередодні Дня міста Полтави.

БІПОЛЯРНІСТЬ ТА ПОЛІВЕКТОРНІСТЬ ПОГЛЯДІВ УКРАЇНСЬКИХ ЕКОНОМІСТІВ КІНЦЯ ХІХ-ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ НА КООПЕРАЦІЮ: ЗНАЧЕННЯ ДЛЯ СУЧАСНОСТІ

Відродження кооперативного руху в Україні, особливо з початку ХХІ століття, обумовлює необхідність його теоретичного переосмислення в нових економічних реаліях. У працях сучасників розглядаються теоретичні засади кооперативного руху в Україні, особливості його становлення у контексті світового розвитку. Утім глибину дослідження того чи іншого явища забезпечує лише методологічний рівень. У цьому контексті потребує переосмислення науковий доробок українських вчених кінця ХІХ-початку ХХ століття, оскільки їх теорія кооперації відображає інституціональний розвиток нашого народу і його національну самосвідомість. Використання їх теоретичних здобутків для розвитку сучасного національного кооперативного руху через узагальнення поглядів на природу і соціально-економічне значення кооперації.

Слово “кооперація” (від лат. cooperation) означає співробітництво. У широкому змісті – це гуртування і співпраця людей в будь-якій сфері суспільного життя для досягнення спільної мети, вища форма колективізму, коли між елементами, які входять в систему, точно визначена міра взаємозалежності. У вузькому змісті – це самостійний суспільно-економічний уклад, форма організації праці, за якої певна кількість людей спільно веде господарську діяльність.

Кооперативна ідеологія сформувалася в Україні протягом другої половини ХІХ - першої половини ХХ ст. на основі демократично-гуманістичних засад [1, с. 157]. Розвитку кооперативної ідеї в Україні сприяло поширення відомостей про перші кроки кооперативного руху в Європі і Німеччині, зокрема. Розвиток австрійського господарського законодавства передбачав створення ідейно-організаційних центрів підтримки кооперації, які згуртовували кооперативні організації, налагоджували сталі економічні та організаційні зв'язки між ними, сприяли розвитку кооперативної преси і освіти. Кооперативні ідеї, що прийшли до нас із Західної Європи, живили традиційні цінності національного способу життя.

Вагомий внесок у розвиток теорії кооперації зробили такі вчені: Микола Баллін (1824-1904 рр.), Сергій Подолинський (1850-1891 рр.), Микола Зібер (1844-1888 рр.), Євген Слуцький (1880-1948 рр.), Микола Левитський (1859-1936 рр.), Іван Франко (1856-1916), Кость Паньківський (1855-1915 рр.), Іван Петрушевич (1875-1950 рр.), Борис Мартос (1879-1977 рр.), Сергій Бородаєвський (1870-1942 рр.). Але, безумовно, найбільш значущою постаттю слід визнати Михайла Туган-Барановського (1865-1919 рр.).

Основні положення їх теорій стосувалися природи і соціально-економічного значення кооперації: захист трудящих і збіднілих верст населення в умовах початку розвитку капіталізму; переваги від великомасштабного виробництва; соціальний зміст; виробнича необхідність і економічна доцільність; прояв співпраці та взаємодопомоги; інструмент

досягнення мети при найменших затратах наявних ресурсів; засіб підвищення продуктивності та дохідності праці членів-учасників процесу; інструмент самозахисту від експлуатації капіталу.

М. Туган-Барановський говорив, що будь-який кооператив має два начала: тіло (товарно-грошова економіка) і “душу” (соціальний ідеал) [2, с. 67]. Діалектика взаємовідносин у межах кооперації непроста. З одного боку – особиста зацікавленість кожного, з іншого боку – інтерес до спільної справи, громадське піднесення, ентузіазм. Біполярна основа кооперації виявляється полівекторно і представлена пірамідою, наведеною на рис. 1.

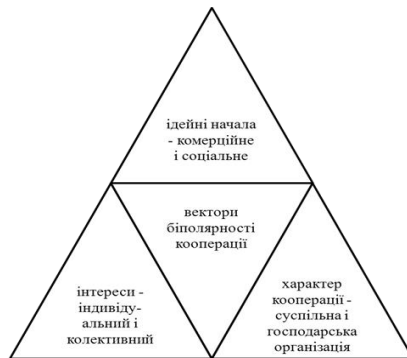


Рис. 1. Формалізація біполярної, полівекторної основи кооперації

Таким чином, феноменом кооперації є поєднання у цьому явищі таких рис, які пов'язані між собою діалектично, знаходяться в стані єдності та боротьби протилежностей і взаємно доповнюють одне одного.

Ідеологічним каменем теорії кооперації українських економістів є піраміда біполярної, полівекторної її основи. Піраміда має три вектора, кожний з яких представлений двома полосами, які одночасно знаходяться в єдності і боротьбі: ідейні начала (комерційне і соціальне), характер кооперації (суспільна і господарська організація), інтереси (індивідуальний і колективний). Ця піраміда має стати основою подальшого розвитку кооперативного руху України.

Список використаних джерел

1. Кооперативна модель економічного розвитку в умовах глобалізації : матеріали наукової конференції професорсько-викладацького складу і аспірантів / [ред. кол. : Башнянин Г. І., Анопій В. В., Вовчак О. Д. та ін.]. - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2012. - 220 с.
2. Сільськогосподарська кооперація [Текст] : вибр. пр. / М. Туган-Барановський [та ін.] ; [упоряд. Л. П. Горкіна ; за ред. д-ра екон. наук. Л. П. Горкіної] ; НАН України, Ін-т економіки та прогнозування. - К. : [б. в.], 2010. - 776 с.

Михальський Ю. В.
к.і.н., доцент, завідувач кафедри історії та політології
Миронов Ю. Б.
к.е.н., доцент
Львівський торговельно-економічний університет

УКРАЇНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ІНСТИТУЦІОНАЛІЗМ У КООПЕРАТИВНІЙ ДУМЦІ ДРУГОЇ ПОЛОВИНИ ХІХ- ПОЧАТКУ ХХ СТОЛІТТЯ

Інституціоналізм – напрям в економічній науці, який бере в основу аналізу не лише економічні проблеми, але й пов'язує їх з проблемами правовими, політичними, соціальними, етичними та ін. Фундатором школи інституціоналізму вважається Торстейн Бунде Веблен, який, використовуючи філософське осмислення економічних процесів та опираючись на доктрину Канта, розширив глумачення предмета політичної економії [5, с. 59-61]. Саме використання цієї методології дозволяє глибоко і всебічно дослідити інституційне поле процесу формування українських кооперативних товариств у другої половини ХІХ-початку ХХ ст., коли статус українських земель був обумовлений пануванням чужих імперських держав, повністю визначив специфічні умови національного економічного розвитку.

Методологічні засади українського інституціоналізму та історичні аспекти формування наукових поглядів інституціоналізму в українській кооперативній думці знайшли висвітлення у працях таких видатних економістів-істориків як Степан Злупко [3], Ілля Витанович [2], Борис Мартос [4], Михайло Туган-Барановський [6] та ін. Поряд з цим, вимагає наукового опрацювання питання розвитку теорії українського інституціоналізму в кооперативній думці 2-ї половини ХІХ-початку ХХ ст.

Українська економічна думка розвиває цінності інституціоналізму в контексті загальноцивілізаційного процесу. Базові цінності інституціоналізму використовує український вчений з світовим ім'ям *Михайло Іванович Туган-Барановський*. Він використовував міждисциплінарний методологічний інструментарій інституціоналізму (історію, психологію, соціологію тощо), аналізуючи і досліджуючи економічні процеси [3]. Методологію інституціоналізму він практикує у фундаментальному дослідженні «Соціальні основи кооперації». Зокрема, Михайло Туган-Барановський, обґрунтовуючи співвідношення кооперації і політики, зазначає, що кооперація не є асоціальною організацією. У ній соціальні інтереси віддзеркалюються ще більше, ніж це стосується політичних партій. Разом з тим вчений застерігає від об'єднання кооперації з політичною партією, оскільки таке об'єднання не є корисним [6]. За умов панування чужих держав в Галичині українська спільнота через кооперативний рух самореалізувалась, українці отримали економічну незалежність за умов відсутності державності.

Одним із фундаторів інституціоналізму в кооперативному русі є *Микола Васильович Левитський*, який заохочував невеликі селянські господарства до спільного господарювання, побудованого на принципі добровільності. Він вважав, що «кооперація

є найліпше і найкраще виявлення людського генія в межах соціально-економічного будівництва» [2, с. 106]. Саме на добровільних засадах, які пропонував Микола Левитський, розвивався артільний рух на Херсонщині, а далі – поширився на Донеччину, Катеринославщину, Канівщину, Чернігівщину, Полтавщину. На засадах, сформульованих Миколою Левитським, артільний рух поширився також на етнічні російські землі.

Серед українських кооператорів з інституціоналістським підходом необхідно відзначити і *Бориса Миколайовича Мартоса*, погляди якого сформувалися під впливом Миколи Левитського. Вчений-кооператор звертав увагу на важливе значення кооперації для української нації, наголошуючи при цьому, що це значення особливо важливе в контексті “боротьби за самостійне економічне становище, за визволення од залежності економічної, за усунення визиску в дорозі обміну...” [4, с. 5].

Визначним не тільки українським, але і європейським кооператором є також *Сергій Васильович Бородаєвський*, який був як теоретиком, так і практиком української кооперації, брав участь в міжнародних кооперативних з'їздах, був дійсним членом Міжнародного Кооперативного Союзу, постійно підтримував тісні контакти з сучасними йому видатними кооператорами світу. Чи не найважливішою серед численних праць Сергія Бородаєвського є монографія “Історія кооперації” [1]. Саме у цій важливій науковій праці вчений з використанням порівняльного аналізу показав особливості кооперації у понад 40 країнах світу, при цьому такий порівняльний аналіз було вперше зроблено у світовій кооперативній літературі.

Серед теоретиків і практиків кооперації дуже популярною була також книжка Сергія Бородаєвського “Збірник про дрібний кредит”, яка обґрунтовувала інституційний підхід до кредитних відносин. Дана праця видатного вченого, яка з'ясовувала суть, закони, організацію та діловодство ощадно-позичкових і кредитних кас, видавалася шість разів загальним накладом 30 тис. примірників.

Отже, історичні еволюційні зміни в господарської самоорганізації українців носили чітко інституційне забарвлення, в основі якого яскраво переважали національно-визвольні стимули. Це було визначальним і першочерговим як для науковців-теоретиків української кооперації, так і для реальних фахових практиків українського кооперативного розвитку.

Список використаних джерел

1. Бородаєвський С.В. Історія кооперації / С. В. Бородаєвський. – Прага : Український громадський видавничий фонд, 1925. – 446 с.
2. Витанович І. Історія українського кооперативного руху / І. Витанович. – Нью-Йорк : ТУК, 1964. – 624 с.
3. Злупко С. М. Михайло Туган-Барановський – український економіст світової слави. – Львів : Каменяр, 1993. – 192 с.
4. Мартос Б. Теорія кооперації : курс лекцій / Б. Мартос. – Регенсбург, Берхтесгаден : Український технічно-господарський інститут, 1947. – 165 с.
5. Селигмен Б. Основные течения современной экономической мысли / Б. Селигмен. – М. : Наука, 1968. – 600 с.
6. Туган-Барановский М. И. Социальные основы кооперации / М. И. Туган-Барановский. – М. : Экономика, 1989. – 496 с.

Онiпко Т. В.

д.і.н., професор

ВНЗ Укоопспiлки "Полтавський унiверситет економiки i торгiвлi"

ПІДТРИМКА ВІТЧИЗНЯНОЮ СПОЖИВЧОЮ КООПЕРАЦІЄЮ ОСВІТИ ТА КУЛЬТУРИ: ДОСВІД 1920-Х РОКІВ

Кооперативні товариства завжди турбувалися не тільки про блага своїх членів, але й інших громадян. Підтвердженням цього є, зокрема, доброчинна діяльність споживчої кооперації України впродовж 1920-х років. Як центральна спілка споживчих товариств Вукопспілка (ВУКС), так і місцеві споживчі товариства та їх спілки систематично виділяли кошти на підтримку освіти і культури. Наприклад, у грудні 1922 р. правління ВУКС ухвалило щомісячну субсидію Харківському "Дитячому театру". У тому ж році Вукопспілкою було виділено 250 крб. на влаштування заходів з нагоди 200-річчя від дня народження українського філософа-гуманіста та просвітителя Г. С. Сковороди.

Тижні та місячники просвіти, ліквідації неграмотності також проходили за участю ВУКС та її місцевих організацій. Зокрема, у березні 1922 р. Вукопспілка передала безкоштовно на адресу Наркомату освіти УСРР підручники та дитячу літературу зі своїх книжкових складів. Організації споживчої кооперації виділяли кошти на утримання "Просвіти", громадських бібліотек, українських шкіл і гімназій, які відкривалися по селах. Лише протягом 1922-1923 рр. за кошти ВУКС та її місцевих спілок було закуплено для села підручників українською мовою на суму 2 млрд. крб. за тодішнім грошовим курсом.

Кооперативно-видавниче товариство "Книгоспілка" регулярно друкувало та продавало дешеві книги і підручники, плакати, листівки, організовувало бібліотеки і клуби-читальні. Ефективно працювала книгарня Київського центрального робітничого кооперативу на Хрещатику. У 1923 р. філії цієї книгарні були створені у Василькові та Білій Церкві, де проходили заняття з ліквідації як загальної, так і кооперативної неграмотності.

Робота з ліквідації неграмотності в українському селі була одним з основних напрямів роботи сільських кооператорів. Зокрема, у квітні 1924 р. споживче товариство у с. Мовчанівка Бердичівської округи ухвалило зосередити в хаті-читальні просвітницьку роботу, де діяв пункт ліквідації неграмотності, який кооператори безкоштовно забезпечували газом. У тому ж році у с. Петропавлівське Павлоградської округи споживче товариство взяло шефство над гуртожитком семирічної школи, розрахованим на 30 учнів; Астраханське споживче товариство (Мелітопольська округа) здійснило закупівлю літератури для сільбуду на суму 50 крб., а для місцевого дитячого будинку – на 34 крб.; Старосанжарське споживче товариство на Полтавщині та Ямпільське на Волині організували шефство над школами.

Більшість споживчих товариств та їх спілок входили до асоціації допомоги студентству, відрховуючи щомісячно членські внески. Упродовж 1920-х років під егідою ВУКС систематично проходили тижні та місячники допомоги студентству. Кооперативні організації сприяли організації студентських кооперативів, надаючи їм

пільгові кредити та стипендії. Наприклад, на зборах київських кооператорів у 1923 р. ухвалили запровадити в Київському кооперативному технікумі стипендію імені Миколи Левитського. Підтримку споживчої кооперації відчували студенти й інших навчальних закладів. Так, у 1923 р. правління ВУКС виділило Київському театральному технікумові допомогу на суму 2 тис. крб. Тоді ж Український центральний робітничий кооператив (Уцербкооп) переказав студентству 25 тис. крб.; Чернігівська райспоживспілка передала студентам Київського інституту міжнародних відносин, Київської консерваторії та Чернігівського музичного училища по тисячі крб. У січні 1926 р. правління ВУКС опублікувало звернення до райспоживспілок, робітничих кооперативів і міських споживчих товариств, у якому йшлося про допомогу студентству шляхом розповсюдження між членами кооперації й через мережу кооперативних магазинів благодійних марок.

Кооператори надавали допомогу сільським будинкам культури. Вони виділяли кошти для придбання необхідного обладнання, меблів, проводили ремонтні роботи тощо. Водночас споживча кооперація надавала допомогу сільбудам у постачанні їх літературою та костюмами, необхідними для вистав. Наприклад, споживче товариство в с. Повчині на Чернігівщині створило фонд для організації сільського будинку, виділивши для нього 87 крб. Кооператори в с. Серогози Мелітопольської округи відремонтували сільський театр і сільський клуб, а Дзєндзелевське споживче товариство Уманської округи виділило для ремонту сільського будинку культури 125 крб. На кошти Гайчурського споживчого товариства Запорізької округи була устаткована в сільському будинку культури сцена, виготовлена декорація, запрошено режисера. Кооператори влаштовували концерти, вистави, диспути, організовували драмгуртки. Так, Нехвороське споживче товариство на Волині восени 1924 р. організувало низку безкоштовних вистав і лекцій-диспутів для селян.

Значною була підтримка споживчою кооперацією політики українізації протягом 1920-х рр. До сіл надходили підручники, твори класиків української літератури, календарі, листівки, підготовлені українською мовою за кошти кооператорів. Зокрема, споживче товариство м. Гостомель на Київщині у 1926 р. здійснило передплату двох примірників газети “Нова громада” і 12 примірників газети “Кооперативне життя” для сільбудів округи.

Виділяли кооператори кошти на організацію екскурсій як для своїх членів, так і некооперованого населення. Загалом упродовж 1927-1928 рр. сільські споживчі товариства влаштували 204 екскурсії для мешканців села до міста.

Система споживчої кооперації допомагала селу здійснювати радіофікацію. Вітчизняні кооператори також багато зробили для кінофікації сільської місцевості. Вони здійснювали широкомасштабну культурно-просвітню роботу, влаштовуючи кіносеанси, перед початком яких організовували доповіді, лекції, бесіди. Лише протягом 1928-1929 рр. сільськими споживчими кооперативами було налагоджено кіномережу в 3 тис. 600 українських сел.

Кращі традиції добродійності вітчизняні кооператори, попри обмеженість власних фінансових можливостей, активно продовжують на початку XXI ст.

Прокіп А. В.

к.і.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

ВІДРОДЖЕННЯ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ НЕЗАЛЕЖНОСТІ

Попередні зауваження. Декларація про державний суверенітет України 16 липня 1990 року та проголошення 24 серпня 1991 року незалежності нашої країни визначили першочерговим завданням створення ефективної, розвинутої національної економіки на ринкових засадах.

Суттєвим недоліком розвитку кооперативного руху початку 1990-х років стала відсутність в Україні національного центру кооперативного руху, який би виконував представницьку, інтеграційну та захисну функції стосовно української кооперації на суспільному рівні. Тільки споживча кооперація мала тоді досить чітку інтегровану внутрішню структуру [1, с. 1].

Теоретичні аргументи. У 1991 році споживчі товариства об'єднувалися у 375 районних споживчих спілок та 101 районне споживче товариство, які, в свою чергу, входили до 24-ох обласних споживчих спілок, об'єднаних в Центральну спілку споживчих товариств України (Укоопспілку). Станом на 1991 рік споживча кооперація України обслуговувала 22,4 млн. осіб, або 43% населення, в тому числі 16,2 млн. осіб сільського та 6,2 млн. осіб міського населення, яке проживало в районних центрах та селищах міського типу [4, с. 1].

Після проголошення незалежності України у власність Укоопспілки перейшли підприємства Центроспілки колишнього СРСР.

Політична та економічна кризи в Україні негативно позначилися на всіх сторонах життя суспільства. Щоб захистити споживчу кооперацію від руйнівних процесів початку 1990-х років правління Укоопспілки змушене було докладати чималих зусиль. Саме завдяки організаційній роботі правління Укоопспілки, спрямованій на розробку юридичних основ розвитку кооперації у ринковому суспільстві, вдалося досягти того, що парламентом України, 10 квітня 1992 року ухвалено закон “Про споживчу кооперацію”, який визначив основні тенденції розвитку споживчої кооперації в умовах незалежної Української держави, а також правові, економічні та соціальні основи діяльності споживчої кооперації в Україні [2, с. 6-7].

Однак, прийнятий закон “Про споживчу кооперацію” хоча й мав велике значення, сам по собі ще не забезпечував суттєвих змін у діяльності споживчої кооперації. Були потрібні чіткі механізми його реалізації. Тому, в порівняно короткий термін, правління Укоопспілки підготувало проекти низки документів, які були обговорені на засіданні Ради голів облспоживспілок та Кримспоживспілки в Ужгороді.

Механізм реалізації закону “Про споживчу кооперацію” у цілому сприйнятий системою, знайшов підтримку з боку кооперативних організацій.

Шості збори Ради Укоопспілки п'ятнадцятого скликання (квітень 1993 року) констатували, що більшість кооперативних організацій практично завершили оформлення

взаємовідносин, права власності та закріплення майна, створення спільних підприємств та укладання договорів про господарсько-правові відносини.

Про тенденції розвитку кооперації України в різних галузях народного господарства можна судити за кількістю зайнятих у ній протягом 1992-1993 років. Тут варто зауважити, що ця кількість суттєво зменшилася. В деяких галузях кооперативного сектору економіки скорочення відбулося навіть удвічі.

Незважаючи на прийняття закону "Про споживчу кооперацію" 1992 року та налагодження певної цілеспрямованої роботи з відновлення принципів розбудови та створення умов щодо підвищення ролі споживчої кооперації, закріплення за пайовиками частини кооперативної власності, деякого зміцнення економіко-фінансового потенціалу споживчих товариств і споживспілок, протягом 1990-х років руйнівні процеси в системі споживчої кооперації все ще переважали над над створювальними.

В роздрібному товарообороті країни у 1990-х роках питома вага споживчої кооперації неухильно знижувалася з 30,2 % у 1991 році аж до 15,5 % у 1996 році та 11,8 % у 1997 році [6, с. 1]. Роздрібний товарооборот споживчої кооперації за 1996 рік у фактичних цінах склав 2435,3 млн. гривень [5, с. 1].

Розбалансованість фінансово-кредитної системи та поглиблення економічної кризи, виявилися для споживчої кооперації значно більш руйнівними, ніж для інших галузей та сфер діяльності.

Практично з кожним роком споживча кооперація України згортала свої позиції, падали обсяги її діяльності. Це зумовлювалося безвідповідальністю і безконтрольністю, що домінували тоді в багатьох споживчих товариствах та спілках. Такі обставини призвели до зниження питомої ваги споживчої кооперації в товарообороті держави до критичного рівня [3, с. 98].

Тому можна стверджувати, що у другій половині 1990-х років більшість облспоживспілок працювали збитково й загрозливе становище, що склалося в багатьох кооперативних підприємствах та організаціях, на думку багатьох дослідників, було насамперед, прямим наслідком втрати керованості та послаблення контролю за їх роботою з боку правлінь споживспілок, зростанням марнотратства й безгосподарності [3, с. 117].

Питання підвищення ефективності роботи кооперативних організацій в нових умовах ринкових форм господарювання розглядалися з'їздами споживчої кооперації України – XVI-м, XVII-м, XVIII-м (позачерговим), XIX-м [7, с. 786].

Висновки. Отже, динаміка процесів, що відбувалися у системі кооперації України в 1990-х рр., була пов'язана з радикальними змінами в нашій державі та суспільстві. Історичні перетворення поставили кооперацію України перед необхідністю розв'язання низки складних проблем. Головне – це вибір шляху, способів визначення стратегії соціально-економічного розвитку, трансформації кооперативної системи в економіку України, відродження демократичних засад діяльності кооперативних організацій і підприємств, підвищення їхньої економічної ефективності, ініціативи та підприємливості.

Список використаних джерел

1. Артеменко В. Консолідація кооперативного руху в Україні (1991-2007) // Українська кооперація. – Київ. – 2008. – Ч.1. – С.1.

2. Закон України “Про споживчу кооперацію” // *Жива історія / Упоряд.: Б. Шинкарук, Т. Власюк. – Київ : Ред.гиз. “Вісті Центральної спілки споживчої кооперації України”, 2007. – 488 с. – С.6-7.*
3. Марцін В. Характеристика стану споживчої кооперації і її роль в сучасних умовах господарювання. – С.98; – С. 117.
4. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 1991 рік. – Київ : ВРО “Укоопреклама”, 1992. – 98 с. – С.1.
5. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 1996 рік. – Київ : ВРО “Укоопреклама”, 1997. – 138 с. – С.1.
6. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 1997 рік. – Київ : ВРО “Укоопреклама”, 1998. – 132 с. – С.1.
7. Споживча кооперація України. Від зародження до сьогодення: монографія / Заг. ред. С. Гелея. – Львів: ЛКА, 2012. – 976 с.

Томашик Л. С.

к.с.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

ЗАРОДЖЕННЯ КООПЕРАТИВНОЇ ІДЕЇ В КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Час зародження кооперації, як феномену індустріального суспільства, датується останньою четвертю XVIII-першою половиною XIX століття. В цей період у Великобританії, Франції, Німеччині та інших країнах Західної Європи почали з'являтися примітивні за організацією та функціями торговельні та виробничо-закупівельні товариства. Хоча на думку відомого німецького кооператора Г. Крюгера кооперація існує з того часу як існує людство, оскільки колективне, кооперативне начало становило основу землеробсько-ремісничої цивілізації.

Першими європейськими теоретиками кооперативного руху були англієць Джон Беллерс та голландець Пітер Корнеліус. Даніель Дефо, відомий англійський письменник, першим розробив проекти споживчих товариств та позичково-видаткових кас.

Р. Оуен спрямував свої зусилля на організацію кооперативних крамниць, землеробських колоній, банків справедливого обміну товарами виробництва для здійснення своєї доктрини так званої соціальної системи, яка повинна була ґрунтуватися на законах природи та засадах раціонального суспільного устрою, протиставляючи системі господарського індивідуалізму та конкуренції систему господарського колективізму і гармонії суспільно-економічних інтересів, Р. Оуен розумів під останньою громадські спільноти, колонії, що утворювались на засадах спільної праці, розподілу продуктів та рівності. Власне ідеї Р. Оуена і стали тим зародком із якого вирости кооперативні організації. М. Туган-Барановський зазначав, що “тільки ідеалістичний запал, нова соціальна віра могли дати силу англійським робітникам для тієї могутньої соціальної творчості, яка виявилась в утворенні кооперативних організацій” [3, с. 33-34].

У. Кінг вбачав у кооперації засіб визволення праці з капіталістичного ярма та нову господарську систему, що базувалась на суспільній власності. Він вважав, що кооперація повинна поширюватися не лише на виробництво і торгівлю, а й на володіння землею. На думку У. Кінга для отримання необхідного капіталу потрібно створювати кооперативи, що дало б змогу закупити землю, спільно її обробляти, виробляти продукти і, відповідно, краще задовольняти свої потреби. У. Кінг пропонував: 1) створювати товариство для кооперативної пропаганди і збору засобів шляхом внесків; 2) на зібрані кошти організовувати споживчі кооперативи для постачання їхніх членів товарами і для накопичення капіталу; 3) відкривати виробничі підприємства цих кооперативів для збільшення капіталу і забезпечення заробітками членів кооперативів; 4) накопичивши капітали придбати у власність або взяти в оренду земельні ділянки, на яких створити виробничі кооперативи промислово-землеробські общини [2, с. 162].

Шарль Фур'є вважається батьком виробничої кооперації. Його ідеї щодо переваги кооперативної праці над найманою, необхідності зробити кооперацію доступною для всіх прошарків населення, можливості зближення виробників та споживачів і як наслідок – усунення зайвих посередників, не втратили актуальності і сьогодні.

Основоположниками робітничих споживчих товариств у Франції були К. Сен-Сімон, Ф. Бюше та Л. Блан. Вони обґрунтовували ідеї про те, що промисловість повинна бути власністю виробників, що виробнича асоціація є засобом передачі виробництва в руки ремісників і робітників і що це дасть їм можливість утримувати ці знаряддя за умов, якщо відраховуватимуть 20% прибутків асоціації до неподільного і невідчужуваного фонду, призначення якого – придбання у власність асоціації дорогих знарядь виробництва, розширення загальної справи.

Створювати виробничі асоціації, які б фінансувалися буржуазним урядом, запропонував відомий німецький діяч робітничого руху Фердинанд Лассаль. Для цього необхідно було створити робітничу партію, добитися загального виборчого права і здобути більшість у парламенті.

Професор суспільної економіки Сорбонни та ідейний вождь так званої Німської школи кооператорів Шарль Жід виділив споживчу кооперацію з-поміж інших видів, вважаючи її простим і правильним засобом для колективних заощаджень, з допомогою якого можна усунути торговельного посередника між виробником та споживачем. Даючи прибуток тим, кому він справедливо повинен належати, кооперація може в перспективі перетворити суспільство на користь споживача. Представникам німської школи вдалося поєднати соціальні цілі доктрини виробничих асоціацій та ідейні засади кооперативів рочдельського зразка; розвинути ідею пріоритетності споживача в економічному житті суспільства; відстояти необхідність еволюційного, без соціальних збурень та політичних потрясінь, розвитку суспільства.

У першій половині ХХ століття найбільш популярним у Західній Європі був кооперативний соціалізм. Його прихильниками стали Є. Ансель (Бельгія), С. Пуассон, Ж. Жорес (Франція), Г. Кауфман, Ф. Штаудінгер (Німеччина), Г. Мюллер (Швейцарія). У їхніх працях обґрунтовувалась ідея про спроможність кооперації еволюційним шляхом вирішити протиріччя між працею та капіталом і опинитися у суспільстві соціальної справедливості.

Французький соціаліст Бернар Лавер стверджував, що кооперативний характер мають лише ті кооперативні об'єднання, що функціонували у сфері обміну та забезпечували потреби членів. До таких він відносив і промислові товариства з кооперативною формою управління, членами яких були переважно юридичні особи: місцеві органи влади, органи самоврядування, громадські організації, установи тощо.

Герман Шульце вважається одним із творців різновиду ліберальної кооперативної ідеології, так званої “доктрини Шульце-Деліча”. Ця доктрина не визнає за кооперативами місії творення нових виробничих відносин, а лише обмежує їхню роль усуненням викривлень і суперечностей капіталістичного ладу.

Кооперативна ідея у країнах Західної Європи формувалася під впливом найпопулярніших на той час соціальних вчень, а ідеї справедливості та соціальної захищеності шляхом створення об'єднань вільних виробників, які б спільно вели господарство на основі колективного майна, моральних і етичних відносин поширились по всій Європі.

Список використаних джерел

1. Бабенко С., Галук В., Гелей С. та ін. *Історія кооперативного руху*. – Львів: Інститут українознавства НАН України, 1995.
2. Гелей С., Пастушенко Р. *Теорія та історія кооперації: Підручник*. – Київ: Знання, 2006.
3. Туган-Барановський М. *Кооперація, її природа та мета*. – Львів, 1936.
4. Джон Беллерс. *Проект утворення робочого коледжа всіх полезних ремесел и сельского хозяйства* [Електронний ресурс]. / – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Беллерс,_Джон. – 23.01.2012.
5. Оуэн Р. *Избранные сочинения*. – Москва; Ленинград: Изд-во АН СССР, 1950. – Т. I. – С. 293.
6. Туган-Барановський М. *Кооперація, її природа та мета*. – Львів, 1936. – С. 33-34.
7. Тотоміану В. Шарль Фур'є по ювілейнім обході у Парижі // *Кооперативна республіка*. – 1932. – Ч. 2. – С. 48.
8. Цит. за: Бородавський С. *Історія кооперації*. – Прага, 1925. – С. 24.

СЕКЦІЯ 2 “СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ЙОГО ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ”

Барна М. Ю.

д.е.н., доцент, перший проректор
Львівський торговельно-економічний університет

ІННОВАЦІЙНІ ШЛЯХИ ОРГАНІЗАЦІЙНОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Швидка експансія роздрібних торговельних мереж, у тому числі іноземних, що володіють відомими брендами, відпрацьованими схемами логістики та оптимальною організаційною структурою, може стати причиною поступового витіснення підприємств кооперативної торгівлі з регіональних ринків. Це знизить їх можливості вирішення соціальних завдань забезпечення низькорентабельних, з точки зору обсягів реалізації, населених пунктів.

З огляду на взаємозв'язок рівня конкурентоспроможності та застосування інноваційних технологій, а також ринкову, споживчу спрямованість торгівлі, конкурентна перевага сучасного торговельного підприємства є концентрованим проявом використання переваг інноваційного підходу в стратегії і тактиці ведення бізнесу з метою більш ефективного задоволення потреб споживачів.

Впровадження інноваційних технологій організаційного розвитку підприємств споживчої кооперації України, зокрема бренд-представлення організацій, розробка стратегій брендингу, ускладнюється через багатогалузєвість господарської діяльності системи споживчої кооперації. Крім того, не існує чіткого уявлення особливостей організації брендингу в системі споживчої кооперації, специфіки його застосування кооперативними організаціями.

Особливостями брендингу в споживчій кооперації є відповідність товарної політики організацій вимогам, що визначені базовими ідеями та цінностями кооперації, характерними для неї принципами, сформульованими в Декларації про кооперативну ідентичність, що була прийнята Конгресом Міжнародного кооперативного альянсу, який відбувся в Манчестері, Сполучене Королівство Великої Британії та Північної Ірландії, в вересні 1995 року і був присвячений сторіччю Альянсу. Зокрема, наявність цінностей (взаємодопомога, взаємна відповідальність, демократія, рівність, справедливість, солідарність), етичних цінностей (чесність, відкритість, соціальна відповідальність, турбота про інших) і таких принципів як добровільне та відкрите членство; демократичний членський контроль; економічна участь членів; автономія і незалежність, освіта, підвищення кваліфікації та інформація; співробітництво; турбота про суспільство дають загальні орієнтири господарської діяльності кооперативних організацій, в тому числі в сфері формування товарної політики.

Реалізований товарний асортимент, надані послуги, вироблена продукція визначаються такою ціновою політикою, яка дозволяє основному споживчому контингенту підприємств споживчої кооперації, сільському населенню з низьким рівнем доходів, залишатися

постійними споживачами продукції (товарів, робіт, послуг) системи і демонструвати, тим самим, прихильність до споживчої кооперації. На практиці це реалізується за допомогою виконання соціальної місії підприємствами споживчої кооперації, підтримкою пайовиків і незаможного сільського населення шляхом надання безкоштовних послуг під брендом кооперативного підприємства, участі в благодійних заходах, надання спонсорської допомоги та інших напрямків, що відносяться до різних сфер маркетингу взаємовідносин і маркетингу подій. У сукупності, така діяльність є також важливим чинником формування прихильності споживачів до бренду системи споживчої кооперації.

Важливим аспектом корпоративного бренду системи споживчої кооперації є те, що бренд дозволяє впливати не тільки на споживачів товарів (робіт, послуг) кооперативних підприємств, а й на всі зацікавлені в діяльності системи сторони, зокрема, інвесторів, працівників, партнерів, постачальників, конкурентів, місцеві громади в цілому. За допомогою керованого бренду споживча кооперація забезпечує собі ширшу сферу впливу і популярність в бізнес-середовищі.

Значною мірою можливості соціально орієнтованої господарської діяльності підприємств споживчої кооперації зумовлюються такою позитивною особливістю брендингу, як диверсифікована діяльність, що формує загальнокооперативний бренд. Через диверсифікований характер кооперативного господарства, представленого сукупністю оптової і роздрібною торгівлі, ресторанного господарства, закупівель сільськогосподарської продукції і сировини, послуг, виробництва товарів, споживча кооперація функціонує одночасно і на промислових, і на споживчих ринках. Отже, для системи характерним є використання одночасно і промислового, і споживчого брендингу; в іншому випадку кооперативні підприємства значно знижуватимуть рівень конкурентоспроможності, не зможуть зберегти власний сегмент ринку і забезпечити прихильність споживачів. За таких обставин надзвичайно актуальним для системи споживчої кооперації є застосування, як домінуючого, парасолькового бренду (*umbrella brand*). Це означає, що під брендом споживчої кооперації на промислових і споживчих ринках реалізується весь товарний асортимент, пропонується весь комплекс робіт і послуг, вироблених (наданих) кооперативними підприємствами. Переваги застосування парасолькового бренду в даному випадку визначаються історією розвитку кооперативного руху, її позитивним іміджем, діловою репутацією, популярністю серед різних верств населення тощо.

Сьогодні цілісна система брендингу в споживчій кооперації відсутня, використовуються лише окремі його елементи. Кооперативні підприємства не мають ресурсних можливостей для розробки власних торгових марок, а наявні для цього ресурси, зокрема науково-дослідна діяльність освітніх установ системи не затребувані практикою. Система в цілому не відчуває потреби в підготовці фахівців з брендингу і бренд-менеджменту, незважаючи на наявність власних закладів освіти.

Традиційно посиляючись на дефіцит фінансових ресурсів для застосування інновацій та розробку торгових марок, кооперативні підприємства, разом з тим, не використовують переваги бренду як нематеріального активу, не проводять розрахунки вартості капіталу бренду, а, отже, не займаються прогнозуванням її зміни на стратегічну перспективу, що спотворює результати реальної оцінки вартості бізнесу кооперативних підприємств.

Балабан П. Ю.
к.е.н., професор, завідувач кафедри комерційної діяльності та підприємництва
ВНЗ Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"

ЕФЕКТИВНІСТЬ ФУНКЦІОНУВАННЯ КООПЕРАТИВНОЇ ТОРГІВЛІ В УМОВАХ КОНКУРЕНЦІЇ

Економічні реформи, що відбулися в Україні в останні роки ХХ століття, які супроводжувалися процесами демонополізації, появою приватної форми власності в результаті приватизації та акціонування державних підприємств, обумовили формування конкурентного середовища. Конкуренція стала механізмом, який стимулював трансформаційні процеси в усіх сферах суспільного життя, у тому числі і в споживчій кооперації.

Усе господарство споживчої кооперації України глибоко інтегроване в економіку держави і виступає як її невід'ємна складова частина. Перехід до ринкових відносин, роздержавлення та приватизація, які були суттю перехідного періоду та створили умови для кардинальних змін в економічному житті країни, стали основними причинами трансформацій в розвитку всіх галузей економічної діяльності системи споживчої кооперації. основне місце серед яких належить кооперативній торгівлі.

Монопольно обслуговуючи сільське населення, в умовах практичної відсутності конкуренції, кооперативна торгівля за радянських часів успішно розвивалася. Розпад Радянського Союзу призвів до розриву господарських зв'язків між окремими республіками, галузями народного господарства, підприємствами, до занепаду економіки усіх постсоціалістичних держав [1, с. 86].

Споживча кооперація, як соціально орієнтована система, не могла не відчувати на собі впливу економіки країни, що зазнавала значних втрат в період переходу до ринку. Економічна криза, значний спад виробництва товарів народного споживання, знецінення купонокарбованця призвели до критичного становища на споживчому ринку, зниження купівельної спроможності населення, особливо сільського, та значного зменшення фізичного обсягу продажу товарів, що мало негативний вплив на розвиток торговельної діяльності системи.

Скоротилась чисельність торговельних підприємств, швидкими темпами скорочувався обсяг роздрібного товарообігу, асортимент товарів і як наслідок – погіршилася якість обслуговування населення, чому сприяли також втрата управління галуззю, стихійність у процесах формування ресурсів, товаропостачання роздрібної мережі та звуження фронту продажу товарів.

Важливою тенденцією розвитку кооперативної торгівлі були і залишаються зміни у структурі товарообороту системи. Критичне становище склалося у торгівлі непродовольчими товарами. Станом на 1.01.2015 року у структурі роздрібного товарообороту системи частка непродовольчих товарів складала 13,4 %, у порівнянні з 53,6 % у 1990 р. (табл. 1). При цьому тенденція зростання частки непродовольчих товарів в роздрібному товарообороті України (з 55,6 % у 1990 р. до 58,7 % у 2014 р.) у товарообороті споживчої кооперації почала проявлятися лише з 2000 року (9,6 % у 2000 р. і 13,4 % у 2014 р.), а різниця у структурі товарообороту України і Укоопспілки збільшилася з 2,0 % у 1990 р. до 45,3 % у 2014 р.

Таблиця 1

Структура роздрібного товарообороту підприємств України та споживчої кооперації за 1990-2014 рр. (%)

Групи товарів	Період, роки						Зміни за 2014 р. до +/-		
	1990	1995	2000	2005	2010	2014	1990 р.	2000 р.	2010 р.
Україна	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	-	-	-
- продовольчі товари	44,4	63,2	52,6	42,0	39,0	41,0	-3,4	-11,6	2,0
- непродовольчі товари	55,6	36,9	47,4	58,0	61,0	59,0	3,4	11,6	-2,0
Укоопспілка									
- продовольчі товари	46,4	81,1	90,4	87,7	86,7	86,6	40,2	-3,8	-0,1
- непродовольчі товари	53,6	18,9	9,6	12,3	13,3	13,4	40,2	3,8	0,1

Через скорочення мережі магазинів, особливо в сільській місцевості, здачу їх в оренду приватним та комерційним структурам споживча кооперація поступово втрачала ринки збуту товарів. Система практично позбулася універсальних та спеціалізованих магазинів в районних центрах та селищах міського типу, які, як правило, були прибутковими і дозволяли перекривати збитки від роботи підприємств, розташованих у малих та неперспективних населених пунктах. Як результат, у загальному обсязі роздрібного товарообороту споживчої кооперації частка товарообороту у сільській місцевості постійно зростала і досягла у 2014 р. 57,5 % при 49,5 % у 1995 р. (табл. 2). Це свідчить про посилення конкуренції з боку підприємств приватної торгівлі та втрату системою своїх позицій в обслуговуванні міського населення, яке відрізняється значно вищою концентрацією грошових доходів, сприятливішими умовами для організації його торговельного обслуговування.

Таблиця 2

Розрахунок базисних темпів змін роздрібного товарообороту підприємств України та товарообороту споживчої кооперації в сільських і міських поселеннях за 1995-2014 рр.

Показники	Період, роки					2014 р. у % до		
	1995	2000	2005	2010	2014	1995 р.	2000 р.	2010 р.
Україна, всього, млн. грн.	11964	28758	94332	280890	438343	36,6р.	15,2р.	156,1
у % до базового року	100,0	2,4р.	7,9 р.	23,5р.	36,6р.	-	-	-
Укоопспілка, всього	1948	1574	2610	4368	4078	2,1р.	2,6р.	93,4
у % до базового року	100,0	80,8	134,0	2,2р.	2,1р.	-	-	-
у тому числі Україна								
у міських поселеннях	10425	25396	86804	256716	400664	38,4р.	15,8р.	156,1
у сільських поселеннях	1539	3361	7528	24174	37679	24,5р.	11,2р.	155,8
Укоопспілка:								
у міських поселеннях	984	663	1167	1866	1805	1,8р.	2,7р.	96,7
у % до базового року	100,0	67,4	118,6	1,9 р.	1,8р.	-	-	-
у сільських поселеннях	964	911	1443	2502	2273	2,4р.	2,5р.	90,8
у % до базового року	100,0	94,5	149,7	2,6р.	2,4р.	-	-	-

Важливими причинами ситуації, що склалася в кооперативній торгівлі, стали зміни в обсягах і структурі сільського споживчого ринку, платоспроможного попиту сільського населення та недостатній рівень конкурентоспроможності кооперативних підприємств і організацій. Крім того, інфляційні процеси та девальвація національної валюти призвели до стрімкого зростання цін на товари та послуги і відповідного зниження фізичного обсягу товарообороту кооперативних підприємств.

Трансформаційні процеси в діяльності торговельної галузі системи за 1990-2015 рр. умовно можна розділити на 2 етапи:

- період адаптації кооперативних підприємств до ринкових умов господарювання, який супроводжувався економічною кризою та значним падінням обсягів діяльності (1990-2000 рр.);

- період стабілізації та поступального соціально-економічного розвитку (2001-2015 рр.).

Аналіз розвитку торгівлі споживчої кооперації показав, що для адаптації підприємств торгівлі до нових умов господарювання та нівелювання негативних факторів перехідного періоду в першу чергу були необхідні перепрофілізація наявної мережі підприємств роздрібною торгівлі. Система почала активну роботу з розвитку мережі продовольчих магазинів, скорочення чисельності спеціалізованих магазинів, розширення мережі магазинів типу “Товари повсякденного попиту” з організацією продажу в них товарів складного асортименту за замовленнями населення, відкриття сучасних підприємств типу “маркет”. Досить перспективним було перепрофілювання магазинів (де це доцільно) в підприємства ресторанного господарства – кафе, міні-бари тощо. При цьому зберігалася кооперативна власність, збільшувалися прибутки від господарської діяльності, не допускалися на ринок конкуруючі структури.

Характерно, що темпи скорочення торговельної мережі не співпадали і значно перевищували темпи змін товарообороту (табл. 3).

Таблиця 3

Порівняльна характеристика темпів змін товарообороту і матеріально-технічної бази кооперативної роздрібною торгівлі за 1995-2014 рр. (%)

Показники	Період (роки)					Зміни за 1995 р. (+/-)		
	1995	2000	2005	2010	2014	2000 р.	2010 р.	2014 р.
Роздрібний товарооборот, всього	100,0	53,9	89,3	149,5	2,1р.	-110	46,1	110,0
в т.ч. оборот підприємств роздрібною торгівлі	100,0	51,5	85,4	150,9	2,2р.	-48,5	50,9	120,1
Кількість підприємств роздрібною торгівлі всього	100,0	45,0	27,1	17,3	11,5	-55,0	-82,7	-89,1
в т.ч. магазинів	100,0	45,3	28,2	17,7	11,9	-54,7	-82,3	-88,1
Загальна торгова площа магазинів	100,0	47,3	31,2	20,3	12,0	-52,7	-79,7	-88,0
Середня площа одного магазину	100,0	93,5	99,4	105,2	101,6	-6,5	5,2	1,6

Так, при рості за 1995-2014 рр. обсягів роздрібного товарообороту в цілому по системі у 2,1 рази, кількість підприємств торгівлі скоротилася на 89,1 %, в тому числі магазинів – на 88,1 % .

Разом з тим, як свідчить досвід останніх років, наявна матеріально-технічна база (за умови її модернізації і оснащення сучасним торгово-технологічним обладнанням) в основному забезпечує досягнуті обсяги товарообороту та дозволяє здійснювати торгівлю товарами народного споживання на регіональних ринках, залишаючись, при цьому, основною торговельною системою на селі.

Досить важливим, на нашу думку, є збереження відносно великих за обсягами діяльності магазинів, які мають можливість у перспективі перетворитися на сучасні центри торгівлі. Так, середня площа магазину за 1990-2014 рр. збільшилася на 5,7 кв. м. (із 75,8 кв. м. у 1990 р. до 81,5 кв. м. у 2014 році), що свідчить про скорочення мережі за рахунок дрібних і середніх підприємств. Така політика Укркоопспілки є економічно обґрунтованою, орієнтованою на відновлення впливу системи на розвиток торгівлі в сільській місцевості і відповідає загальносвітовим тенденціям.

Негативні тенденції в розвитку роздрібної торговельної мережі споживчої кооперації співпадали з основними тенденціями розвитку її в цілому в Україні. Так, за період з 1990 по 2014 роки у внутрішній торгівлі України відбулося значне скорочення роздрібної торговельної мережі (на 50,6 %), забезпеченості населення об'єктами торгівлі (на 51,4 %) та торговельними площами (на 18,4 %). Значні негативні зміни характерні для структури торговельної мережі, що привело до активного розвитку неальтернативних за культурою та якістю обслуговування дрібнороздрібних підприємств та ринків з реалізації споживчих товарів.

Суперечливий характер розвитку роздрібної торгівлі в Україні поряд з тим відбувається на фоні позитивних змін в галузі: швидкими темпами виникають підприємства європейського стандарту, корпоративні торговельні мережі, фірмова торгівля, електронна торгівля. Зростає роль сучасних форматів торгівлі.

Основні причини, які спричинилися до змін у обсягах товарообороту та чисельності магазинів як у внутрішній торгівлі України, так і системі споживчої кооперації в цей період, умовно можна поділити на 2 групи: об'єктивні і суб'єктивні.

До об'єктивних слід віднести причини загальноекономічного характеру: різке падіння життєвого рівня і купівельної спроможності населення, натуралізація доходів, зміни в структурі споживання, гіперінфляція (особливо в перші роки самостійності держави), діюча система кредитування, податковий тиск тощо.

Суб'єктивними є причини, які в більшій мірі залежали від діяльності самої системи. Це згортання оптової ланки торгівлі і втрата нею статусу основного постачальника товарів для кооперативної роздрібної торгової мережі, скорочення обсягів діяльності і неефективне використання наявної матеріально-технічної бази, неврахування змін, що сталися на сільському споживчому ринку, поява конкурентів і таке інше.

Період з 2000 по 2015 рр. у кооперативній торгівлі характеризувався призупиненням спаду та поступовим нарощуванням обсягів роздрібного товарообороту. Вже у 2005 році в цілому по споживчій кооперації він досяг 2,6 мільярдів гривень і зріс у порівнянні з 1995 роком в 1,34 рази. Поліпшилася структура товарообороту. Зросли обсяги

продажу важливих груп продуктів харчування, зокрема м'ясопродуктів, ковбасних виробів, молочної продукції, цукру, борошна, круп і макаронних виробів, збільшилася питома вага непродавочних товарів.

Реконструкція та оснащення магазинів новим обладнанням, впровадження сучасних технологій і прогресивних методів продажу товарів дали змогу кооперативним організаціям протягом цього періоду прискорити приведення торговельної мережі до конкурентоспроможного стану.

У райцентрах, містах, великих населених пунктах, де модель торгівлі формується в умовах жорсткої конкуренції, пріоритетний розвиток отримали сучасні магазини типу “маркет” з широким асортиментом товарів, поміркованою ціновою політикою та високою культурою обслуговування. Уже станом на 1.01. 2010 року в системі оновлено більше 60% роздрібною мережі, реконструйовано та технічно переоснащено більше 750 коопмаркетів різних типів. Чисельність магазинів типу “маркет” постійно зростає, що свідчить про ефективність їх діяльності. Як показує практика, орієнтація системи на відкриття коопмаркетів була економічно обґрунтованою і дозволила повернутися на вигідні ринки районних центрів та селищ міського типу.

Якісне оновлення діючої торговельної мережі сприяло стабілізації роботи інших галузей діяльності системи. Збільшилися також обсяги обороту ресторанного господарства, побутових послуг, заготівель і виробництва товарів народного споживання.

Конкурентоспроможність підприємств кооперативної торгівлі у великій мірі залежить від трансформаційних процесів, що відбуваються в цілому в торгівлі, що здійснюється на території сільських поселень. Це, перш за все, значне відставання матеріально-технічного потенціалу сільської торгівлі від потреб населення у придбанні товарів і послуг. Так, забезпеченість сільського населення торговельними площами у 3,3 рази нижче від середнього по Україні рівня і у 5 разів – від нормативу; товарооборот на одну особу – 2,8 тис. грн. в рік, при споживчих витратах населення на придбання товарів у 12,1 тис. грн., що свідчить про значну міграцію покупок сільських жителів в міста; для сільської торгівлі характерна деформована структура товарообороту внаслідок орієнтації переважно на продаж продовольчих товарів; роздрібний товарооборот на один магазин в сільській місцевості у 2,6 рази нижче, ніж в середньому по Україні [2, с.118].

З врахуванням цих тенденцій розвитку торгівлі в сільській місцевості, найбільш реальним і ефективним напрямком розвитку торгівлі на селі є, на наш погляд, відродження кооперативної торгівлі, відновлення її матеріально-технічної бази і функцій. Аргументом може слугувати те, що кооперативна модель сільської торгівлі, орієнтована на створення невеликих споживчих кооперативів, що об'єднують населення з метою організації торговельного обслуговування, малозатратна та не потребує великих матеріальних ресурсів. Вона має достатню соціальну базу, не вимагає значних інвестицій, зрозуміла для селян, які знайомі з діяльністю кооперативних підприємств на протязі багатьох десятиліть. Завдання полягає у необхідності повернення довіри селян до кооперації.

Створення сприятливих умов для розвитку кооперативної торгівлі вимагає невідкладного вирішення інших соціально-економічних завдань на сільському споживчому

ринку. Серед них – призупинення деградації сільських населених пунктів, трудової міграції населення в міста та за кордон, суттєве підвищення рівня доходів сільського населення.

При цьому соціально-економічна база відродження споживчої кооперації на селі досить широка: чисельність сільського населення з доходами нижче прожиткового мінімуму (основний аргумент на користь створення кооперативів) знаходиться в межах 23-25% (близько 3,3 млн. осіб) [2, с.166], що об'єктивно буде стимулювати їх об'єднання у споживчі чи інші види кооперативів. Крім того, на селі збереглася матеріально-технічна база кооперативної торгівлі – близько 7 тисяч магазинів та підприємств дрібнороздрібної торговельної мережі, ринків та підприємств інших галузей кооперативного господарства. Завдання полягає як у відродженні кооперативної торгівлі на базі існуючої матеріально-технічної бази, так і у відкритті нових об'єктів роздрібної, дрібнороздрібної та дрібнооптової торгівлі. Важливим резервом розширення торгівлі споживчої кооперації є також використання за призначенням великої кількості магазинів, зданих в оренду підприємницьким структурам, відновлення роботи “законсервованих” та перепрофільованих у період кризи підприємств [2, с.167].

Таким чином, аналіз основних тенденцій розвитку підприємств роздрібної торгівлі показав, що вони мають перспективи розвитку як на регіональних ринках товарів та послуг, так і на загальнодержавному ринку. У цьому плані розрахунки підтверджують основні висновки Стратегії розвитку роздрібної торгівлі споживчої кооперації про необхідність подальшого розвитку та вдосконалення торговельної діяльності, вдосконалення роздрібної мережі та розширення функцій магазинів, що передбачає:

- стабілізацію кількісного та якісного розвитку роздрібної торговельної мережі, формування ефективних, конкурентоспроможних суб'єктів господарської діяльності у сфері роздрібної торгівлі;
- підвищення ролі магазину, зміцнення його статусу як центру по роботі з членами споживчих товариств і спілок, з організації та проведення роботи по всіх напрямках діяльності споживчої кооперації: заготівельної, виробничої, кредитної, інформаційної, консультаційної, організаційно-масової тощо;
- асортиментна політика кооперативних підприємств повинна спрямовуватися на торгівлю екологічно чистими продуктами та залучення на ринок товарів місцевих виробників;
- участь споживчої кооперації в розробці та реалізації генеральних планів розвитку населених пунктів шляхом відкриття ключових об'єктів роздрібної торгівлі, у тому числі в складі соціально-культурно-побутових центрів сіл і міст;
- проникнення підприємств кооперативної роздрібної торгівлі на територію малих, середніх і великих міст, у склад торговельно-сервісних центрів, розташованих на автомобільних шляхах, місцях транспортних розв'язок та інших привабливих для торгівлі зонах;
- переважання в сільській місцевості магазинів зі змішаним асортиментом продовольчих і непродовольчих товарів, а в районних центрах і містах – універсальних та спеціалізованих магазинів, зокрема з торгівлі господарськими та будівельними матеріалами, продовольчими, а також кооперативних маркетів;
- диверсифікацію діяльності торговельних підприємств шляхом доповнення основного виду діяльності суміжними: позамагазинною торгівлею, ярмарками, базарами,

аукціонами, використанням Інтернет-торгівлі, торгівлі за замовленнями.

В основу структурної та територіальної організації роздрібної торговельної мережі, її асортиментної стратегії має бути покладена максимальна адаптація до стереотипів і моделей поведінки споживачів, їх запитів та соціальна спрямованість роботи на задоволення потреб і запитів членів споживчих товариств і спілок [3, с. 19-22].

Список використаних джерел

1. Балабан П. Ю. Трансформація торгівлі споживчої кооперації в економіці ринкового типу: етапи розвитку, конкурентоспроможність, стратегічні пріоритети: монографія / П. Ю. Балабан, М. П. Балабан. – Полтава: РВВ ПУЕТ, 2011. – 121 с.
2. Анопій Г. В. Формування ефективної системи торговельного обслуговування в умовах розвитку сільських територій [кандидатська дисертація]. ПУЕТ – Полтава – 2016 – 243 с.
3. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.). – К. : УКС, 2004. – 36 с.
4. Основні показники господарсько-фінансової діяльності споживчої кооперації України за 1995-2014 рр. – К. : Укоопспілка, 1996. – 2015.

Бенях В. В.
старший викладач
Кісіль О. М.
аспірант

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

РОЗВИТОК ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

В умовах сучасної економіки все актуальнішими стають питання розвитку трудового потенціалу. Серед галузей економіки України, споживча кооперація займає важливе місце та має значний трудовий потенціал.

Однією з гострих і значущих для розвитку України є проблема збереження і зміцнення трудового потенціалу вищих навчальних закладів споживчої кооперації України.

Головним чинником впровадження і забезпечення якості вищої освіти служить якість та розвиток трудового потенціалу вищих навчальних закладів, яка визначається його складом, підготовкою, мотивацією, усвідомленням кожним співробітником своєї ролі, відповідальності та повноважень. Саме трудовий потенціал, служить ключовим елементом вищої школи, оскільки від їх чисельності, структури, рівня кваліфікації, педагогічної компетентності, умов праці й життя, людських і моральних здібностей, загальної культури залежить якість підготовки фахівців і економічний добробут держави в цілому.

Проблемами збереження й розвитку трудового потенціалу займаються такі українські вчені, як Д. Богиня, О. Грішнова, А. Колот, Н. Лук'яненко, Л. Лісогор, І. Петрова, М. Семикіна, Л. Шаульська, Т. Костишина, Д. Шушпанов та інші. Проте

недостатньо дослідженими залишаються питання розвитку трудового потенціалу підприємств і організацій у розрізі видів економічної діяльності, зокрема у вищих навчальних закладах системі споживчої кооперації України.

В науковій літературі все частіше застосовується поняття трудовий потенціал. О. Грішнова визначає його як “інтегральну динамічну систему, яка включає демографічну, економічну і соціальну підсистеми, об’єднані спільністю трудової діяльності” [1, с. 7]. М. Семикіна трактує трудовий потенціал як “комплексну категорію, яка відображає інтегральну сукупність властивостей та можливостей працівників” [2, с. 25]. Згодні з думкою Л. Шаульської про те, що в складі трудового потенціалу виділяють інтелектуальний потенціал, який визначає його якісні характеристики [3, с. 399].

Однак в результаті наукових досліджень не було прийнято для широкого використання єдиного трактування трудовому потенціалу і не визначено з багатьох чинників основні, що забезпечують його динамічний розвиток в цілому.

На розвитку трудового потенціалу вищих навчальних закладів впливають як зовнішні, так і внутрішні чинники. Серед внутрішніх чинники впливу перш за все слід відмітити низький рівень оплати праці. Заробітна плата фактично перетворилася на один із варіантів соціальної допомоги, який мало залежить від результатів праці. Отже, нині важливо не тільки готувати висококваліфіковані кадри, але й створювати умови для дієвої мотивації працюючих.

На характер розвитку трудового потенціалу вищих навчальних закладів негативно впливає ще один внутрішній чинник – складна демографічна ситуація, яка містить загрозливі особливості для українського суспільства. Критичний спад народжуваності й високий рівень смертності, а також захворюваності та інвалідності людей призвели до того, що катастрофічно зменшується населення.

Аналізуючи чинники впливу на характер розвитку трудового потенціалу вищих навчальних закладів споживчої кооперації України, що деформація, руйнація трудового потенціалу детермінована трансформаційними процесами, тривалим періодом спаду в економіці, соціально-економічною кризою, які відбилися на погіршенні якісних характеристик трудових ресурсів, негативно вплинувши на трудовий менталітет і трудові орієнтації людей. Суспільна криза знецінила людський капітал, інтелектуальний потенціал. Особа з освітою, науковими знаннями, соціально-культурним та моральним рівнями втратила відчуття затребуваності, важливості себе для країни.

Основним чинником трудового розвитку є підвищення освітнього рівня, постійне оновлення знань. Кожній людині, незалежно від посади, яку вона займає, має бути надана можливість для подальшої освіти та кар’єрного зростання. Тому, дуже важливо створити умови для заохочення на підвищення кваліфікації та освітнього рівня працівників.

В Україні відсутній ефективний механізм збереження та розвитку трудового потенціалу та не сформовано ефективну багаторівневу стратегію його розвитку. Тенденції якісного та кількісного відтворення трудового потенціалу України є негативними. Скорочується чисельність населення, погіршується стан його здоров’я, зменшується зайнятість, низькими є доходи та конкурентоспроможність вітчизняних працівників, зростає зовнішня міграція.

Недостатній розвиток трудового потенціалу вищих навчальних закладів споживчої кооперації України стало однією з головних причин погіршення їх економічного стану та втрати міцних конкурентних позицій на ринку праці. Тому ефективність діяльності системи Укоопспілки у майбутньому залежатиме від вибору дієвих важелів підвищення ефективності використання трудового потенціалу, що потребуватиме подальших досліджень цієї проблеми.

Список використаних джерел

1. *Трудовий потенціал України: оцінка стану, ефективність використання, стратегічні напрями розвитку: Монографія [О. А. Грішнова, С. Р. Пасека, А. С. Пасека]; за наук. ред О. А. Грішнкової. – Черкаси: “Маклаут”, 2011. – 360 с.*
2. *Трудовий потенціал Кіровоградської області: стан та перспективи розвитку (колективна монографія) / За ред. М. В. Семикіної. – Кіровоград: ВАТ Кіровоградське видавництво, 2008. – 304 с.*
3. *Шаульська Л. В. Стратегія розвитку трудового потенціалу України: Монографія / Л. В. Шаульська. – НАН України. Ін-т економіки промисловості. – Донецьк, 2005. – 502 с.*

Біла О. Г.
к.е.н., професор

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ТА ШЛЯХИ ПРИСКОРЕННЯ ЇЇ РОЗВИТКУ

Реформа місцевого самоврядування в Україні, створення об'єднань територіальних громад (ОТГ) в умовах децентралізації влади – важлива передумова і нові можливості розвитку підприємливості та реального відродження споживчої кооперації в сільській місцевості.

Упродовж 150 років свого існування споживча кооперація пройшла різні етапи розвитку, набувала і примножувала досвід організації та ведення багатогалузевої і багатопрофільної діяльності.

Перші споживчі товариства (кооперативи), започатковані в 60-х роках XIX ст., створювалися на принципах добровільності членства з поєднанням обов'язкової участі членів кооперативу власним капіталом (власними коштами, майном) у формуванні суспільного капіталу, достатнього для започаткування господарської діяльності, з метою задоволення своїх соціальних, економічних і культурних потреб. Характеризуючи кооперацію XIX ст. вчений-економіст М. І. Туган-Барановський відмітив, що “...сила кооперативів полягає власне в їх повній добровільності, в цілковитій волі кожної людини – брати чи не брати в них участь. Кооператив є така господарююча організація, котра виникає цілком вільно, без жодного примусу. Кооператив – це самодопомога населення, і в цьому – його сила” [1, с. 222].

В радянську добу держава використовує набутий споживчою кооперацією досвід господарювання та її кошти для розвитку інфраструктури, переважно в сільській

місцевості, директивно перекладаючи на неї в кожному районі її діяльності обслуговування всього населення (як членів, так не членів кооперативів). Для покриття підвищених витрат, пов'язаних з роботою в сільській місцевості, держава надає певні преференції. Разом з тим зневільовано членство і порушено принципи формування економічного механізму функціонування кооперації як недержавного суб'єкта господарювання.

Планово-директивний механізм господарювання забезпечував прогнозовані темпи розвитку матеріально-технічної бази, сприяв удосконаленню форм і методів господарювання. Як наслідок споживча кооперація України напередодні здобуття Україною незалежності була організацією з багатогалузевою спрямованістю господарської діяльності і розвинутою інфраструктурою, глибоко інтегрованою в економіку країни як невід'ємна її складова.

Станом на 31.12.1991р. споживча кооперація обслуговувала 22,4 млн. осіб, або 43% населення України. Роздрібний товарооборот за 1991 рік становив 38,8 млрд. крб., а його питома вага в товарообороті України – 30,2%, річний прибуток від господарської діяльності – 2,5 млрд. крб. Матеріально-технічна база основної галузі діяльності – торгівлі – на 31.12.1991 р. нараховувала 81 тис. роздрібних підприємств загальною торговою площею 5661 тис. кв. метрів, також мала розвинуту матеріально-технічну базу підприємств ресторанного господарства, заготівель, промисловості та інших галузей діяльності. Кадровий потенціал нараховував 707,6 тис. осіб, з яких третина з вищою повною і вищою базовою освітою [3].

Однак трансформація споживчої кооперації у сучасну ринкову структуру відбувається з великими труднощами і втратами економічного і кадрового потенціалу, звуженням їх сегмента на ринку товарів і послуг. Достатньо лише зазначити, що за 1992-2000 рр. одна тільки мережа роздрібних підприємств торгівлі зменшилася до 27,8 тис. одиниць, а питома вага роздрібного товарообороту за 2000 рік в товарообороті України склала тільки 5,5%. В наступні 2001-2014 роки мережа роздрібних підприємств торгівлі зменшилася до 6,9 тис. одиниць, а загалом з 1992 по 2014 рр. втрачено понад 90% об'єктів торгівлі. Внаслідок понесених втрат в усіх галузях діяльності загальна чисельність працівників станом на 31.12.2014 р. склала 33,3 тис. осіб або 4,7% від даних на 31.12.1991 р. [3, 4].

Безумовно, до значних втрат економічного та кадрового потенціалу певною мірою спричинилися затяжна економічна криза, інфляція і гіперінфляція. Але не меншу роль, на наш погляд, відіграло знеособлення в радянську добу кооперативної власності, порушення основоположних принципів функціонування кооперації, як системи споживчих товариств, створених з метою задоволення економічних, соціальних та інших потреб своїх членів [2]. Втрачений належний зв'язок з членами споживчих товариств, про що свідчить відтік пайовиків навіть після Всеукраїнської перереєстрації, коли на 31.12.2000р. їх чисельність становила 1239,6 тис. осіб, а за наступні 14 років вона зменшилася до 185,4 тис. осіб. Це втрачені фінансові донори, громадські контролери і додаткові фінансові можливості розвитку.

Водночас публікації в газеті “Вісті Центральної спілки споживчих товариств України” звітної кампанії споживспілок за 2015 рік, матеріалів семінарів, виставок,

конкурсів, проведених у 2016 році, свідчать про певні зрушення і досягнення в питаннях соціально-економічного розвитку, наявність бажання економічно активних кооператорів підвищувати конкурентоспроможність підприємств, розвивати багатогалузеву господарську діяльність. Це важливі фактори, які є реальною передумовою прискорення соціально-економічного розвитку споживчої кооперації в умовах децентралізації влади.

В цьому контексті, на наш погляд, доцільно:

- максимально використати підприємливість і активно розвивати підприємництво в інтересах соціально-економічного розвитку регіонів і окремих ОТГ на принципах членства в кооперативі (як індивідуального, так асоційованого), що буде сприяти відкриттю нових робочих місць та збільшенню власного капіталу кооперативів;
- прийняти активну участь у виконанні стратегічного плану розвитку регіонів, що здійснюється за рахунок Державного фонду регіонального розвитку (ДФРР) та проекту “Підтримка реформи місцевого самоврядування в Україні” Європейського Союзу;
- підвищити роботу з пайовиками, завершити програму персоніфікації пай-часток кожного члена кооперативу, визначити його майнову відповідальність за збереження та ефективність використання майна;
- розвиток матеріально-технічної бази кооперативу проводити на основі стратегічного плану погодженого з органами управління ОТГ і затвердженого вищим органом управління кооперативу, щоб спільними зусиллями забезпечувати комфортне життя в регіонах.

Вжиті заходи дадуть змогу прискорити соціально-економічний розвиток споживчої кооперації, збільшити її сегмент на ринку товарів і послуг.

Список використаних джерел

1. Туган-Барановський М. І. Політична економія. Курс популярний. – М. : Наукова думка, 1994. – 262 с.
2. Закон України “Про кооперацію”. – К. : НМЦ Укоопосвіта, 2003. – 24 с.
3. Центральна спілка споживчих товариств України. Основні показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій Укоопспілки за 1991, 2000, 2010 роки.
4. Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств. Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2014 рік. – К. : Укркоопспілка, 2015. – 50 с.

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ НА ЗАСАДАХ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Світовий кооперативний досвід свідчить про те, що кооперація – це не лише тип виробництва чи форма господарювання, а економічно обумовлена ідеологія виживання, перш за все, в жорстких економічних умовах та глобалізації світового економічного простору. За останні роки в Україні створено основи нової системи кооперативного ефективного управління в регіонах, розробляються заходи щодо підтримки розвитку споживчої кооперації, реформується організаційна структура споживчої кооперації в напрямку адаптації споживчих товариств до більш конкурентоспроможних форм, розвиваються горизонтальні і вертикальні зв'язки між споживчими товариствами і спілками, зміцнюються органи фахового управління в напрямку професіоналізації, відповідно до вимог ринкового господарювання підвищується частка фахівців із маркетингу, права, планування, аудиту та інформаційних технологій [1].

Проте, діяльність багатьох організаційних структур споживчої кооперації України щодо використання інформаційно-комп'ютерного ресурсу є не достатньо регламентованою, що призводить до виникнення певних труднощів при формуванні єдиного інформаційного-комп'ютерного середовища і, як наслідок, до низького рівня інформаційного та аналітичного забезпечення їх діяльності. Нинішній стан інформаційної системи споживчої кооперації являє собою не повністю визначену, достатньо скоординовану і структуровану систему. Як наслідок, кожна обласна спілка споживчих товариств, районна спілка споживчих товариств виходячи із своїх потреб, фінансових можливостей, необхідності в комп'ютеризації інформаційних процесів, в міру своїх знань і компетенції, автономно вирішувала питання розробки і впровадження інформаційно-комп'ютерних технологій. Здебільшого, такі роботи виконувалися в умовах обмеженого фінансування, без дотримання єдиної корпоративної науково-технічної політики, без залучення до алгоритмізації типових бізнес-процесів науковців, провідних фахівців управлінь Укоопспілки та облспоживспілок [2]. Все це, в кінцевому підсумку, не тільки не створило передумов до формування чітких орієнтирів розвитку ІТ-інфраструктури споживчої кооперації, а й в цілому, сприяла появі певних фінансово-економічних збитків.

Інформаційне середовище споживчої кооперації на сьогодні є відкритим для впровадження різного роду технологій автоматизації інформаційних процесів, що надаються сторонніми організаціями. Проте, на багатьох об'єктах автоматизації інформаційних процесів створюється не контрольований доступ сторонніх осіб, що впроваджують і супроводжують комп'ютерні програми, до серверів баз даних, де накопичена інформація про комерційну та фінансову діяльність суб'єктів господарювання.

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. Не достатньо використовуються комп'ютерні технології для створення інтегрованих баз даних, формування аналітичної інформації для проведення ефективного фінансово-господарського менеджменту. Результати проведеного моніторингу програмно-апаратного ресурсу ІТ-середовища споживчої кооперації показали, що із всієї сукупності існуючих інформаційно-комп'ютерних технологій, в основному використовуються: ІС-технології та УКС-технології, розроблені підприємством Укоопспілки "Укоопінком". Комп'ютерні проекти, створені підприємством "Укоопінком", впроваджені в експлуатацію в понад 700 підприємствах і організаціях системи споживчої кооперації України [3].

Таким чином, незважаючи на швидкі темпи розвитку глобальної Інтернет-мережі і Web-технологій, використання їх в діяльності організацій і підприємств споживчої кооперації залишається дуже 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 і стандартам сьогодення. Крім того, не освоюються нові напрямки використання Інтернет-технологій: електронний бізнес та комерція, маркетинг та менеджмент. У сучасних умовах одним з пріоритетних напрямів перебудови є розроблення основних теоретичних і методологічних позицій впровадження ефективного менеджменту в практичну діяльність підприємств і організацій. Це повинен бути не механічний процес перенесення зарубіжного досвіду, а творча реалізація нових рішень, конкретна робота з пошуку реальних шляхів, форм, методів їх органічного поєднання в єдиній цілісній системі господарства, радикальні та вирішальні кроки та ефективне застосування менеджменту на підприємствах споживчої кооперації України.

Список використаних джерел

1. Голіната О. Основні аспекти розвитку споживчої кооперації / О. Голіната : матеріали конференції 14-15.12.2010 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://conf-sv.at.ua/forum/40-262-1>.
2. Тимченко С.І. Кооперативні підприємства будують кращий світ: тематичний інформаційний бюлетень / С. І Тимченко // Наукова бібліотека КНУ, 2012 / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lib.knu.edu.ua>.
3. Івченко Є. І. Моделі інформаційних систем для управління підприємствами споживчої кооперації / Є. І. Івченко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum.

Варналій З. С.

д.е.н., професор

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Васильців Т. Г.

д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, кредиту та страхування

Львівський торговельно-економічний університет

ПОСИЛЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ СУБ'ЄКТІВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ НА ВНУТРІШНЬОМУ РИНКУ

В умовах сучасних змін економічного та інституціонального середовища господарювання у сферах заготівель, переробки, виробництва та реалізації продукції, підсиленних 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 крупних роздрібних корпоративних мереж) стан економічної безпеки підприємств споживчої кооперації істотно погіршився. Це 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.

Про послаблення стану економічної безпеки організацій і підприємств споживчої кооперації свідчать важливі детермінанти фінансового, інтелектуально-кадрового, техніко-технологічного функціональних складників безпеки:

- фінансовий результат від звичайної діяльності до оподаткування у розрахунку на одну гривню власного капіталу залишається недостатнім;

- спостерігається зменшення коефіцієнта відношення дебіторської заборгованості підприємств до кредиторської заборгованості, що є негативним, оскільки вказує на зниження їх ліквідності та посилення кредитозалежності;

- низькою залишається фондовіддача, що не дозволяє своєчасно оновлювати матеріально-технічну базу підприємств системи;

- зменшуються обсяги інвестицій з розрахунку на одне підприємство, 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;

- недостатнім є інтелектуально-кадрове забезпечення економічної безпеки підприємств споживчої кооперації, про що свідчить значення показника відношення фінансового результату до фонду оплати праці;

- спостерігається зниження прибутку у розрахунку на одного працівника, що на фоні значного скорочення чисельності персоналу є ще більш негативним.

За результатами кількісного та якісного аналізу фінансово-економічного стану

підприємств споживчої кооперації України є 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; 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 недосконалість 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 і т. ін.

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 (шляхом внесення відповідних змін в установчі документи; розробки та впровадження положень, інструкцій, які регламентують діяльність у сфері безпеки; прийняття наказів, розпоряджень, роз'яснень з питань безпеки; введення правил, що встановлюють обсяг, послідовність, способи та терміни виконання персоналом дій, передбачених режимами безпеки);
- організаційного забезпечення діяльності, включно з реорганізацією окремих структурних підрозділів (передусім планово-економічної служби), впровадженням системи підготовки, перепідготовки, ротації кадрів, перебудови документообігу, діловодства;
- оптимізації фінансово-економічної діяльності підприємств системи (зокрема, за рахунок економії ресурсів; оптимізації прямих та непрямих витрат; впровадження збалансованих систем обліку та аналізу діяльності локальних інтегрованих систем, кошторисного фінансування та централізації коштів; покращення фінансової дисципліни; удосконалення системи взаєморозрахунків; покращення стимулювання праці, ціноутворення; оптимізації джерел фінансування діяльності та системного розвитку підприємств);
- забезпечення нормативно-методичними інструкціями та інформаційним супроводом діяльності у сфері безпеки (захист важливої інформації та комерційної таємниці підприємства; інформування працівників з метою, завданнями, програмою, можливостями та наслідками політики управління економічною безпекою; інформування щодо змін в планах, завданнях із забезпечення економічної безпеки підприємства);
- ведення систематичного моніторингу стану і характеристик безпеки на всіх рівнях системи споживчої кооперації;
- проведення мотиваційних заходів у сфері зміцнення економічної безпеки підприємств системи (зокрема, через підвищення рівня інтелектуально-кадрового забезпечення безпеки; преміювання за розробки і пропозиції зі зміцнення безпеки; нематеріальну мотивацію персоналу за дотримання стандартів безпеки).

Васильців Т. Г.
д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів, кредиту та страхування
Кушнік В. І.
к.е.н., доцент,
Лушак Р. Л.
к.е.н., доцент
Львівський торговельно-економічний університет

ПОСИЛЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Одним з головних стратегічних напрямів розвитку споживчої кооперації України на внутрішньому ринку є підвищення ефективності господарської діяльності її суб'єктів, що передбачає модернізацію підприємств, оптимізацію їх потужностей, диверсифікацію господарської діяльності на базі нових технологій, методів та форм господарювання, впровадження конкурентних стратегій, ефективних методів конкурентної боротьби, реалізацію конкурентних переваг споживчої кооперації [1].

Очевидно, що вирішення цих завдань залежить від значної кількості чинників, які формуються в умовах трансформаційних перетворень економіки України та значним чином впливають на фінансово-економічні результати і безпеку господарської діяльності суб'єктів споживчої кооперації. Зокрема, варто виділити окремі тенденції вітчизняного внутрішнього ринку, що перешкоджають та створюють загрози фінансово-економічному розвитку системи споживчої кооперації: (1) погіршення важливих узагальнюючих показників обсягу діяльності системи, скорочення запасу фінансово-економічної стійкості, зниження ролі та можливостей на внутрішньому ринку; (2) критично гостра нестабільність політичної та погіршення макроекономічної, зокрема фінансово-економічної, ситуації в державі; (3) посилення конкуренції та умов господарювання у більшості сегментах і секторах внутрішнього ринку, недосконале конкурентне середовище з перешкодами доступу до ресурсів та ринків, прав діяльності; (3) різке зниження купівельної спроможності населення, зокрема на території сільських поселень, у малих містах та районних центрах, пришвидшення інфляційних процесів; (4) розвиток тенденцій виходу на регіональні та місцеві ринки крупних суб'єктів ритейлу та посилення структурних вад розвитку внутрішнього ринку; (5) збереження високого рівня монополізації та тінізації ринків і господарських відносин, рейдерства, корупції, надмірного державного нагляду та контролю. Натомість, діяльність підприємств споживчої кооперації на внутрішньому ринку повинна передбачати покращення виробничого та фінансово-господарського стану, що дозволить сформувати достатній потенціал для забезпечення та посилення фінансово-економічної безпеки.

Відмітимо, що сформованість потенціалу фінансово-економічної безпеки свідчатиме про (1) забезпеченість доступу до фінансово-економічних ресурсів і ринків, (2) захищеність від зовнішніх і внутрішніх фінансово-економічних ризиків та загроз, (3) гарантування (належного) мінімально економічно обґрунтованого рівня ефективності функціонування та фінансово-економічного стану, (4) наявність умов для як мінімум

простого відтворення і розвитку, (5) реалізацію фінансово-економічних інтересів, цілей та завдань, (6) виконання місії та цілей. Відтак, посилення потенціалу фінансово-економічної безпеки суб'єктів споживчої кооперації на вітчизняному внутрішньому ринку слід розглядати як комплексно продуманий бізнес-процес, що базується на структурно-функціональному підході та враховує всі ризики, застосовує механізми їх попереднього передбачення та протидії.

Вважаємо, що відповідні процеси повинні бути послідовними та передбачати використання низки заходів (інституційні, організаційні, економічні, інформаційні, мотиваційні). Так, важливо для суб'єктів споживчої кооперації розробити стандарти безпеки та впровадити положення, інструкції, які регламентуватимуть діяльність у сфері безпеки, прийняти накази, розпорядження, роз'яснення з питань безпеки, ввести правила, що встановлюють обсяги, послідовність, способи та терміни виконання відповідних дій, передбачених режимами безпеки (інституційні заходи); адаптувати характеристики діяльності у відповідності до зовнішніх умов, передбачити зміни в системі управління, реорганізувати окремі структурні підрозділи включно з службою безпеки, запровадити системи підготовки, перепідготовки, ротації кадрів, перебудувати документообіг, діловодство (організаційні заходи); оптимізувати прямі та непрямі витрати діяльності, впровадити кошторисне фінансування та централізацію коштів, забезпечити економію ресурсів, удосконалити систему взаєморозрахунків, покращити умови стимулювання праці, ціноутворення, оптимізувати джерела фінансування діяльності та розвитку (економічні заходи); інформувати працівників з метою, завданнями, програмою, можливостями та наслідками політики управління безпекою, організувати захист важливої інформації та комерційної таємниці, інформувати щодо змін в планах, завданнях із забезпечення фінансово-економічної безпеки (інформаційні заходи); навчати та перекваліфікувати персонал, підвищити рівень оплати праці та преміювання за розробки і пропозиції в сфері безпеки, забезпечити нематеріальну мотивацію персоналу за дотримання стандартів безпеки (мотиваційні заходи).

Таким чином, розвиток системи споживчої кооперації необхідно пов'язати з процесами посилення потенціалу фінансово-економічної безпеки їх суб'єктів, які дозволять ресурсно підсилити виконання низки тактичних і стратегічних завдань та відновити роль і дієвість системи на внутрішньому ринку України.

Список використаних джерел

1. Постанова XXI (позачергового) з'їзду споживчої кооперації України. Про Програму подальшого реформування споживчої кооперації України : від 04.10.2012 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://document.ua/pro-programu-podalshogo-reformuvannja-spozivchoyi-kooperaci-doc117157.html>.

Верига Ю. А.
к.е.н., професор
Кулик В. А.
к.е.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ З ПИТАНЬ ОБЛІКУ, КОНТРОЛЮ ТА АНАЛІЗУ ДЛЯ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

У сучасних умовах подальший розвиток України тісно пов'язаний із орієнтацією різних суб'єктів господарювання на постіндустріальну економіку, основною якою є знання. У світлі вказаних тенденцій знання та наука стають визначальними факторами суспільного відтворення та, все більше визначають майбутнє держави. Сьогодні, споживча кооперація як важлива галузь вітчизняної економіки, знаходиться у перехідній стадії, та потребує новітніх теоретичних розробок і сучасних наукових підходів щодо адаптації міжнародного досвіду, що можуть бути використані при їх впровадженні у практичну діяльність. Таким чином, якісні наукові дослідження, що враховують особливості функціонування кооперативів у різні історичні періоди та в умовах різних економічних формацій надають змогу сучасним кооперативам адаптуватися до вимог постіндустріальної економіки.

Одним із осередків проведення наукових досліджень у галузі споживчої кооперації є кафедра бухгалтерського обліку і аудиту ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”, працівники якої працюють над вказаною проблематикою. Із 1969 року кафедрою виконана 21 науково-дослідна тема, із яких 8 – на замовлення Центроспілки, 7 – на замовлення Укоопспілки, 3 – на замовлення Кіровоградської, Полтавської та Дніпропетровської облспоживспілок, інші – бюджетні теми.

До виконання цих науково-дослідних робіт залучалися усі викладачі та лаборанти кафедри, а також найкращі студенти. При проведенні досліджень обстежувалося широке коло підприємств та організацій споживчої кооперації. Розробка науково-дослідних тем стала підґрунтям створення наукової школи кафедри. Керівниками наукових тем були: доцент Лебедева М. Д. – 1 тема, професор Заєць О. В. – 6 тем, професор Зима Б. В. – 1 тема, професор Верига Ю. А. – 6 тем, доцент Губачова О. М. – 3 теми, професор Карпенко О. В. – 2 теми, доцент Кулик В. А. – 1 тема.

Результатами наукових досліджень є розроблення методичних рекомендацій щодо обліку та аналізу показників підприємств споживчої кооперації. Зокрема, Методичні рекомендації по проведенню інвентаризації товарно-матеріальних цінностей в роздрібній торгівлі та використання її даних в управлінні господарською діяльністю (к.е.н., доц. Верига Ю. А.); Методичні рекомендації по методиці аналізу фінансового стану споживчого товариства (к.е.н., доц. Верига Ю. А.); Методичні рекомендації з аналізу фінансового стану та розробка програми фінансового оздоровлення Гребінківської райспоживспілки (к.е.н., доц. Верига Ю. А.); Методичні рекомендації щодо складання річної фінансової звітності підприємств (к.е.н., доц. Губачова О. М.); Методичні рекомендації щодо організації бухгалтерського обліку в госпрозрахункових відокремлених підрозділах підприємств і організацій споживчої кооперації (к.е.н., доц. Карпенко О.В.); Методичні рекомендації з

трансформації бухгалтерської звітності підприємств споживчої кооперації України у фінансову звітність за національним положенням (стандартами) бухгалтерського обліку (к.е.н., доц. Губачова О. М.).

Наукові дослідження за цими темами стали підставами для написання та захисту 28 дисертацій на здобуття наукового ступеню кандидата економічних наук, написання підручників та навчальних посібників.

Результати наукових досліджень доповідалися на різного рівня науково-практичних конференціях, що забезпечило інформування широкого кола науковців та поширення результатів дослідження.

На сучасному етапі розвитку кооперативної науки на кафедрі бухгалтерського обліку і аудиту ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”, проводяться наукові дослідження пов’язані із:

- 1) розробкою пропозицій щодо удосконалення обліково-аналітичного забезпечення ефективності контролю діяльності підприємств;
- 2) визначенням особливостей бухгалтерського обліку підприємств електронного бізнесу та розробкою нормативно-правового регулювання окремих питань щодо обліку та контролю на підприємствах вказаної галузі;
- 3) визначенням ефективності соціально-економічної діяльності споживчої кооперації в економіці держави;
- 4) удосконаленням інформаційного забезпечення фінансової підсистеми управління підприємств та організацій споживчої кооперації України.

Вказана тематика досліджень знайшла своє відображення у дисертаціях на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук, що виконуються докторантами кафедри, а також у дисертаціях на здобуття наукового ступеня кандидата економічних наук, підготовлених асистентами кафедри Мількою А.І. (2016 р.) та Титаренко І. В. (2017 р.).

Таким чином, викладачі кафедри бухгалтерського обліку та аудиту ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі” одним із провідних напрямів своєї професійної діяльності визначають проведення наукових досліджень, спрямованих на підвищення ефективності діяльності підприємств та організацій споживчої кооперації, про що свідчать результати наукових досліджень, що проводяться кафедрою уже майже півстоліття.

Вітютин В. О.

аспірант

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ОЦІНЮВАННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ПРОФЕСІЙНИМИ КОМПЕТЕНЦІЯМИ ПРАЦІВНИКІВ

У сучасних умовах господарювання професійні компетенції працівників стають однією з головних конкурентних переваг підприємства. Рівень професійної компетентності працівників вимагає вимірювання, оскільки дозволяє забезпечувати конкурентоспроможний розвиток підприємств в майбутньому.

Певні аспекти оцінювання професійних компетенцій персоналу розглядали у своїх працях такі вітчизняні й зарубіжні вчені, як: І. В. Болотнікова, Ю. В. Варданян, О. А. Грішнова, А. Я. Кібанов, І. Л. Петрова та інші.

Пропонуємо застосовувати певні методи оцінювання ефективності управління професійними компетенціями, які передбачають (рис. 1).



Рис. 1. Методи оцінювання ефективності управління професійними компетенціями персоналу підприємства

Ці методи вимагають комплексного використання при оцінюванні ефективності управління професійними компетенціями персоналу:

1) методи програмно-цільового управління (його ключовими поняттями є: проблема – ціль – комплекси цілей реалізації з системою розподілу ресурсів – система заходів (рішень));

2) методи діалогово-адаптивного управління (ефективність управління професійними компетенціями визначається можливістю гнучкого реагування на зміни зовнішнього середовища. Застосуванням механізмів самоорганізації, вищим ступенем свободи вибору шляхів досягнення цілей);

3) застосування методів економіко-математичного моделювання дозволяє істотно підвищити ефективність прийняття управлінських рішень, зокрема без додаткових інвестицій;

4) методи формування відданості працівників своїй організації (в результаті роботи таких груп формуються загальні правила взаємодії, відбувається діловий обмін результатами роботи. Виникає ефект синергії, за якого потенціал і можливості компанії як єдиного цілого перевищують суму потенціалів і можливостей її співробітників і підрозділів) [4, с. 460].

До показників, якими можна вимірювати ефективність управління професійними компетенціями персоналу, можна віднести такі: прибуток на 1 працівника, питома вага

винагороди у загальних витратах, питома вага преміальних виплат у заробітній платі, кількість працівників на одного працівника кадрової служби, плинність персоналу, кількість днів відсутності на роботі з дозволу адміністрації, питома вага витрат на розвиток персоналу, наповненість соціального пакету, рівень здоров'я працівників тощо.

Отже, застосування комплексного підходу та використання запропонованих показників і методів оцінювання ефективності управління професійними компетенціями персоналу сприятиме конкурентоспроможному розвитку підприємств та посилення конкурентних позицій на ринку товарів і послуг.

Список використаних джерел

1. Петрова І. Л. *Стратегічне управління людськими ресурсами: навч. посіб.* / І. Л. Петрова. – Київ : КНЕУ, 2013. – 466 с.

Власенко В. А.

к.е.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВ ТА ОРГАНІЗАЦІЙ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

В умовах подальшого розгортання євроінтеграційних процесів та адаптації національних підприємств до вимог європейського співтовариства споживча кооперація має найбільш перспективне майбутнє, оскільки вона єдина із соціально-економічних систем ринкового типу зберегла потужну матеріально-технічну базу, кваліфікований персонал і, найголовніше, свого головного інвестора – пайовика, який формує соціально-економічний базис її розвитку на рівні сіл, районних центрів, міст та міських утворень.

Варто відзначити, що кооперація – один із найдивовижніших феноменів людської культури, витвір духу людини, живильна сила якого поширилася за свою майже 200-річну історію на всі галузі економічного життя. Вона набула специфічних видових характеристик. Один із найпопулярніших і найпоширеніших у світі її різновидів – споживча кооперація, завдання якої полягає у задоволенні потреб і прагнень людей як споживачів та захисті їх економічних інтересів [2, с. 4-5].

Теоретичні та прикладні основи дослідження особливостей функціонування організацій і підприємств системи споживчої кооперації, її становлення та розвитку заклали дослідники: М. Балін, І. Витанович, А. Макаренко, Б. Мартос, М. Туган-Барановський, О. Чаянов, а подальший стрімкий розвиток кооперативного руху пов'язаний із працями М. Алімана, В. Апопія, С. Бабенка, П. Балабана, О. Березіна, В. Білестера, С. Гелея, Я. Гончарука, В. Жигалова, І. Маркіної, В. Марцина, Г. Скляра, Ф. Хмілья та ін.

Проте, і надалі невирішеною залишається проблема формування цілісного організаційно-економічного механізму управління розвитком підприємств та організацій

споживчої кооперації України із виділенням його структурних елементів. Одним із таких елементів є механізм управління стратегією розвитку кооперативних об'єктів, який потребує адаптації до вимог ринку.

Метою дослідження є теоретичне обґрунтування та розробка прикладних рекомендацій щодо впровадження стратегічних пріоритетів розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації України в умовах трансформації національної економіки.

Зауважимо, що підприємства і організації споживчої кооперації України, незалежно від територіальної ознаки і галузевої приналежності, продовжують адаптуватися до нових економічних умов господарської діяльності [1, с. 109]. Значно вплинула на динаміку їх ефективного економічного розвитку світова фінансово-економічна криза кінця 2008 – початку 2009 років, друга хвиля світової економічної кризи початку 2011 року. Разом з тим, найбільші випробування за всі роки незалежності України розпочалися з кінця 2013 року – початку 2014 року, коли економіка країни, у тому числі системи споживчої кооперації, пережила низку економічних та соціальних потрясінь, пов'язаних із анексією Криму та початком антитерористичної операції на Донбасі.

Зважаючи на ці тенденції, у роботі запропоновано стратегічні пріоритети розвитку підприємств та організацій споживчої кооперації України в умовах трансформації національної економіки на макро- та мікрорівнях:

1. Створення спільних підприємств з майбутніми інвесторами на засадах спільного володіння і використання майна (спільні підприємства на засновників), враховуючи кооперативні принципи господарювання.

2. Впровадження на практиці конкурентних маркетингових стратегій, оптимальних методів ведення конкурентної боротьби, створення рівних умов для господарської діяльності з метою реалізації конкурентних переваг системи споживчої кооперації України.

3. Збільшення обсягів основної діяльності за рахунок обслуговування як кооперативних підприємств, так і приватних підприємців і комерційних структур, надання широкого спектру послуг.

4. Відновлення міжгосподарських зв'язків з підприємствами-виробниками товарів шляхом використання нових форм комерційних взаємовідносин (дилерства, лізингу, дистрибуції).

5. Модернізація організацій та підприємств, раціоналізація їх виробничих і складських потужностей, концентрація на окремих сферах господарської діяльності, оптимізація розміщення кооперативних структур.

6. Підвищення рівня фахової підготовки і подальша перекваліфікація фахівців апарату управління (керівників, спеціалістів, службовців) і робітників до роботи в умовах загострення конкурентного тиску.

7. Проведення атестації персоналу, впровадження програм навчання новим методам роботи відповідно до галузевих особливостей кооперативних об'єктів.

8. Впровадження узгоджених цінових стратегій в оптовій і роздрібній торгівлі, ресторанному господарстві, заготівлях, виробництві, сфері послуг з метою розширення асортименту пропонованих груп товарів.

9. Створення сучасних підрозділів (служб маркетингу, кадрових підсистем, відділів організаційного розвитку тощо).

10. Укрупнення і реструктуризація збиткових підприємств, споживчих товариств і райспоживспілок (районних споживчих товариств) у більш прогресивні з метою погашення боргів і виходу з кризового стану.

Таким чином, впровадження рекомендованих стратегічних пріоритетів дозволить кооперативним організаціям та підприємствам ефективно функціонувати і розвиватися у довгостроковій перспективі, а також швидко реагувати на виклики сьогодення.

Список використаних джерел

1. Бабенко, С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : [монографія] [Текст] / С. Г. Бабенко. – К. : Видавництво «Наукова думка», 2003. – 332 с.
2. Стратегія розвитку споживчої кооперації України (2004-2015 рр.) [Текст] / кер. авт. колек. С. Г. Бабенко. – К. : Укоопспілка, 2004. – 62 с.

Войнаш Л. Г.

к.е.н., директор департаменту
кадрової політики, освіти і науки,
директор навчально-методичного центру
“Укоопосвіта”

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ КАДРОВОЇ ПОЛІТИКИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Стрижнем стратегії розвитку економіки України в глобальному середовищі є підвищення рівня загальної конкурентоспроможності споживчої кооперації, основним чинником якого є її соціально-економічний потенціал. Суттєвий вплив на формування та розвиток соціально-економічного потенціалу має стан кадрового потенціалу підприємств різних галузей та система управління ним.

Стратегічними пріоритетами кадрової політики як складової управління кадровим потенціалом на підприємствах споживчої кооперації повинні бути такі (рис. 1).

Успішна реалізація кадрової політики в системі споживчої кооперації вимагає постійного удосконалення кооперативної освіти. Нові підходи до кооперативної освіти зводяться до таких аспектів:

–стає актуальним суттєве оновлення змісту та методики навчання, поглиблене вивчення управлінських, економічних та правових питань, інформаційних технологій, основ інтелектуальної власності, іноземних мов тощо;

–в сучасних умовах має діяти виключно креативна методика навчання, основою якої є принцип “створи” замість принципу “повтори”. Це пов’язано з тим, що компонента “знання” є лише основою для здійснення компоненти “уміння”, де створення

нового є метою вищої освіти, якій підпорядковані всі завдання, етапи і структура навчання;

– професійна підготовка та дослідження в нових сферах знань потребують інтеграції цілої низки дисциплін, які раніше вважалися самостійними і не пов'язаними між собою. У результаті виникають міждисциплінарні і мультидисциплінарні програми навчання.



Рис. 1. Стратегічні пріоритети кадрової політики в контексті розвитку соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації України

Подальший розвиток кооперативної освіти повинен бути зумовлений як потребами споживчої кооперації, так і тими реформами, що відбуваються в освітянському просторі України згідно з Національною стратегією розвитку освіти України на 2012-2021 рр.

З метою подальшого вдосконалення освітньої діяльності вищих навчальних закладів споживчої кооперації, підготовки сучасних фахівців, конкурентоспроможних на ринку праці, здатних реформувати кооперативний сектор економіки, необхідно:

– постійно удосконалювати систему контролю якості навчальної діяльності студентів відповідно до кредитно-модульної системи організації навчального процесу;

– продовжувати модернізацію інформаційних ресурсів шляхом придбання нових ліцензійних програмних продуктів, розширити доступ до інформаційних ресурсів наукових бібліотек провідних зарубіжних університетів;

–розробляти навчально-методичну літературу для самостійної позааудиторної роботи студентів з використанням віртуально-тренінгових електронних технологій навчання;

–поглибити загально-інформаційну підготовку студентів, виробити у них вміння ефективного користування комп’ютерно-комунікаційними засобами і програмами;

–активізувати роботу з національного громадянського виховання студентів, в основу якого варто покласти принципи гуманізму, демократизму, єдності сім’ї і навчального закладу, наступності та спадкоємності поколінь;

–посилити виховну роботу із студентською молоддю, забезпечити соціальне оздоровлення студентського колективу, здійснювати контроль за фізичним розвитком і здоров’ям молоді, сприяти заняттям фізичною культурою та спортом.

Отже, запропоновані стратегічні напрями кадрової політики сприятимуть формуванню конкурентоспроможного кадрового потенціалу та соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації України.

Список використаних джерел

1. Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року: Указ Президента України : [електронне джерело]. – Джерело доступу: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/344/>

Гончаренко В. В.

д.е.н., професор

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ПРО ДОЦІЛЬНІСТЬ ВПРОВАДЖЕННЯ КЛАСИЧНОГО НЕПРИБУТКОВОГО КООПЕРАТИВНОГО МЕХАНІЗМУ ДІЯЛЬНОСТІ У СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

В ринковій економіці кооперативи, як особлива форма господарської діяльності, мають унікальну соціально-економічну природу, що базується на ідеї економічної самопомогі широких верств населення з метою самозабезпечення необхідними товарами та послугами. Цілі та завдання кооперативів, в тому числі й споживчих, суттєво відрізняються від традиційних форм ведення бізнесу, тому кооперативні організації займають особливе місце в економіках багатьох країн світу [1].

В Україні, на жаль, ця особливість споживчої кооперації була втрачена через різні причини. Підприємства і організації споживчої кооперації в нашій країні традиційно розглядаються як звичайні форми бізнесу, що спрямовують свою діяльність на отримання прибутку. Тому вони мають звичайний режим оподаткування, який застосовується до всіх форм підприємництва. В той самий час, інші, існуючі в Україні види кооперативів, – обслуговуючі сільськогосподарські, кредитні (кредитні спілки), житлові та гаражні кооперативи, садівничі товариства тощо, – мають статус неприбуткових організацій і підпадають під режим пільгового оподаткування.

Слід зазначити, що в системі споживчої кооперації України накопичились суттєві проблеми та протиріччя. За період 1991-2016 рр. відбулося скорочення кількості пайовиків споживчої кооперації в 57,6 рази (із 12,5 млн. до 217 тис. осіб). Якщо на початку 90-х рр. членами системи споживчої кооперації було 42,7 % населення, то зараз цей показник становить лише 0,48 %. Кількість підприємств роздрібної торгівлі споживчої кооперації за цей період скоротилась із 73,6 тис. до 6,9 тис. одиниць. Це все свідчить про неефективність існуючої в Україні моделі діяльності споживчої кооперації.

У зв'язку з цим, виникла нагальна потреба започаткування серйозної наукової дискусії щодо подальшої моделі розвитку споживчої кооперації України. Це може бути як приватизація, так і кардинальне реформування фінансово-господарського механізму діяльності та повернення споживчої кооперації України до її класичної неприбуткової природи. На останньому варто зупинитись детальніше.

Особливість кооперативних форм господарювання у більшості країн світу полягає у тому, що члени-пайовики кооперативів, у тому числі і споживчих, є одночасно їх власниками та клієнтами/користувачами послуг. В міжнародній кооперативній практиці це називається “принципом тотожності власника і клієнта кооперативного підприємства”. Тому кооператив як господарюючий суб'єкт надає послуги не стороннім особам (клієнтам), а переважно або виключно своїм членам-власникам. Ця обставина обумовлює прагнення кооперативу до максимального здешевлення організованих ним для своїх членів послуг, а не отримання прибутку від такого надання для подальшого розподілу його між власниками (що характерно для суб'єктів підприємницької діяльності).

З огляду на вищезазначене, можна зробити висновок про особливу природу кооперативного прибутку. Кооперативні форми господарювання прагнуть надавати послуги своїм членам-пайовикам на неприбуткових засадах, тобто за собівартістю. Однак собівартість неможливо визначити наперед. Тому члени кооперативу, будучи його рівноправними співвласниками, спільно приймають рішення про механізм фінансування його діяльності. Джерелами такого фінансування є внески (вступні та пайові) та плата за послуги кооперативу, розмір яких має гарантовано покривати витрати кооперативу. Тому кооператив встановлює плату за свої послуги (ціни, розцінки) «з запасом» від планової собівартості для недопущення виникнення збитків. Звідси й виникає перевищення доходу над витратами кооперативу, що для будь-якого суб'єкта підприємництва цілком справедливо вважається прибутком. Це перевищення доходів над витратами у кооперативі є не метою діяльності, а наслідком неможливості точного попереднього встановлення плати за послуги на рівні собівартості. В класичних кооперативах існує особливий механізм розподілу між клієнтами-пайовиками отриманого кооперативом прибутку у вигляді кооперативних виплат пропорційно до користування послугами, що фактично є поверненням пайовикам надлишково сплачених кооперативу коштів за його послуги.

Описаний вище механізм неприбуткової господарської діяльності кооперативів, в тому числі й споживчих, свідчить, що поняття “неприбуткова діяльність” у кооперативах не означає відсутність прибутку чи отримання збитків. Цей термін означає лише те, що така економічна категорія як прибуток не є метою кооперативної діяльності. Крім цього, прибуток у кооперативних формах господарювання з економічного погляду має іншу економічну

природу, ніж у підприємницьких, бо отримується переважно від обслуговування власників-пайовиків і розподіляється ними за спільним рішенням. За природою він більше схожий на цільове фінансування.

Слід зазначити, що описані вище міжнародні принципи та механізми кооперативної діяльності практично не застосовуються у споживчій кооперації України, яка в основі свого функціонування зберегла старий господарський механізм. Це дозволяє висунути гіпотезу стосовно високої ймовірності негативного впливу цього факту на сучасний стан споживчої кооперації України. Повернення споживчої кооперації України до класичної неприбуткової природи може відкрити перед нею нові перспективи.

Список використаних джерел

1. Гончаренко В. В. *Неприбуткова економічна природа кредитних спілок і кооперативних банків* // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. – №2(58). – 2013. – с. 303. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://scholar.google.com.ua/citations?user=2rqzaOEAAA&hl=uk&oi=ao>

Городня Т. А.

к.е.н., доцент,

Мішук А. І.

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

ІННОВАЦІЙНІ ЗАСОБИ ДІАГНОСТИЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ В КООПЕРАТИВНІЙ ТОРГІВЛІ

В умовах ринкової економіки інформаційні та інноваційні можливості, як результат сучасного інтелектуального продукту, створюють суттєвий потенціал для нового підходу до економічної діагностики функціонування торговельних підприємств споживчої кооперації, на підставі чого може кардинально змінюватися управління їх розвитком відповідно до потреб суспільства. Для торговельного підприємства це, насамперед, постійна і своєчасна робота з асортиментом товарів та послуг, організація їх реалізації згідно з договорами поставки та попитом обслуговуваних контингентів споживачів. Для удосконалення діяльності торговельних підприємств з використанням інструментарію моделювання необхідно впровадити принцип пріоритетності взаємопов'язаних показників комерційної діяльності. При цьому з множини основних показників треба виділити найбільш суттєвий показник як пріоритетний, визначити зону (діапазон) допустимої зміни його величини.

Для проведення діагностичних досліджень важливим є аналіз розв'язків оптимізаційних моделей. Так, за допомогою методів оптимізації визначаються оптимальні величини цільової функції $f(x)$ в окресленій області допустимих розв'язків D , яка формується згідно з межовими обсягами використання товарних ресурсів. Для сформованої моделі ведеться пошук максимального або мінімального значення цільової функції $f(x)$ при виконанні умов виробничо-збутового характеру в області допустимих її значень D . Найбільш характерними

базовими моделями цього напрямку є моделі оптимального використання вихідних товарних ресурсів та визначення їх резервів, оптимальний розподіл товарних ресурсів за напрямками їх використання.

Метою аналізу ситуацій з використанням методів оптимізації є з'ясування сильних та слабких сторін функціонування торговельного підприємства, знаходження „вузьких місць” в обслуговуванні покупців в межах доцільного використання товарних ресурсів та можливих загроз, які можуть виникати при розвитку торговельного підприємства.

Економічний діагностичний аналіз з використанням методів оптимізації передбачає пошук допустимих діапазонів змін як кінцевих показників діяльності підприємства торгівлі, так і витрат вихідних ресурсів та знаходження їх резервів, за допомогою яких можливо рекомендувати вектор покращення якості обслуговування покупців та функціонування торговельного підприємства. Тобто після розв'язання та визначення оптимального варіанта будь-якої ситуації у сфері торговельного обслуговування необхідно провести діагностичні дослідження зміни торговельної діяльності при фактичних змінах умов надання торговельних послуг. Наявність поточної достовірної інформації щодо попиту на товари дозволяє проводити економічну діагностику та наукове обґрунтування досягнутого стану показників ефективності торговельної діяльності. Такі превентивні дослідження на основі діагностичних процедур сприяють розвитку торговельної інфраструктури, плануванню розширення кооперативного торговельного бізнесу та підвищення його ефективності.

Проведення економічної діагностики по фактичних результатах наданих торговельних послуг дозволить науково обґрунтувати прогнози подальшої діяльності торговельного підприємства споживчої кооперації для впровадження інноваційних управлінських рішень в питаннях планування інвестицій, розширення торгових площ, підвищення якості обслуговування та ін., щоб забезпечити максимальний прибуток при мінімальних витратах. З цією метою слід використовувати інноваційний інструментарій економічного діагностичного аналізу на основі методів оптимізації, після чого можна дати обґрунтовані рекомендації по змінах у вихідних даних, які впливають на кінцеві показники, не порушуючи структуру витрат вихідних ресурсів.

Інноваційні засоби діагностичних досліджень з використанням двоїстих оцінок дозволяють провести аналіз одержаних оптимальних розв'язків з таких аспектів: дефіцитність вихідних ресурсів або виявлення їх резервів; рентабельність діяльності (доцільність продажу окремих видів товарів та надання окремих видів торговельних послуг); доцільність розширення асортименту товарів; діапазон цін на товари (послуги) тощо.

Так, за інноваційним підходом математична модель даної ситуаційної задачі, яку будемо називати прямою задачею, розв'язується як задача лінійного програмування - фіксується оптимальний варіант у вигляді симплексної таблиці. Згідно з математичною моделлю прямої задачі будується математична модель двоїстої задачі за стандартним алгоритмом перетворення. Згідно з теоремою двоїстості [1] встановлюється відповідність між основними змінними прямої задачі x_j і її додатковими змінними x_{n+i} та основними y_i і додатковими y_{m+j} змінними двоїстої задачі:

$$x_j \leftrightarrow y_{m+j} \text{ та } x_{n+i} \leftrightarrow y_i$$

Для знаходження оптимальних значень двоїстих змінних використовуються

оціночні коефіцієнти γ_j з останньої оптимальної симплексної таблиці розв'язку прямої задачі наступним чином:

- якщо $F \rightarrow \max$, то $y_i = \gamma_{n+i}$ і $y_{m+j} = \gamma_j$,

- якщо $F \rightarrow \min$, то $y_i = -\gamma_{n+i}$ і $y_{m+j} = -\gamma_j$

Далі проводяться діагностичні дослідження за вказаними напрямками. При цьому використовується схема відповідності змінних x_j прямої і y_i двоїстої задач та оціночних коефіцієнтів γ_j з симплексної таблиці оптимального варіанту наступним чином:

$$x_j \leftrightarrow \gamma_j \leftrightarrow y_{m+j},$$

$$x_{n+i} \leftrightarrow \gamma_{n+i} \leftrightarrow y_i.$$

Якщо основні змінні двоїстої задачі $y_i \neq 0$, то i -й вихідний ресурс є дефіцитним, при $y_i = 0$ i -й ресурс має залишки, величину яких можливо знайти, використовуючи обмеження по i -му ресурсу прямої задачі. Для цього оптимальні значення x_j підставляються у відповідні обмеження і знаходяться залишки Δ_i , як резерви по i -му вихідному ресурсу:

$$\Delta_i = b_i - \sum a_{ij} x_j,$$

де b_i - загальний обсяг i -го вихідного ресурсу;

x_j - оптимальний обсяг j -го кінцевого продукту (торгівельної послуги);

a_{ij} - нормативний коефіцієнт витрат i -го ресурсу на одиницю j -го продукту.

Якщо додаткові змінні $y_{m+j} \leq 0$, то відповідна j -а складова кінцевого продукту рентабельна і обсяги її дорівнюють x_j . При $y_{m+j} > 0$ включати до кінцевого продукту j -у складову недоцільно, тому що її подальше використання нерентабельне.

Якщо необхідно розширити асортимент товарів, то треба новий $(n+1)$ -й вид товару характеризувати його ціною C_{n+1} та нормативними коефіцієнтами в i -х ресурсах $a_{i(n+1)}$.

Для проведення діагностичних процедур на доцільність представлення нового товару або пропозиції нових послуг складається додаткове обмеження для математичної моделі двоїстої задачі у вигляді:

$$a_{1(n+1)} y_1 + a_{2(n+1)} y_2 + a_{3(n+1)} y_3 + \dots + a_{m(n+1)} y_m \geq c_{n+1},$$

а потім проводиться аналіз на різницю правої та лівої частин цього обмеження за конкретним величинам $a_{i(n+1)}$ і c_{n+1} , тобто знаходиться:

$$y_{m+(n+1)} = a_{1(n+1)} y_1 + a_{2(n+1)} y_2 + a_{3(n+1)} y_3 + \dots + a_{m(n+1)} y_m - c_{n+1}$$

Якщо величина $y_{m+(n+1)} > 0$, то додатковий товар (послугу) нерентабельно включати до асортименту, тому що він збитковий. Щоб такої ситуації не спостерігалось треба змінити або ціну c_{n+1} , або нормативні витрати $a_{i(n+1)}$ вихідних ресурсів таким чином, щоб $y_{m+(n+1)} < 0$. Якщо має місце $y_{m+(n+1)} = 0$, то остаточне рішення залишається за відповідним працівником або потребує додаткових досліджень.

Аналогічним чином можливо провести аналіз на організацію додаткових точок обслуговування, визначення межі прибутковості по кожному виду товарів (послуг), оцінити збитки або прибуток сфери торгівлі в цілому або по окремих її складових. Така діагностика особливо важлива в питаннях, коли є потреба в збільшенні вимог до якості товарів (послуг); необхідно виявити та виключити такі товари (послуги), які несуттєво впливають на кінцевий результат; є потреба в уточненні параметрів, що знаходяться в зоні високої чутливості, а також цін на товари (послуги).

Список використаних джерел

1. Городня Т. А. Математичне програмування / Т. А. Городня, А. Ф. Щербак. – Львів : Магнолія 2006, 2007. – 200 с.

Карпенко Н. В.

д.е.н., професор, завідувач кафедри маркетингу
ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

КОРПОРАТИВНА СОЦІАЛЬНА ВІДПОВІДАЛЬНІСТЬ: ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА

Нова ера економіки визначається акцентуванням уваги підприємців на соціальній відповідальності перед кожним споживачем та суспільством в цілому. Поняття “прибутковий, ефективний бізнес” змінюється новою ідеологією, спрямованою на формування корпоративної соціальної відповідальності, що можливо досягти тільки через теоретичне переосмислення та реструктуризацію сучасної концепції маркетингу в соціально-відповідальну орієнтацію усіх суб’єктів споживчої кооперації.

Основна ідея соціально-відповідального маркетингу полягає в тому, що об’єктом управління постає не сукупне рішення, а відносини (комунікації) з покупцем і іншими учасниками процесу купівлі-продажу.

Концепція соціально-відповідального маркетингу ґрунтується на чотирьох основних положеннях:

- бажання споживачів не завжди збігаються з їх довгостроковими інтересами чи з інтересами всього суспільства. Мета задоволення короткострокових запитів споживачів змінюється на мету підвищення добробуту всього суспільства;
- споживачі віддають перевагу тим підприємствам, які проявляють дійсну турботу про споживачів, а також про добробут суспільства;
- підприємства мають визначити для себе правила етичної поведінки з окремими споживачами і суспільством у цілому;
- головне завдання підприємства – пристосовуватися до цільових ринків з тим, щоб не тільки викликати задоволення, а й підвищувати індивідуальний та колективний інтереси.

Прикладом застосування соціально – відповідального маркетингу є основні принципи споживчих кооперативів Європи, які формуються у вигляді: корпоративної соціальної відповідальності в межах зовнішніх і внутрішніх факторів, таких як люди, продукція,

принципи, оточення, суспільство, демократія та розвиток; спільного кооперативного бренду для об'єднань кооперативів Європи, окремої країни, регіону, окремої організації тощо.

Корпоративна соціальна відповідальність Європейським товариством споживчих кооперативів (ЄвроКооп) розглядається як кооперативна соціальна відповідальність споживчих кооперативів (Consumer Cooperative Social Responsibility), основна ідея якої ґрунтується на соціальній природі споживчої кооперації. Особливості її соціальної політики визначаються не тільки пошуком загального економічного результату у вигляді зростання прибутку, а в більшій мірі направлені на запровадження заходів, які сприяють вирішенню загальних екологічних питань, виробництву та реалізації якісної продукції, захисту прав споживачів, боротьбі проти бідності, розвитку ідеї Справедливої торгівлі тощо.

Виходячи із теоретичних положень корпоративної соціальної відповідальності доцільно розглядати соціально відповідальний маркетинг – як корпоративний, а його основними компонентами визначити наступні:

- брендінг, сформований на підставі екологічно безпечного процесу виробництва і реалізації товарів, участі у благодійних заходах;
- імідж підприємства завдяки збереженню корпоративної репутації;
- комунікації, створені через загальну корпоративну стратегію, привабливе оформлення веб-сайту, електронного зв'язку або звичайної кореспонденції.

Безперечними факторами, що сприяють розвитку корпоративної торговельної мережі у споживчій кооперації повинні стати наступні положення (табл. 1).

Таблиця 1

Факторний зміст розвитку корпоративної торговельної мережі у споживчій кооперації

Фактори корпоративної ідентичності у споживчій кооперації	Узагальнені характеристики корпоративної ідентичності
Кооперативна ідентичність	Кооперативний бренд “СООР”, національна та регіональна підпорядкованість
Сформована система управління за географічним принципом	Структура управління – обслуговивспілки, райспоживспілки, сільські споживчі товариства, тощо
Можливість постійного моніторингу клієнтської бази	
Контроль за системою збуту	
Інформаційний зв'язок учасників системи розподілу	
Розподіл ризиків у системі товароруку між всіма учасника	
Організація виробництва і торгівлі з орієнтацією на споживача	Асортимент продукції, на якому спеціалізується торговельна мережа з урахуванням можливостей власного виробництва
Наявність власної торговельної мережі	Масштаби діяльності кооперативних мереж (місцеві, міжрегіональні, національні торговельні підприємства)
Внутрішньо корпоративне ціноутворення	Рівень роздрібних цін з урахуванням доходів населення (низький та середній рівень доходів)
Формування довгострокових зв'язків між суб'єктами ринку	Кооперативна природа, соціально-відповідальні підходи до ведення бізнесу
Пошук і активізація неекономічних вигод	

Поглиблення процесів формування корпоративної соціальної відповідальності дозволить задовольнити не тільки потреби споживачів у якості товару, а й впливати на зміст товару, процес виробництва, умови постачання, що в кінцевому результаті приводить до задоволення потреб споживачів; сформувати відповідний бренд кооперативного виробництва і обслуговування; підтримати життєздатне виробництво та логістичний процес; вплинути на ціни за рахунок зменшення маркетингових витрат, які виникають у процесі розподілу і просування товару.

Карцева В. В.

д.е.н., професор, завідувач кафедри фінансів та банківської справи
ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ФІНАНСОВИЙ КОНТРОЛІНГ ЯК СКЛАДОВА СТРАТЕГІЧНИХ ПРІОРИТЕТІВ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Трансформаційний період розвитку національної економіки сприяв перегляду методів господарювання на підприємствах і в організаціях, споживчої кооперації. Це, у свою чергу, вимагає раціоналізації діючої системи управління та оптимізації бізнес-процесів шляхом впровадження фінансового контролінгу. Для таких структурних змін в системі споживчої кооперації склалися всі необхідні передумови: підприємства та організації системи споживчої кооперації, як і більшість середньостатистичних українських підприємств, мають типову організаційну структуру фінансової служби, мають відповідний ресурсний потенціал (фінансовий, майновий, трудовий).

Визнаючи ключову роль фінансового контролінгу, погоджуємося з думкою С. Бабенка щодо основних завдань фінансового управління кооперативними системами, серед яких основними слід вважати:

- розроблення фінансової стратегії з основних напрямів економічного й соціального розвитку кооперативної системи;
- визначення основних напрямів інноваційної діяльності та управління нею;
- встановлення і регулювання внутрісистемних фінансових зв'язків, визначення прав та обов'язків перед вищими за підпорядкованістю органами управління;
- забезпечення інформаційним, науково-методичним і нормативним інструментарієм управління капіталом, надання консультаційної допомоги з розроблення перспективних і поточних фінансових планів, а в разі необхідності – фінансової допомоги щодо ресурсного збалансування бюджетів з основних напрямів економічного й соціального розвитку кооперативів;
- участь у розподілі та використанні прибутку на цілі розвитку регіональної та міжрегіональної інфраструктури, підготовки й перепідготовки кадрів, утримання апарату управління тощо;
- фінансовий контролінг [1, с. 261–262].

Як бачимо, фінансовий контролінг включено до складу завдань фінансового управління споживчою кооперацією України ще у 2003 р.

Незважаючи на теоретичні обґрунтування науковців [1, 2, 3, 4] щодо доцільності застосування фінансового контролінгу в діяльності суб'єктів підприємництва, в системі споживчої кооперації, практичне його використання поки що залишається поза увагою вищого менеджменту. Така ситуація склалася у споживчій кооперації завдяки тому, що керівництву важко відійти від традиційних методів управління, а сучасні умови господарювання потребують перегляду позицій і перебудови системи управління з використанням фінансового контролінгу. Разом з тим окремі елементи фінансового контролінгу використовуються в системі споживчої кооперації України, але вони не дають бажаного ефекту.

Тому досить важливим є виокремлення проблемних аспектів та передумов використання фінансового контролінгу в системі споживчої кооперації України. Дослідження сучасного стану функціонування системи споживчої кооперації дало можливість виокремити проблеми, з якими стикається споживча операція, котрі необхідно враховувати і вирішувати в процесі впровадження фінансового контролінгу в діяльність підприємств та організацій споживчої кооперації:

- існуючий спектр управління не має необхідної повноти і не забезпечує стійкої фінансово-господарської діяльності в умовах турбулентного зовнішнього середовища;
- для вирішення питань стратегічної спрямованості не вистачає методичного підґрунтя, яке базувалося б на сучасних аспектах управління; функції та процедури управління недостатньо деталізовані;
- практика комплексного вирішення питань адаптації системи управління не досконала;
- комп'ютерне забезпечення управлінської і виробничої діяльності потребує суттєвої модернізації.

Використання фінансового контролінгу сприятиме вирішенню зазначених вище проблем в контексті підвищення ефективності функціонування системи споживчої кооперації.

Для вдосконалення фінансового управління у системі споживчої кооперації, яка базується на врахуванні особливостей її діяльності та положеннях фінансового контролінгу, необхідно:

- визначити найбільш суттєві етапи розвитку та показати їх відповідність концепціям розвитку контролінгу з метою виокремлення позиції щодо можливого використання фінансового контролінгу в діяльності системи споживчої кооперації;
- виділити чинники, що перешкоджають впровадженню фінансового контролінгу в діяльність підприємств та організацій споживчої кооперації;
- виокремити передумови застосування фінансового контролінгу у системі споживчої кооперації України в контексті пріоритетних напрямів її розвитку.

З метою підвищення якості прийняття управлінських рішень необхідно створити ефективну систему цілісного управління, використовуючи фінансовий контролінг.

Список використаних джерел

1. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці: монографія / С. Г. Бабенко. – Київ: Наукова думка, 2003. – 332 с.

2. Бабенко С. Г. Українська кооперативна ідея в загальноєвропейському контексті / С. Г. Бабенко, С. В. Гелей – К. : Вісті ЦССТУ, 2003. – 160 с.
3. Мурунова И. А. Теоретические основы корпоративного финансового контроллинга : монография / И. А. Мурунова / Волгоградское научное издательство, 2006. – 116 с.
4. Терещенко О. О. Контролінг поведінки в концепції біхевіористичних фінансів // Фінанси України / О. О. Терещенко. – 2011. – № 10. – С. 104 – 116.

Коваль Л. М.

д.е.н., доцент, ректор

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

МІЖГАЛУЗЕВІ ЗВ'ЯЗКИ АГРАРНОГО СЕКТОРУ ЕКОНОМІКИ ТА СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Споживча кооперація і агропромисловий комплекс (далі – АПК) органічно пов'язані між собою єдиним відтворювальним процесом і взаємозалежні міжгосподарськими зв'язками. Сучасна теорія відтворення визначає зміст цього процесу з альтернативних позицій, залежно від тих чи інших характеристик. Проте при встановленні взаємозв'язку між споживчою кооперацією та АПК відтворення розуміємо як процес, що безперервно повторюється з урахуванням фаз розподілу, обміну та споживання [1]. Опосередковуючи обмін, споживча кооперація не тільки доводить товари до споживача і реалізує форму їх вартості, але й забезпечує безперервність відтворювального процесу у більш широких масштабах [2].

Однею з пріоритетних галузей діяльності споживчої кооперації України у секторі АПК, як правило, була заготівля сільськогосподарської продукції та сировини, що є органічною частиною агропромислового комплексу та пов'язана корпоративними відносинами. Корпоративні відносини в агропромисловому комплексі – це відкрита система, що постійно змінюється і де одночасно відбуваються процеси утворення, становлення і розвитку. Проте можливості, що відкрилися після встановлення сприятливого торговельного клімату з Європейським Союзом, дозволили переглянути функції споживчої кооперації в АПК і віднайти нові ніші.

Незважаючи на загальний несприятливий інвестиційний клімат у країні, українському агропромисловому комплексу є що запропонувати для підприємств споживчої кооперації. Як показує практика, найбільшим попитом сьогодні користуються проекти переробки у харчовій промисловості, особливо у сільській місцевості. Як свідчить статистика ряду європейських країн, споживчі кооперативи, що реалізують проекти переробки у харчовій промисловості, складають близько 70% від їх загальної кількості. Так, у Німеччині через кооперативи збувається 50-52% сільськогосподарської продукції, переробляється 53% овочів і фруктів. У Швеції, Данії, Норвегії, Нідерландах, Японії кооперативами охоплено 100% виробників сільськогосподарської продукції. У США кооперативними утвореннями продається і переробляється 82% молока, 60% м'яса, 40% фруктів. Об'єднуючи практично всіх фермерів (Швеція, Фінляндія, Данія, Норвегія), кооперативи забезпечують зв'язок аграрного сектора з

іншими галузями національного господарства. Це стосується збуту сільськогосподарської продукції, її переробки, а також виконання функцій виробничого забезпечення, кредитування і обслуговування фермерських господарств. Члени таких об'єднань є їхніми працівниками, власниками своїх земель та виробленої продукції, доходу від її продажу, платниками податків, тобто це форми підприємств, які збільшують землекористування і крупнотоварність виробництва та не витісняють при цьому фермерів з їхніх господарств.

Яскравим прикладом діяльності зазначених форм є кооперативи гірських регіонів Юра, що на кордоні із Швейцарією. Більшість фермерів тут утримує худобу, тому майже у кожному селі створюються кооперативні сирні заводи, в яких селяни спільно переробляють молоко. Потім вони перевозять свіжі сирні крути на регіональний кооперативний сирний завод, де відбувається дозрівання. Районний кооператив від імені селян продає відомі сири “Конте” по всій країні, фермери отримують прибуток від продажу сиру, а не молока [4, с. 75]. Така форма кооперативних об'єднань отримала назву змішаних кооперативних структур, що здійснюють як виробничу, так і збутову діяльність. Процес діяльності у таких формах узагальнено виглядає таким чином (рис.1):



Рис. 1. Механізм виробничого та збутового процесу змішаних кооперативних сільськогосподарських структур

Попри функції виробництва та збуту, кооперативи виконують та сприяють реалізації ряду навчальних та соціальних проектів. Офіційні представники кооперативних об'єднань через мережу бібліотек та релігійних організацій постійно проводять роз'яснювальну роботу з місцевими жителями щодо переваг кооперативної діяльності, організовують профільні національні заходи для об'єднання і знайомства різнопрофільних національних господарств, лобіюють закони щодо полегшення податкового навантаження для фермерів, пропагують здоровий спосіб життя через застосування еко-технологій у виробництві продуктів харчування.

Узагальнений досвід країн Європейського Союзу та США поступово апробується в українських реаліях. Інвестор сьогодні готовий підтримувати проекти, що спрямовані на збільшення доданої вартості. Як правило, глибoku переробку продовольства та капіталовкладення у цей сектор можуть собі дозволити лише великі агрохолдинги, тоді як аграрії з меншим капіталом потенційно можуть обрати вузькоспеціалізовані напрямки на зразок переробки плодовоовочевої продукції і фруктів або вирощування нішевих культур: нуту, гірчиці, льону. При вищій рентабельності рівень конкуренції у цій сфері на позицію нижчий, і термін повернення інвестицій у середньому складає 2-3 роки.

Зважаючи на це, процес створення обслуговуючих сільськогосподарських кооперативів в Україні триває. Так, за даними Міністерства аграрної політики та продовольства, в Україні станом на 01.01.2016 року їх налічувалося 1026, що у 1,6 рази більше, ніж у 2010 році (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів, станом на:							
01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014	01.01.2015	01.01.2016
496	645	583	774	885	1017	1022	1026

Джерело: [3].

Динаміка розвитку та функціонування кооперативних об'єднань свідчить про зацікавленість і перспективність цієї сфери діяльності. Проте, незважаючи на кінцеві цілі кооперативних об'єднань – отримання прибутку, на них у майбутньому може лягти виконання соціальної функції, що спрямована на відродження сільських поселень та створення на їх основі перспективного сегменту АПК малоформатних галузевих видів діяльності сільськогосподарського призначення.

Список використаних джерел

1. Большой экономический словарь / под. ред. А. Н. Азрина. – М.: Ин-т новой экономики, 2004. – 881 с.
2. Герасименко В.С. Теоретичні аспекти створення кластера споживчої кооперації в АПК / В.С. Герасименко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. – №3 (54). – 2012.–С.56.
3. Динаміка розвитку сільськогосподарських обслуговуючих кооперативів за 2009-2016 рр./Міністерство аграрної політики та продовольства в Україні – Режим доступу до докум.: <http://minagro.gov.ua/ministry?nid=15750>
4. Молдаван Л.В. Ринок земель: право власності і право оренди, роль держави та міжнародний досвід / Л.В. Молдаван // Земля-село-люди-реформа: Збірник аналітичних матеріалів експертного форуму з питань земельної реформи. – 2012.– С. 74-79.

Ковтун О. І.
к.е.н., професор,
Ковтун Н. О.
бакалавр

Львівський торговельно-економічний університет

АДАПТАЦІЯ СИСТЕМИ ТРАДИЦІЙНОЇ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ ДО СУЧАСНИХ УМОВ ГОСПОДАРЮВАННЯ

Питання конкурентоспроможності та стійкого розвитку в умовах глобальної конкуренції є досить актуальним для будь-якого сектору (структурного елементу) національної економіки (НЕ). Але особливо гостро це питання постає сьогодні перед її кооперативним сектором і у т. ч. таким його структурним елементом як споживча

кооперація, яка, як з об'єктивних, так і з суб'єктивних причин, була, є і залишатиметься надалі важливим організаційно-економічним елементом господарського механізму економіки України. А якщо говорити про сільські території (як просторовий аспект структуризації національної економічної системи) та агросектор як кластер галузей їх спеціалізації (як аспект їх спеціалізації та суб'єкт формування відповідних (регіональних, національних та глобальних) ланцюжків створення вартості), то власне *споживча кооперація (СК)* тут виступає ключовим і активним елементом в організаційно-економічній структурі національної господарської системи. Однак в існуючій (традиційній) формі вона вже вичерпала свій потенціал (як обслуговуючий, так і синергетичний) і не в стані дати відповідь на виклики сучасного конкурентного ринкового середовища. Відтак, потрібні певні інноваційні зміни як в самій формі організації кооперативного сектора НЕ України, так і в механізми його функціонування. І насамперед сьогодні потрібні організаційно-управлінські інновації в традиційну систему організації функціонування *споживчої кооперації* на селі, яка, з одного боку, покликана обслуговувати мешканців, домогосподарства в сільській місцевості, та, з іншого боку, допомагати започатковувати і провадити жителям сільських територій організований бізнес, який би був конкурентоспроможним принаймні на регіональному ринку, що в умовах децентралізації матиме важливе значення і для формування дохідної частини місцевих бюджетів, і допомагатиме вирішити гостру проблему зайнятості та забезпечення доходів для розширеного відтворення сільських домогосподарств.

На нашу думку вирішення цієї комплексної проблеми лежить в площині власне *запровадження організаційно-управлінських інновацій в сферу традиційного кооперативного сектору на селі*.

Так в аграрному секторі економіки більшості розвинутих країн світу перевага зазвичай надається таким новим формам кооперації як кластери, партнерства і обслуговуючі кооперативи, оскільки вони якнайкраще адаптуються до мінливих умов ринку та технологій і можуть проявляти гнучкість в організації своєї діяльності. Вони фактично і є тією організаційно-управлінською інновацією, що забезпечує окремим, у тому числі і дрібнотоварним, виробникам доступ до ринку. Тобто ці кооперативні форми і є інноваційною технологією доступу на ринок в умовах глобальної конкуренції.

Отже, враховуючи позитивні результати, які демонструє світовий та особливо європейський досвід в організації дрібного та середнього аграрного бізнесу та формуванні стійкого ринку продовольства, *сучасна модель кооперації* для домогосподарств та продуктивних сил на теренах сільських територій (для дрібного і середнього агробізнесу, який фактично представляє їх галузі спеціалізації), є одночасно найефективнішою організаційно-правовою формою співпраці на засадах спільної діяльності, соціально-економічною формою самоорганізації та взаємодопомоги селян, формою/системою самозахисту їхніх соціальних та економічних прав та інтересів, формою самооборони від монополістів та нечесної конкуренції, формою забезпечення якості продукції.

Закладений в кооперації нового типу *синергетичний ефект* забезпечує можливість вижити дрібному с/г виробнику та вирішити цілу низку проблем села: забезпечувати господарства матеріально-технічними ресурсами; надавати високотехнологічне

обслуговування с/г виробництву; формувати товарні партії продукції та допомагати у її вигідній реалізації; розвивати соціальну сферу села; здійснювати навчально-просвітницьку роботу; підвищувати продуктивність праці за рахунок впровадження нових технологій, сортів, племінної справи; сприяти побудові соціальної інфраструктури для громади.

Що стосується вирішення конкретної проблеми конкурентоспроможності (продукції та господарств) та забезпечення стійкого розвитку сільських територій кооперативні формування нового типу (т. з. кластерна кооперація або обслуговуюча кооперація) на основі: встановлення нових та поглиблення існуючих виробничо-технологічних і маркетингових зв'язків, взаємодопомоги господарюючих суб'єктів, поширення інновацій, обміну конкурентними перевагами завдяки безперервним контактам, вільного обміну інформацією, подолання замкненості на внутрішніх проблемах, сприяння капіталовкладенням та спеціалізації учасників кооперації, більш раціонального використання місцевих ресурсів тощо, – дає змогу підвищувати технологічний рівень виробництва і конкурентоспроможність кінцевої продукції, конкурентоспроможність усіх складових та нового кооперативного об'єднання в цілому, а також територій його локалізації. При цьому завдяки створенню умов для підвищення продуктивності праці, для інноваційного та виробничого зростання, для формування нового бізнесу, який підтримує інновації, конкурентоспроможність продукції забезпечується за ціновими та якісними параметрами. Такий позитивний результат досягається за логікою синергії, яка виникає в межах завершеного ланцюжка створення вартості локальних кооперативних утворень кластерного типу.

Політика щодо заохочення формування новітніх кооперативних організацій на селі є вкрай актуальною для України оскільки ідея кооперації та кооперативів тут була спотворена помилками в управлінні як у період до початку, так і під час проведення ринкових реформ. А нові кооперативні формування (на кшталт кластерів чи обслуговуючих кооперативів) *повинні стати*: а) успішною альтернативою класичним структурам споживчої та виробничо-заготівельної кооперації, які є традиційними організаційно-економічними формами функціонування НЕС на рівні сільських територій; б) драйверами відродження українського села, підтримки сільських домогосподарств та збереження дрібного і середнього с/г виробника – традиційно ключового гравця аграрного ринку України (на противагу крупним, індустріального типу, агрохолдингам). Однак це потребуватиме багатьох зусиль на всіх рівнях управління цієї (кооперативної) підсистем НЕС.

Коробкин А. З.

к.э.н., доцент

УО “Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации”,
Республика Беларусь

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ КООПЕРАТИВНОЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В соответствии с Концепцией развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы [1,с.6] стратегическими направлениями развития кооперативной торговли до 2020 года являются:

- проведение обоснованной оптимизации торговой сети в малых населенных пунктах сельской местности с численностью жителей менее 100 человек, организация их обслуживания современными автомагазинами не менее 3-х раз в неделю (Справочно: По состоянию на 1.01 2015 г. Белкоопсоюз располагает 9109 магазинами общей торговой площадью 952,2 тыс.кв.м., в том числе в малых населенных пунктах сельской местности с численностью жителей менее 50 человек — более 300 магазинов общей торговой площадью 17,5 тыс. кв. м.);

- насыщение потребительского рынка товарными ресурсами преимущественно отечественных производителей, качественное улучшение структуры товарооборота за счет увеличения доли продаж непродовольственных товаров. В структуре продаж продовольственных товаров планируется сокращение удельного веса алкогольных напитков и увеличение объемов продаж овощей, фруктов, рыбных продуктов, экологически чистой сельскохозяйственной продукции, что будет способствовать обеспечению высокого уровня жизни населения;

- автоматизация торгово-технологических процессов на основе построения единой информационной системы с поэтапной интеграцией в нее всей товаропроводящей сети (внедрение системы SAP автоматизации операций складского хранения с подключением удаленных складов, которая позволит выстроить максимальную организацию процессов учета, контроля и управления складским хозяйством);

- формирование единого центра закупок и продаж на основе оптово-логистического центра, включающего региональные распределительные центры (склады) на базе действующих оптовых баз, поэтапная интеграция районных торгово-распределительных складов;

- стандартизация бизнес-процессов в торговле на всех уровнях продвижения товаров (закуп товаров, формирование и подача заявки, правила выкладки товаров, стандарты работы персонала и др.);

- брендирование торговой сети, в том числе за счет расширения сети торговых объектов “Родны кут”, разработки программы брендирования сети по реализации непродовольственных товаров, создание узкоспециализированных сетей (квзисетей);

- расширение сети специфических социально-ориентированных торговых форматов. В рамках формирования многоформатной торговой инфраструктуры будет продолжена

робота по створенню і розвитку торгових об'єктів специфічних сегментів розничної торгівлі, мають яскраво виражене соціальне значення - "Мясная лавка", "Горячий хлеб", "Дары природы", "Кооператор" и др.;

- організація роботи сучасних ринків. С однієї сторони це об'єкти, де буде представлений широчайший асортимент продукції, в тому числі власного виробництва, з іншої сторони – це традиційне місце реалізації соціокультурних потреб населення, можливість легально торгувати всім бажаним за адекватну арендну плату при дотриманні санітарних норм, прав споживачів;

- популяризація ярмарочної торгівлі. Ярмарки як торговельне заход – найпростіша і найважливіша інфраструктура для зростання обсягів продажів. Ярмарки дозволяють швидко залучити в торгівлю товари і продукти, вироблені організаціями кооперативної промисловості, дати толчок до збільшення їх виробництва, а споживачу на регулярній основі отримувати свіжу востребовану продукцію;

- розробка програм лояльності споживачів, введення єдиної карти пайщика, діючої на всій території країни і надає право на отримання знижки во всіх комп'ютеризованих об'єктах споживчеської кооперації;

- впровадження категорійного менеджменту в управлінні товарними ресурсами, як системний підхід в управлінні товарними категоріями (об'єднаними товарними групами) від його закупки, просування і до реалізації;

- розширення асортименту і збільшення кількості товарів, реалізованих під власною маркою.

Реалізація цих напрямків, на нашу думку, стабілізує стан кооперативної торгівлі Республіки Білорусь і створить основу для її ефективного функціонування в перспективі.

Список использованных источников

1. Концепция развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы: утв. постановлением Правления Белкоопсоюза от 29 февр. 2016, № 47. – Минск: Белкоопсоюз, 2016.

Костишина Т. А.

д.е.н., професор, завідувач кафедри управління персоналом і економіки праці

Степанова Л. В.

к.е.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"

СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

В умовах соціалізації української економіки всі актуальнішими стають питання розвитку соціально-економічного потенціалу. Споживча кооперація займає важливе місце серед галузей економіки України та має значний соціально-економічний потенціал. На

цьому тлі вирішення проблем його ефективності є актуальним і своєчасним, оскільки створює фундамент ефективного функціонування підприємств і галузей в цілому.

Соціально-економічний потенціал споживчої кооперації можна розглядати як можливість системи ресурсів: кадрових, науково-технічних, виробничих, наукових, інформаційних, соціально-культурних, забезпечувати споживачів необхідними продуктами й послугами для задоволення їх потреб та підвищення якості життя.

В сучасних умовах трудовий потенціал споживчої кооперації є важливою складовою його соціально-економічного потенціалу.

Концептуальні засади забезпечення ефективності трудового потенціалу визначаються як комплексна система заходів і дій на макро-, галузевому та мікрорівнях (рис. 1).

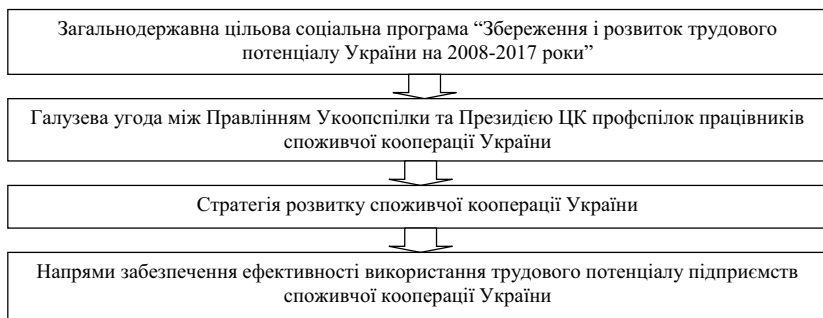


Рис. 1. Реалізація концептуальних засад забезпечення ефективності використання трудового потенціалу на макро-, галузевому та мікрорівнях

Метою Загальнодержавної цільової соціальної програми "Збереження і розвиток трудового потенціалу України на 2008-2017 роки" є створення правових, економічних, соціальних і організаційних засад щодо збереження, відтворення та розвитку робочої сили [2].

Проблеми збереження й розвитку трудового потенціалу в загальнодержавній програмі розв'язуються шляхом виконання таких завдань:

- підвищити рівень та якість життя за рахунок зростання реальних доходів населення;
- збільшити реальну допомогу держави у сфері охорони здоров'я, освіти, пенсійного забезпечення та системи страхування;
- впроваджувати сучасні ресурсо- та енергозберігаючі, екологічно безпечні технології;
- підвищити рівень інноваційності у виробництві;
- розширити можливості загальнодоступного повноцінного відпочинку і оздоровлення населення;

–забезпечити розвиток ринку житла, функціонування сім'ї на всіх етапах її життєдіяльності за рахунок створення розвинутої соціальної інфраструктури, державних та недержавних служб соціальної допомоги;

–створити належні умови для запровадження системи навчання протягом усього життя;

–знизити рівень та тривалість безробіття шляхом реалізації заходів активної політики на ринку праці;

–забезпечити захист прав і гарантій громадян шляхом розвитку соціального діалогу між державою, профспілками та роботодавцями на всіх рівнях;

–створити умови для стимулювання продуктивної праці, підприємницької та ділової активності;

–забезпечити подальший розвиток ринкових механізмів регулювання оплати праці і підвищити роль колективних договорів та угод на всіх рівнях соціального партнерства;

–стимулювати інвестування в екологічно чисті технології та створити безпечні умови праці.

Отже, запропоновані заходи щодо збереження й розвитку трудового потенціалу, на нашу думку, є доцільними для впровадження у діяльність підприємств різних галузей споживчої кооперації задля розвитку її соціально-економічного потенціалу.

Список використаних джерел

1. Соціально-економічний потенціал сталого розвитку України та її регіонів: національна доповідь / за ред. акад. НАН України Е.М. Лібанової, акад. НАН України М.А. Хвесика. – К.: ДУ УЕПСР НАН України, 2014. – 776 с.

2. Зазальнодержавна програма "Збереження і розвиток трудового потенціалу України на 2008–2017 роки" / [Електронний ресурс]. – джерело доступу: <http://zakon.nau.ua>.

Кравченко О. О.

здобувач

ВНЗ Укоопспілки "Полтавський університет економіки і торгівлі"

ФОРМУВАННЯ КАДРОВОЇ БЕЗПЕКИ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СКЛАДОВОЇ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ

Сучасні умови функціонування підприємств в умовах глобалізації передбачають формування кадрової безпеки, яка має на меті запобігати негативним впливам на економічну безпеку через ризики і загрози, пов'язані з персоналом.

Питання кадрової безпеки в Україні досліджували у своїх наукових працях А. Р. Алавердов, Я. А. Жаліло, А. Я. Кібанов, А. М. Колот., М. С. Лисенко, В. Л. Ортинський, Н. А. Подлужна, І. Б. Швець, І. Г. Чумарін та інші.

На думку, А. Я. Кібанова, кадрова безпека – це генеральний напрямок кадрової роботи, сукупність принципів, методів, форм організаційного механізму з визначення цілей, завдань, спрямованих на збереження, зміцнення й розвиток кадрового потенціалу,

на створення відповідального і високопродуктивного згуртованого колективу, здатного вчасно реагувати на постійно мінливі вимоги ринку з урахуванням стратегії розвитку організації [1].

Можемо визначити згідно з А. Я. Кібановим такі складові кадрової безпеки: соціально-мотиваційна безпека, професійна безпека, антиконфліктна (психологічна) безпека.

І. Г. Чумарін виокремлює три основні чинники, від яких залежить кадрова безпека будь-якого підприємства, а саме: найм, лояльність та контроль [2, с. 35]. На нашу думку, ці чинники взаємопов'язані, оскільки недостатня увага при наборі персоналу та недостатній розвиток лояльності персоналу викликають найбільше порушень і змушують підприємство віддавати перевагу й ресурси на посилення контролю за персоналом.

До найпоширеніших видів порушень належать:

- афери з боку провідних спеціалістів (менеджерів і керівників середньої ланки, відповідальних за конкретний напрям бізнесу підприємства), в основному назовні підприємства, зокрема у міжнародних організаціях;

- “відкат”, тобто спеціальне завищення ціни на продукцію (послуги) з метою отримання надлишку;

- фальсифікація сум готівки у касі й сум на банківських рахунках, підробка чеків підприємства;

- несанкціонований продаж і використання майна (власності) підприємства із корисливою метою;

- оплата роботи підставних (“фіктивних осіб”);

- фальсифікація документації підприємства за допомогою електронної техніки й Інтернету (наприклад, перерахування коштів підприємства на свій особистий рахунок, внесення змін у звітні документи);

- несанкціоновані операції із цінними паперами, матеріальними й нематеріальними активами підприємства;

- фальсифікація звітів про використання коштів, виділених на відрядження, “представницькі видатки”, на інші потреби підприємства.

Порушення з боку персоналу мають зазвичай таку мотивацію:

- особисті фінансові труднощі, неможливість задоволення життєвих потреб своїх та сім'ї;

- наявність слабких місць у системі управління діяльністю підприємства (зокрема в системі бухгалтерського обігу);

- низька кваліфікація керівництва підприємства;

- нездоровий діловий клімат у колективі підприємства;

- психологічна готовність (схильність) працівника до зловживання службовим становищем;

- порочні зв'язки, вчинки, захоплення;

- відсутність налагодженого контролю з боку керівництва за діяльністю персоналу;

- слабкий кадровий менеджмент, що дає змогу займати відповідальні посади співробітникам-аферистам, неефективна персональна робота з кадрами.

Можна класифікувати кадрові небезпеки за такими критеріями:
внутрішні:

- невідповідність кваліфікації співробітників до займаної посади;
- недостатня кваліфікація працівників;
- слабка організація системи управління персоналом;
- слабка організація системи навчання;
- неефективна система мотивації;
- помилки в плануванні ресурсів персоналу;
- відсутність творчих елементів у роботі;
- нецільове використання кваліфікованих співробітників;
- працівники орієнтовані на вирішення внутрішніх тактичних завдань;
- співробітники не орієнтовані на дотримання інтересів підрозділу;
- відсутність або слабкість корпоративної політики;
- неякісні перевірки кандидатів під час прийому на роботу.

зовнішні:

- кращі умови мотивації в конкурентів;
- установка конкурентів на переманювання;
- зовнішній тиск на працівників;
- інфляційні процеси.

Формування кадрової безпеки сприяє підвищенню конкурентоспроможності працівників, оскільки є результатом ефективного управління персоналом, та підвищенню економічної безпеки підприємств загалом.

Список використаних джерел

1. Кибанов А. Я. *Управление персоналом организации : учебник* / А. Я. Кибанов. – М.: ИНФРА-М, 2002. – 638 с.
2. Чумарин И. *Работа с персоналом в контексте общей безопасности компании* / И. Чумарин // *Менеджмент персонала*. – 2005. – № 1. – С. 34-40.

Кузьма Х. В.

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

ЕКОНОМІЧНА СУТЬ КОМІСІЙНИХ ОПЕРАЦІЙ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Особливою формою діяльності виступає комісійна торгівля, що поєднує в собі як торговельну, так і посередницьку діяльність.

Питання економічної суті операцій з комісійної торгівлі суб'єктів господарювання досліджували О. Г. Дроздова [2], С. В. Мочерний, А. Г. Загородній, Ю. Д. Чацкіс, Н. В. Секіріна та ін. На основі проведених досліджень можна сказати, що сутність комісійних операцій досліджували на недостатньому рівні.

Г. М. Дроздова вважає, що суть комісійних операцій полягає у здійсненні однією стороною, названої комісіонером, за дорученням другої сторони, названої комітентом, угод від свого імені, але за рахунок комітента [2].

Комісійна операція – різновид комерційно-торговельної операції, здійснюваної відповідно до двосторонньої комісійної угоди, коли одна сторона – комісіонер – зобов’язується за дорученням іншої сторони – комітента – здійснити певні посередницькі (торговельні) операції від свого імені за певну винагороду [3].

Комісійні операції можна поділити на два види (рис. 1.).

І вид



II вид



Зміст операцій: I вид: 1 – комітент (продавець) доручає комісіонеру товар для продажу покупцю; 2 – покупець платить гроші комісіонеру за товар; 3 – комісіонер віддає товар покупцю; 4 – комісіонер віддає гроші комітенту (продавцю).

II вид: 1 – покупець доручає комісіонеру знайти комітента (продавця) потрібного йому товару; 2 – комітент (продавець) віддає товар комісіонеру; 3 – комісіонер віддає комітенту гроші; 4 – комісіонер віддає товар покупцю.

Рис. 1. Види комісійних операцій

I вид – комісійні операції спрямовані на продаж (коли комітент доручає комісіонеру продати його товар покупцю);

II вид – комісійні операції спрямовані на купівлю (коли покупець хоче купити товар і доручає комісіонеру знайти комітента (продавця) і купити в нього товар).

Різновидом комісійних операцій, котрі здійснюються підприємствами споживчої кооперації, є операції консигнації. Суть їх полягає в тому, що кооперативне підприємство-експортер (консигнант) доручає посереднику (консигнатору) реалізацію товару зі складу протягом встановленого періоду. Консигнатор не купує цей товар у свою власність, а продає його від свого імені й здійснює платежі консигнатору в силу реалізації зі складу товару покупцеві.

Консигнаційна форма продажу використовується при слабкому освоєнні ринку або ж при поставці нових товарів, мало відомих місцевим покупцям. На умовах консигнації реалізуються в основному товари масового серійного виробництва [1].

На основі проведеного нами дослідження сутності комісійних операцій ми дійшли висновку, що комісійна операція – це особливий вид торгово-посередницької операції, яка здійснюється на основі договору комісії й поділяється на два види. Різновидом комісійних операцій є операції консигнації.

Список використаних джерел

1. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства 2012 р. / Г. М. Дроздова. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://xn--e1ageiefbcst9i8a.xn--p1ai/%D1%82%D0%B5%D0%BA%D1%81%D1%82/1229/14>.
2. Дроздова О. Г. Комісійна торгівля – специфічна форма торговельної діяльності / О. Г. Дроздова // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2014. – Вип. 2 (53). – С. 56-60.
3. Економічна енциклопедія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cyclop.com.ua/content/view/278/1/1/2/>

Куриленко В. В.

старший преподаватель
УО “Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации”,
Республика Беларусь

ПРИОРИТЕТЫ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

В современных условиях инновационного развития экономики теоретические исследования в области совершенствования управления хозяйствующими субъектами должны быть ориентированы на поиск направлений повышения эффективности их функционирования с наименьшими затратами ресурсов. Касается это в полной мере и управления персоналом, поскольку трудовые ресурсы являются наиболее важной стратегической составляющей ресурсного потенциала организации.

Анализ показателей, отражающих эффективность использования имеющихся трудовых ресурсов, в системе принятия управленческих решений занимает ведущее место с точки зрения обеспечения эффективного ведения экономики организации. На основе проведенного анализа экономических показателей осуществляют изыскание и обоснование резервов повышения эффективности хозяйственной деятельности организации. Актуальность используемой методики анализа эффективности использования трудовых ресурсов, определяет степень точности расчета имеющихся резервов повышения результативности работы организации на перспективу. Методика анализа эффективности использования трудовых ресурсов в части расчета производительности труда используемая

в экономике Республики Беларусь, как на макро, так и на микроуровне, на наш взгляд, несовершенна и требует доработки.

Действующая методика анализа состояния и эффективности использования трудовых ресурсов организации термин “трудовые ресурсы” заменяет отождествляет с термином “кадры”. Вместе с тем во всех хозяйствующих субъектах на территории Республики Беларусь согласно “Указаний по заполнению в формах государственных статистических наблюдений статистических показателей по труду” утвержденных постановлением Министерства статистики и анализа Республики Беларусь от 29.07.2008 г., № 92 (в ред. от 13.08.2015 г. № 92), термину “кадры” соответствует списочная численность работников организации. Однако работники принятые на работу по совместительству из других организаций и выполнявшие работу по гражданско-правовым договорам также являются носителями живого труда и источником создания организацией добавленной стоимости в процессе осуществления хозяйственной деятельности.

Действующая методика расчета производительности труда, при которой объем выполненной работы сопоставляется со среднесписочной численностью работников организации подходит для оценки эффективности использования трудовых ресурсов на основе соизмерения ее темпов роста с динамикой средней заработной платы работников. В тоже время данный подход не дает реального представления о производительности труда, завышая ее фактические значения. Происходит сопоставление объемов деятельности, в создании которых участвовали не только работники списочного состава, но и внешние совместители, и работники выполнявшие работу по гражданско-правовым договорам, со среднесписочной численностью работников.

На наш взгляд, для адекватного измерения производительности труда необходимо дополнить существующую систему показателей, показателем, позволяющим сопоставить результаты использования живого труда в организации с величиной использованных всех трудовых ресурсов, а не только среднесписочной численности.

Второй значительной проблемой обеспечения эффективного использования трудовых ресурсов организаций системы потребительской кооперации является мотивация трудовой активности работников. В силу основных уставных целей деятельности и специфики функционирования потребительской кооперации ее финансовые возможности в обеспечении конкурентоспособного размера материального вознаграждения за труд весьма ограничены. Имеющиеся проблемы усугубляются нынешним финансово-экономическим кризисом. Однако для устойчивого функционирования системы потребительской кооперации необходимы альтернативные пути мотивации и стимулирования труда.

Многие исследователи в области управления персоналом указывают, что недостаточно опираться в мотивации и стимулировании труда на одну заработную плату, даже если она является наиболее существенной мотивационной установкой, поскольку удовлетворение от заработной платы, каким бы ни был её размер, в силу закона возрастающих потребностей, довольно быстро исчезает. Значительно больший период времени по сохранению заинтересованности в высокопроизводительном труде в сравнении с размером заработной платы имеет возможность построения карьеры в организации. Однако на практике развитию персонала и работе с кадровым резервом в организациях уделяется недостаточно внимания. В системе потребительской кооперации Республики Беларусь с ее разветвленной иерархической

структурой и большим штатом работников пока осталась недооценена роль планирования карьеры персонала в деле повышения эффективности и конкурентоспособности ее функционирования.

На наш взгляд, реализация планирования карьеры персонала в организациях системы потребительской кооперации позволит значительно повысить эффективность управленческой деятельности, увеличит степень трансформации личностных потенциалов сотрудников в кадровый потенциал организации, усилит мотивацию труда без дополнительных финансовых затрат и в отличие от материального стимулирования обеспечит долговременный ее характер в силу природы движущих мотивов.

Кушнир К. В.

к.э.н., доцент

Кооперативно-торговый университет Молдовы,
Республика Молдова

УВЕЛИЧЕНИЕ ФИНАНСОВЫХ РЕСУРСОВ В ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ МОЛДОВЫ – КАК ФАКТОР ВЫХОДА ИЗ КРИЗИСА

В современных условиях глобализации экономики, исследование финансовых ресурсов потребкооперации должно основываться на раскрытии специфики воздействия на денежные потоки трёх основных факторов:

- соотношения форм собственности на каждом историческом этапе развития предпринимательских структур и правовых основ их защиты;
- влияния отраслевых и территориальных особенностей на формирование системы финансовых отношений;
- степени зависимости финансового потенциала отрасли от состояния мирового финансового рынка.

В условиях рыночных отношений, динамичное развитие системы, сдерживается недостаточной финансовой устойчивостью и прибыльностью организаций потребительской кооперации. В настоящее время чётко обозначились тенденции снижения темпов роста прибыли и рентабельности, усиления диспропорций в соотношении собственных и привлечённых финансовых ресурсов для воспроизводственной и текущей деятельности, сокращения возможностей привлечения средств внешнего финансирования.

Основными причинами создавшегося положения в системе потребительской кооперации Республике Молдова являются последствия международного экономического кризиса, начавшегося в декабре 2007 г., повлекшие за собой:

- снижение объемов государственной финансовой поддержки;
- потерю устоявшихся внутрихозяйственных связей с крупными поставщиками и потребителями продукции и услуг;
- поддержание устаревшей организационно-функциональной структуры хозяйствования и управления;
- поверхностную оценку результатов хозяйственной деятельности;

–отсутствие конкурентных преимуществ на рынке товаров и услуг.

Для преодоления негативной динамики необходимо внедрять в практику современные методы финансового менеджмента и инструменты управления доходами, расходами и финансовыми результатами (оптимизация издержек обращения, запасов, анализ безубыточности, бюджетирование), а также более широко использовать вариационные возможности при выборе методов учетной политики. Важным внешним источником увеличения собственного капитала в целях финансирования необходимых объемов расходов и обеспечения достаточного уровня доходов в потребительской кооперации является увеличение величины паевого фонда, привлекаемого за счет дополнительных вложений.

Механизм управления паевым фондом в целях увеличения финансовых ресурсов должен предусматривать:

- анализ состояния паевого фонда с учетом действующих на него факторов с точки зрения его достаточности для нормального ведения хозяйственной деятельности и обеспечения экономического интереса пайщиков;

- сравнительную оценку стоимости паевого капитала, привлекаемого за счет дополнительного кооперирования населения и цены заемного капитала;

- разработку действенной системы льгот и стимулов для привлечения пайщиков в систему потребительской кооперации.

Привлечение дополнительного паевого капитала может осуществляться различными приемами и способами, одним из которых является применение дифференцированного вступительного и паевого взносов пайщиков в зависимости от прожиточного минимума.

Необходимость установления дифференцированной величины вступительного и паевого взносов для пайщиков диктуется тем, что в настоящее время размер этих взносов (максимального и минимального) в потребительских обществах не определен, и устанавливается общим собранием пайщиков.

Как показывает практика деятельности потребительских обществ, величина взносов пайщиков является незначительной (33,0 леев в 2015 г. по сравнению с 2012 - 23,2 леев). В то же время, в основном в южной зоне, данный показатель составляет 1,7 леев. Число пайщиков в 2015 составило 1,4 млн., а паевой фонд – 4,7 млн. лей⁸

Принимая во внимание низкий темп роста паевого фонда в потребительских обществах, следует, на наш взгляд, увязать размер вступительного и паевого взносов с прожиточным минимумом по регионам. Это, при прочих равных условиях, продиктовано необходимостью применения современного научно-обоснованного подхода к установлению его величины для удовлетворения растущих финансовых потребностей пайщиков.

Учитывая, что величина прожиточного минимума в Молдове составило 1734.1 леев в месяц в 2015 году, увеличившись по сравнению с 2014 г. на 6,6%, его высокое значение было зафиксировано для населения крупных городов (1933.2 леев), а в сельской местности -

⁸ Доклады административных и контрольных органов МОЛДКООП о деятельности потребительских кооперативов между съездами

1657.7 леев, предлагается дифференциация размеров вступительного и паевого взносов пайщиков в зависимости от прожиточного минимума.

Для привлечения дополнительного паевого капитала и усиления заинтересованности сельских жителей вступать в ряды пайщиков необходимо осуществлять кооперативные выплаты на паевые взносы. На наш взгляд, целесообразно установить прогрессивную шкалу кооперативных выплат в зависимости от вклада пайщика в формирование паевого фонда.

В этих условиях, считаем целесообразно, принимать во внимание данные направления при разработке стратегий и планов деятельности предприятий потребительской кооперации.

Макарук Ф. Ф.

к.с.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

РИНОК, ЯК СОЦІАЛЬНО ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Прагнення до свободи вибору форм власності та видів економічної діяльності є одним із пріоритетів і бажань суб'єктів господарювання у сучасних умовах їх діяльності.

Питання економічної суті ринків досліджували В. В. Апопій, З. Г. Ватаманюк, О. В. Волкова, П. О. Кущик, В. О. Озеран, Г. А. Папірян, Г. О. Пухтаєвич, А. Г. Савченко, О. В. Чернявська, Л. Г. Шморгунта та ін. [5, 6, 31-33]. Однак, на нашу думку, поняття “ринок” досліджено на недостатньому рівні, як наслідок, теоретичні погляди щодо сутності й адаптації до сучасних умов господарювання цієї дефініції є суперечливими.

Ринок і торгівля України сягають своїм корінням у давнину. Вони займали і займають важливе місце у соціально-економічному розвитку споживчої кооперації України.

Здійснена у 1987 р. передача ринків у систему споживчої кооперації підтвердила визнання суспільством їх ролі у споживчому та аграрному секторі економіки. При цьому був врахований досвід роботи споживчої кооперації із встановлення і розвитку міської кооперативної торгівлі, а також тісні економічні зв'язки з виробниками сільськогосподарської продукції і сировини: власниками особистих підсобних господарств, колективними, фермерськими та індивідуальними виробниками, підкріпленими наявними у системі споживчої кооперації потужностями із заготівель, переробки і зберігання аграрного продукту.

З розгортанням соціально-економічної кризи та зростанням безробіття в Україні торгівля на ринках стала головним середовищем економічної активності працездатного населення. Сьогодні, коли посилилась економічна криза, ринки є важливою частиною соціально-економічного життя суспільства.

На початку 2016 р. в Україні налічувалось 452 кооперативних ринки з продажу споживчих товарів [3]. Протягом періоду функціонування ринків сформувалась

сукупність взаємовідносин у сфері торгівлі, надання послуг, виконання робіт між ринками, які можна описати як господарські операції суб'єктів підприємницької діяльності, державними органами влади та суб'єктами господарювання різних форм власності і видів економічної діяльності, які безпосередньо здійснюють свою діяльність на ринках.

Враховуючи основні характеристики функціонування соціально-економічного середовища в Україні, особливості діяльності ринків та принципи здійснення на них основних видів економічної діяльності (реалізація товарів, надання послуг, виконання робіт) залишаються недостатньо обґрунтованими та дослідженими, що пов'язано з низкою економічних проблем.

У сучасних умовах господарювання ринки споживчої кооперації України залишаються важливим джерелом забезпечення населення сільськогосподарською продукцією.

Діяльність ринків в Україні регулюється достатньо сформованою нормативно-правовою базою, але вона потребує постійного вдосконалення для адекватного реагування на зміни у стані економіки країни та створення законодавчого підґрунтя для їх розвитку.

Щодо сучасного стану ринків в Україні, то за прогнозними у разі збереження існуючої тенденції кількість функціонуючих ринків споживчої кооперації скорочується.

Проведені дослідження свідчать, що найбільш поширеними послугами ринку є: бронювання торговельних місць (надання торговельних місць на ринку); прокат майна (торгівельного інвентаря, обладнання, санітарного одягу тощо); супутні послуги (розрубка і зважування м'яса тощо); транспортні послуги. Вказані послуги забезпечують основну частку доходу ринків.

Ринкові комплекси, філіали і ринкові підприємства, що складають основу ринкового господарства споживчої кооперації і окремих кооперативних організацій, у свою чергу формуються організаціями і підприємствами різних господарських систем, що зайняті обслуговуванням продавців і покупців на ринку [1]. Зміни в економіці України, перебудова державного та суспільного секторів, проведення реформ в агропромисловому комплексі, розвиток підприємництва, а також безробіття та падіння життєвого рівня більшості населення, призвели до перерозподілу ролі каналів продажу товарів, зокрема на користь ринків.

Досліджуючи роль ринків у процесі розвитку сучасної української економіки, варто враховувати як економічні, так і соціальні фактори. При цьому соціальний фактор розглядається в контексті зменшення рівня безробіття й забезпечення зайнятості населення завдяки суб'єктам підприємницької діяльності, які організовують власну підприємницьку діяльність на ринках і створюють робочі місця [2].

Основними напрямками поліпшення обслуговування через ринки є: подальше будівництво нових, розширення і технічне переоснащення діючих ринків; постійне утримання ринків у належному санітарно-технічному стані; всебічне сприяння населенню, усім категоріям господарств у збільшенні виробництва та продажу на ринках виробленої для реалізації сільськогосподарської й іншої продукції; розширення та надання у повному обсязі послуг продавцям і покупцям; розвиток зустрічної торгівлі промисловими і

продовольчими товарами, громадського харчування через власні підприємства ринків; дотримання на ринках правил торгівлі, ветеринарних і санітарних правил.

Отже, охарактеризований стан ринків системи споживчої кооперації і їх діяльності в Україні, свідчить про те, що ринки займають важливе місце в національній економіці та формуванні ВВП, а відтак необхідно більше приділяти уваги соціально-економічному потенціалу ринків споживчої кооперації.

Список використаних джерел

1. Анопій В. В. *Перспективні структури й організаційні моделі у сфері торгівлі* / В. В. Анопій // ВІСТІ. Діловий випуск. – 2006. – 10 березня – С. 7-16. 6
2. Макарук Ф. Ф. *Стан і перспективи розвитку ринків в Україні* / Ф. Ф. Макарук // *Торгівля, комерція, підприємництво* : збірник наукових праць. – Львів : Видавництво ЛКА, 2009. – Випуск 10. – С. 149-151.
3. Офіційний сайт Укркоопспілки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.coop.com.ua/ua/content/torgivla-all> 156

Мицак О. В.

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

Осадчук Ю. М.

викладач

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНИЙ МЕХАНІЗМ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Споживча кооперація має високий потенціал позитивного впливу на забезпечення ефективного і збалансованого соціально-економічного розвитку територій, підміняючи в процесі реалізації даного завдання окремі важливі функції держави.

Натомість в Україні намітилися негативні тенденції до звуження частки системи споживчої кооперації на внутрішньому ринку та послаблення її ролі. Відновлення ринкових позицій та соціально-економічної місії системи можливе, але ускладнене низкою об'єктивних чинників, серед яких особливо складним є формування системи достатнього та доступного фінансового забезпечення її функціонування і розвитку. Зменшення обсягів діяльності, чистого прибутку, пайового капіталу та можливостей залучення фінансових ресурсів із інших внутрішніх джерел призвели до обмеженого фінансування поточної діяльності й розвитку споживчої кооперації та її суб'єктів за рахунок власних коштів; посилення фінансово-економічної нестабільності, зорієнтування діяльності на менш інвестиційно привабливі території, криза банківської системи та недостатність підтримки з боку суб'єктів фінансової інфраструктури обмежують доступність зовнішнього фінансування.

За таких об'єктивних умов, а також ускладнення конкуренції на внутрішньому ринку, неприбуткового характеру функціонування, але важливої соціально-економічної ролі

кооперативної системи, держава має взяти на себе ширші повноваження відносно реалізації завдання підтримки функціонування і розвитку системи та формування необхідного фінансового забезпечення. Це актуалізує завдання розробки теоретико-методичних засад, а також обґрунтування дієвих та ефективних управлінських рішень щодо державної політики формування системи фінансового забезпечення розвитку споживчої кооперації.

Проте в наукових дослідженнях все ще недостатньо приділено уваги ролі держави в процесах реалізації політики, орієнтованої на формування системи належного фінансового забезпечення розвитку споживчої кооперації, зокрема шляхом формування необхідного для цього організаційно-економічного механізму. Усвідомлення потреби в реалізації такого завдання, а також практичний досвід державної фінансово-економічної підтримки кооперативного сектору в багатьох економічно розвинених країнах світу наявні. Їх слід використати під час обґрунтування теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо формування і реалізації організаційно-економічного механізму державного регулювання системи фінансового забезпечення розвитку споживчої кооперації в Україні, адаптованого до реалій поточного стану соціально-економічного розвитку держави, системи кооперації та її суб'єктів, перспектив і цілей подальшого поступу вітчизняного кооперативного сектору.

У результаті аналізу та теоретичного узагальнення тенденцій і особливостей функціонування та розвитку споживчої кооперації нами було доведено її високу соціально-економічну роль та значимість для реалізації інтелектуально-кадрового і ресурсного потенціалу сільських, депресивних та менш економічно розвинених територій, вирівнювання, таким чином, гострих структурно-територіальних диспропорцій та підвищення рівня якості життя населення.

Система фінансового забезпечення розвитку вітчизняної споживчої кооперації недосконала, що перешкоджає як фінансуванню поточної фінансово-господарської діяльності, так і реалізації інвестиційних програм розвитку. Причому її недоліки обумовлені і внутрішніми (скорочення пайового, статутного та власного капіталу, зменшення банківських кредитів та позикових коштів), і зовнішніми (зростання обсягів зобов'язань системи та її суб'єктів, низька активність щодо залучення фінансового ресурсу на ринках капіталу, страхування тощо) чинниками.

Державна політика регулювання організаційно-економічного механізму формування системи фінансового забезпечення розвитку споживчої кооперації в Україні є недосконалою. До її головних недоліків відносяться: недостатнє усвідомлення потреби державної підтримки споживчої кооперації та, як наслідок, відсутність державних стратегій і програм стимулювання її розвитку та формування для цього необхідного ресурсного, зокрема фінансового, у т. ч. бюджетного, забезпечення; відсутність стимулів економічного характеру для системи та її суб'єктів щодо залучення фінансово-інвестиційних ресурсів, покращення інвестиційної привабливості системи та територій, на яких її суб'єкти здійснюють діяльність; брак організаційної співпраці представників влади та галузевого об'єднання щодо підготовки і реалізації важливих для соціально-економічного розвитку сільських і віддалених територій проєктів, включно з обґрунтуванням потреби, пошуком і безпосереднім залученням необхідних фінансових ресурсів.

Нами доведено, що реалізація організаційно-економічного механізму формування

системи фінансового забезпечення розвитку споживчої кооперації повинна здійснюватися за чітко визначеними напрямками, а саме: фінансування поточної виробничої та фінансово-господарської діяльності, реалізація програм розширеного відтворення у базових видах господарювання, фінансово-інвестиційна діяльність із модернізації матеріально-технічної та техніко-технологічної бази, започаткування нових бізнесів, посилення фінансової стійкості системи, розвиток інвестиційно-інноваційної діяльності. Для забезпечення високої ефективності державна політика за цими напрямками має реалізуватися з використанням спеціально підібраних економічних інструментів та організаційних заходів і засобів.

Список використаних джерел

1. Карцева В. В. *Фінансова модель підприємств і організацій споживчої кооперації: теоретичний та практичний аспекти* / В. В. Карцева // Вісник ХНУ. Економічні науки. – 2011. – Том 4. – № 5. – С. 22-25.
2. Сафонов Ю. М. *Теоретико-методологічні основи розвитку системи фінансування споживчої кооперації України* / Ю. М. Сафонов // Вісник ХНЕУ.- Серія “Економічні науки” - Хмельницький: ХНЕУ. - 2014. - Вип. 12 (119) Т.2, С. 179-189.
3. Шимановська-Діанич Л. М. *Організаційно-економічний механізм управління розвитком підприємств та організацій споживчої кооперації України: теорія та практика : монографія* / Л. М. Шимановська-Діанич, В. А Власенко. – Полтава : РВВ ПУЕТ, 2010. – 341 с.

Мізюк Б. М.

д.е.н., професор, завідувач кафедри туризму та готельно-ресторанної справи
Львівський торговельно-економічний університет

ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ НА ЗАСАДАХ МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІНФОРМАЦІЙНИХ СИСТЕМ В СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ

Перспективи розвитку споживчої кооперації України пов'язані з її конкурентоспроможністю. Виживання, стає функціонування та розвиток насамперед залежить від якості управління, впровадження інновацій та повсемісного використання інформаційних технологій. Причому, інноваційні чинники є визначальними для підвищення конкурентоспроможності кооперативних підприємств та організацій.

Прояв негативних тенденцій розвитку споживчої кооперації тісно пов'язаний з кризовими явищами економіки України в цілому і свідчить про відсутність системного підходу до управління. Така ситуація ініціює необхідність формування стратегії управління на всіх рівнях і у всіх галузях споживчої кооперації. Така стратегія повинна стати ефективним інструментом розроблення та втілення системи підвищення конкурентоспроможності підприємств і організацій споживчої кооперації. Власне системний підхід повинен скеровувати всі підприємства та організації споживчої кооперації на інноваційний та соціально-економічний розвиток. Вирішення складних проблем, що стоять перед суб'єктами та об'єктами споживчої кооперації пов'язані з врахуванням та оцінюванням множини

чинників внутрішнього та зовнішнього характеру, виявленням важелів та інструментів підвищення їх конкурентоспроможності.

Підвищення ефективності управління підприємств та організацій ставить перед керівниками всіх рівнів напрямків діяльності ряд завдань:

1. Провести ідентифікацію та діагностику стану системи управління та його забезпечення.

2. Проаналізувати перешкоди та причини незадовільного стану.

3. Уточнити і доповнити необхідні для підвищення якості управління ресурси як матеріального і нематеріального характеру.

4. Дослідити і встановити можливість використання досвіду підвищення конкурентоспроможності в інших корпоративних структурах.

5. Сформувати інтелектуальне ядро щодо визначення напрямків підвищення рівня управління та формування інноваційної розвитку підприємства чи організації.

6. Розробити конкретні плани виконання визначеної стратегії та оцінювати відповідні бізнес-плани.

Особливе місце в підвищенні ефективності управління відводиться інформації. В процесі управління інформація виступає як предмет, засіб і результат. Без достовірної, своєчасної і повної інформації неможливо прийняти і здійснити обґрунтоване управлінське рішення. І тут на перше місце виступають сучасні інформаційні технології. Без повсемісного і активного використання комп'ютерної техніки ніякого ефективного управління бути не може.

Потрібно відмітити, що споживча кооперація була піонером у використанні обчислювальної техніки, особливо в торгівлі. Ще в 70-х роках минулого століття в системі Центросоюзу були організовані спеціалізовані структури, що займалися розробкою та впровадженням автоматизованих систем управління в гуртовій та роздрібній торгівлі. Серед цих структур перші місця займав Львівський проектно-технологічний інститут (ППТІ) та Рижська оптово-торгова контора (РОТК). Проекти, які розроблялись в ЛПТІ були типовими для підприємств та організацій всієї системи споживчої кооперації. Зміна поколінь ЕОМ призвела лише до зміни програмного забезпечення відповідно до того як мінялись покоління обчислювальної техніки. Але постановки задач і алгоритми розв'язку залишались в основному незмінними.

На даний час все суттєво помінялось, в тому числі і вимоги до інформаційного забезпечення. Тому перед керівництвом підприємств та організацій на всіх рівнях стоїть нагальне завдання переглянути та оновити технологію як процесів управління, так і технологію інформаційного забезпечення.

МІЖГАЛУЗЕВА ІНТЕГРАЦІЯ ЯК ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО ЗРОСТАННЯ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Наростання негативних процесів у споживчій кооперації України, які проявляються в неприпустимому звуженні потоків сільськогосподарської продукції в заготівельну і переробну галузі споживчої кооперації, критичному зменшенні обсягів кооперативного товарообороту, погіршенні фінансового стану споживчої кооперації, деградуванні її соціальної місії, актуалізують потребу в обґрунтуванні та реалізації механізмів, інструментів і засобів, орієнтованих на організацію і управління створенням та розвитком інтегрованих систем з високим конкурентним потенціалом шляхом горизонтальної і вертикальної інтеграції функціонально взаємопов'язаних галузей і сфер економіки. Безпосередньо для підприємств споживчої кооперації реалізація даного напрямку пов'язана з формуванням за їх участю на засадах спільної з суб'єктами АПК діяльності інтегрованих систем, які забезпечували б утворення єдиного технологічного процесу, залучення сировинних ресурсів особистих селянських і фермерських господарств, організацію виробництва якісних і безпечних продовольчих товарів, реалізацію непереробленої сільгосппродукції та продуктів її переробки через розгалужену мережу роздрібної торгівлі, кооперативних ринків і закладів ресторанного господарства.

Інтеграцію за участю підприємств споживчої кооперації слід розглядати як об'єднання кооперативних підприємств з іншими суб'єктами АПК на основі процесів спеціалізації та концентрації і створення цілісного господарського механізму шляхом узгодження економічних інтересів, координації бізнес-процесів і зв'язків, оптимізації розмірів та спільного ефективного використання ресурсного потенціалу, обміну компетенціями та знаннями для досягнення єдиної інтеграційної мети. Такою метою може бути: забезпечення розширеного відтворення ресурсного потенціалу учасників системи за рахунок створення значної доданої вартості та забезпечення високої ефективності на основі синергетичного ефекту та економії на масштабах діяльності; нарощування обсягів діяльності та покращення ринкових позицій шляхом підвищення конкурентоспроможності продукції (через використання органічної сировини, брендуння, імпортозаміщення), оптимізації витрат та цінової політики; покращення параметрів життєздатності та економічної безпеки кооперативних підприємств та ін.

Заготівельні, переробні та торговельні підприємства споживчої кооперації можуть стати ініціаторами формування ринково орієнтованих інтегрованих систем. При цьому завданням заготівельних підприємств системи має бути сировинно-ресурсне забезпечення переробних підприємств (якісною сировиною в необхідних обсягах та асортименті) та товарне забезпечення товарообороту торговельних підприємств і закладів ресторанного господарства (непереробленими сільгосппродуктами стандартної якості в обсягах та асортименті відповідно до попиту). Своєю чергою, потреби

виробничих підприємств у сільгоспсировині та торговельних підприємств у товарних ресурсах сільгосппродукції створюють економічні передумови розвитку заготівельної діяльності в інтегрованій системі.

Про потенціал економічної інтеграції свідчить наявність та щільність інтеграційних зв'язків між підприємствами різних галузей діяльності системи. Щільність інтеграційних зв'язків між кооперативними підприємствами торгівлі і закладами ресторанного господарства, між заготівельними і виробничими підприємствами, заготівельними підприємствами і закладами ресторанного господарства протягом 2000-2015 рр., оцінену за допомогою кореляційного аналізу, визначено як високу. Натомість, щільність інтеграційних зв'язків між виробничими підприємствами і закладами ресторанного господарства характеризується як середня, а між підприємствами роздрібної торгівлі, виробничими та заготівельними підприємствами – як помірна. Проте, в останні роки спостерігається негативна тенденція послаблення інтеграційних зв'язків між підприємствами роздрібної торгівлі та інших галузей споживчої кооперації на фоні збереження високого рівня зв'язків між виробничими та заготівельними підприємствами, закладами ресторанного господарства. Це актуалізує потребу в пошуку нових форм внутрішньої та зовнішньої інтеграційної взаємодії кооперативних підприємств.

Передумовами розвитку інтегрованих систем за участю підприємств кооперативної переробної промисловості є наявність виробничих потужностей, можливість їх повнішого завантаження та раціонального використання, відпрацьовані технології виробництва та його наукове забезпечення, наближеність кооперативних підприємств до місць виробництва сільгосппродукції; локальні масштаби кооперативного виробництва, стабілізація купівельних фондів населення, активний розвиток єдиної торговельної мережі об'єктів споживчої кооперації на території країни. Перспективи розвитку інтегрованих систем за участю виробничих підприємств споживчої кооперації пов'язані із залученням інвестиційних ресурсів, техніко-технологічним оновленням виробництва та активними інноваційними процесами. В умовах спадної динаміки виробництва (у фізичному вимірі), звуження асортименту продовольчих товарів при одночасному зниженні рівня завантаженості виробничих потужностей, позитивні результати дає діяльність переробних підприємств, які працюють на засадах внутрішньої інтеграції як із заготівельними, так і з торговельними підприємствами системи. Саме підприємства торгівлі та ресторанного господарства в інтегрованих системах виконують функцію реалізації виготовленої конкурентоспроможної продукції: завдяки виробництву споживчих товарів забезпечується до 8% їх роздрібного товарообороту.

Розвиток інтеграційних процесів як всередині споживчої кооперації (внутрішніх), так і створення інтегрованих систем за участю кооперативних підприємств з іншими суб'єктами (зовнішніх) має визначальний вплив на формування внутрішнього споживчого ринку країни, передусім, у сільській місцевості, забезпечення продовольчої і соціально-демографічної безпеки країни.

Міщенко Н. Г.
д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки

Васильків Ю. В.
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

ТРУДОВІ РЕСУРСИ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ – ЗАПОРУКА ЇЇ РОЗВИТКУ

Трудові ресурси історично займають чільне місце в господарській діяльності системи споживчої кооперації, характеризуються кваліфікаційним та демографічним складом, відрізняються значним набутих досвідом у взаємовідносинах та обслуговуванні сільського населення. В науковій літературі під трудовими ресурсами суб'єкта господарювання зазвичай розуміють сукупність зайнятих працівників за основною та допоміжною діяльністю. Значимість цього виду забезпечення господарської діяльності будь-якого суб'єкта господарської діяльності визначається тим, що він приводить в дію всі інші складові ресурсного потенціалу.

Вважаємо, що рівень трудового потенціалу підприємств та організацій споживчої кооперації визначається:

- наявністю, освітнім, віковим та кваліфікаційним складом працівників кооперативних підприємств та організацій;
- прогресивністю та ефективністю використовуваних систем організації та стимулювання праці;
- ефективністю системи менеджменту та його здатністю забезпечити високу продуктивність праці персоналу;
- можливостями людського розвитку (в т. ч. професійного зростання, самореалізації), створеними для персоналу кооперативних підприємств;
- організацією підготовки фахівців в навчальних закладах споживчої кооперації України;
- функціонуванням системи перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів в навчальних закладах споживчої кооперації України.

Нині в підприємствах та організаціях споживчої кооперації України зосереджений значний кадровий потенціал висококваліфікованих працівників різних спеціальностей: на 1 січня 2016 року їх чисельність склала понад 35 тис. чол., в т. ч. з вищою освітою – понад 55%. Частка працівників з вищою освітою у їх загальній чисельності коливається від 44,2% в Дніпропетровській, 45,5% – в Житомирській, 47,8% – в Київській споживспілках до 76,9% – в Івано-Франківській, 67,6% – в Хмельницькій, 66,0% – у Львівській споживспілках (рис. 1).

Високий рівень кадрового забезпечення підприємств та організацій споживчої кооперації поєднується з реальними можливостями його відтворення (оновлення та омолодження) за рахунок фахівців сучасного рівня та необхідної кваліфікації, підготовлених в навчальних закладах системи кооперативної освіти. Остання в 2016 році включала ВНЗ “Полтавський університет економіки і торгівлі”, Львівський торговельно-

економічний університет (навчальні заклади IV рівня акредитації), а також Вінницький кооперативний та Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститути, 19 коледжів та технікумів в усіх регіонах країни. Ці ж навчальні заклади дозволяють організувати підготовку фахівців необхідних спеціальностей та освітніх рівнів.

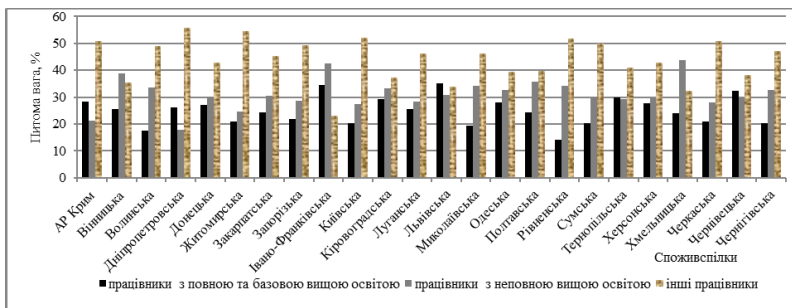


Рис. 1. Склад працівників підприємств та організацій споживчої кооперації України

Протягом останніх років кооперативні навчальні заклади виступають важливим каналом надходження молодих фахівців, конкурентоспроможних на ринку праці за рівнем підготовки, потенційними можливостями, набутими знаннями та професійними навичками, здатностями до саморозвитку. Відповідно до потреб ринку праці, кооперативного сектору економіки здійснюється підготовка фахівців освітнього ступеня “магістр” за спеціальностями: “Економіка”, “Фінанси, банківська справа та страхування”, “Облік і оподаткування”, “Менеджмент”, “Комп’ютерні науки та інформаційні технології”, “Міжнародні економічні відносини”, “Маркетинг”, “Право”, “Готельно-ресторанна справа”, “Підприємництво, торгівля та біржова діяльність”, “Туризм”, “Харчові технології” та ін., що дозволяє забезпечити персоналом всі функціональні сфери управління та організації діяльності кооперативних підприємств. Вищі навчальні заклади на міжнародному рівні співпрацюють з ВНЗ понад 20 країн світу, серед яких Великобританія, США, Франція, Португалія, Польща, Німеччина та ін.

Швидке старіння знань, виникнення нових інформаційних джерел потребує системи їх поновлення, що можливе шляхом участі працівників системи в тематичних та наукових семінарах, навчальних тренінгах, навчанні (за різними термінами та різними програмами) на курсах підвищення кваліфікації, організовуваних Інститутом післядипломної освіти Львівського торговельно-економічного університету та Міжгалузевим інститутом підвищення кваліфікації та перепідготовки спеціалістів Полтавського університету економіки і торгівлі.

Потенціал інновацій підтримується активною роботою наукових лабораторій, аспірантів, докторантів та професорсько-викладацького складу Львівського торговельно-економічного університету та Полтавського університету економіки і торгівлі.

Міценко Н. Г.
д.е.н., професор, завідувач кафедри економіки
Марій О. Т.
магістрант
Львівський торговельно-економічний університет

ШЛЯХИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ ВИРОБНИЧОГО ПОТЕНЦІАЛУ КООПЕРАТИВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Зміна системи економічних відносин, що відбулася в кризовій економіці, вимагає трансформації змісту й форм управління кооперативними підприємствами на основі ефективного використання їх виробничого потенціалу. Ефективність функціонування виробничого потенціалу підприємства визначає ступінь досягнення потенційного результату діяльності підприємства за певний період часу [2, с. 5].

Виробничий потенціал є складною і динамічною системою, оскільки саме взаємозв'язки між окремими складовими потенціалу здійснюють безпосередній вплив на його елементи, модифікуючи вихідні властивості і закономірності їх функціонування, сприяючи переходу потенціалу у новий якісний стан. Динамізм виробничого потенціалу обумовлений впливом інновацій, нестабільністю зовнішніх чинників господарювання, кон'юктурними умовами виробництва. Внаслідок впливу цих чинників постійно відбуваються структурні зрушення всередині виробничого потенціалу, а також якісні та кількісні зміни техніко-економічних показників, які його характеризують [1, с. 102].

В споживчій кооперації України налічується 265 виробництв, у тому числі: 117 – з випічки хліба та хлібобулочних, кондитерських, макаронних виробів, 40 – з виробництва ковбас і копченостей, 10 – з виробництва консервів, 19 – з виробництва безалкогольних напоїв і мінеральних вод, 30 – з переробки риби, 49 – з виготовлення інших продовольчих та непродовольчих товарів. Значна частина виробничих підприємств споживчої кооперації характеризується низьким рівнем завантаження виробничих потужностей (по різних видах продукції рівень використання потужностей коливається в діапазоні 40-70%).

Головними проблемами розвитку виробничої діяльності підприємств та організацій споживчої кооперації є: низька ефективність виробництва продукції дрібними партіями; неконкурентоспроможність продукції порівняно з імпортними товарами; низький рівень технологічного оснащення кооперативних підприємств (застарілі технології, зношене енерго- і трудомістке обладнання); відсутність єдиної стратегії розвитку підприємств кооперативної промисловості, їх участі в інтегрованих системах АПК; послаблення інтеграційних зв'язків виробничих підприємств із заготівельними підприємствами та виробниками сільгоспсировини та, як наслідок, відсутність стабільної системи ресурсно-сировинного забезпечення виробничих підприємств; відсутність обґрунтованої маркетингової політики виробничих підприємств, орієнтованої на оптимізацію асортименту продукції відповідно до купівельного попиту, забезпечення покупців продукцією контрольованої якості та підвищення конкурентоспроможності продукції власних торгових марок.

Основне завдання управління виробничим потенціалом полягає у раціональному розподілі ресурсів із метою досягнення найвищих показників (найкращих результатів стосовно кінцевих цілей діяльності і стратегії розвитку кооперативних підприємств). Для цього необхідна реалізація цілеспрямованих програм щодо відновлення матеріально-технічної та технологічної бази, залучення і підготовки персоналу необхідної кваліфікації, а також оптимізації виробничої та інвестиційної діяльності суб'єктів системи.

Підвищити рівень використання виробничого потенціалу підприємств споживчої кооперації та мінімізувати вплив на нього негативних чинників можна через реалізацію таких заходів: збалансоване використання всіх ресурсів підприємств, дотримання вимог протікання технологічних процесів; узгодженість дій структурних підрозділів підприємства, їх підпорядкованість визначеній стратегії та тактиці; планування діяльності підприємств на найближчий період та на перспективу для забезпечення конкурентоспроможності продукції та послуг; узгодженість технологічних процесів, руху фінансових ресурсів, маркетингових досліджень між підрозділами підприємства; адекватне реагування на вплив чинників зовнішнього і внутрішнього середовища, формування оптимальних планів та заходів.

Нині вагомого значення набуває використання трудового потенціалу, тому необхідно виважено підходити до функціонування цього ресурсу. Це можуть бути узгоджені дії адміністрації і трудового колективу щодо режиму праці та відпочинку, соціальних гарантій, рівня оплати праці, тощо.

Найважливішим фактором підвищення ефективності виробництва, забезпечення його високої ефективності був і залишається науково-технічний прогрес. До останнього часу науково-технічний прогрес протікав еволюційно. Перевага віддавалася вдосконаленню діючих технологій, частковій модернізації машин й устаткування. Такі заходи давали певну, але незначну віддачу. Недостатні були стимули розробки й впровадження нової техніки. У сучасних умовах потрібні якісні зміни, слід забезпечити впровадження новітньої техніки й технології, застосовувати прогресивні форми наукової організації праці, удосконалювати її нормування, домагатися росту культури виробництва, стабільності трудових колективів.

Одним з важливих факторів інтенсифікації й підвищення ефективності виробництва є режим економії. Ресурсозбереження повинне перетворитися у вирішальне джерело задоволення зростаючих потреб у паливі, енергії, сировині й матеріалах. Необхідне оснащення підприємств високотехнологічним устаткуванням, застосування безвідхідних технологічних процесів.

Список використаних джерел

1. Лігоненко Л. Концептуальні засади економічного управління підприємством / Л. Лігоненко // Вісник КНТЕУ. – 2013. – № 3. – С. 5-17.
2. Толтежніков Р. О. Методика оцінювання виробничого потенціалу підприємства / Р. О. Толтежніков // Економіка та управління підприємствами: Економіка і регіон. – 2012. – № 6 (37). – С. 102-106.

Мішук І. П.
к.е.н., доцент,
Гадада В. Г.
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

ФОРМУВАННЯ ЛОГІСТИЧНИХ СИСТЕМ В КООПЕРАТИВНІЙ ТОРГІВЛІ

Процеси ринкового реформування економіки України найбільш виразно проявилися в сфері торговельного обслуговування населення, у якій на перший план виходить покупець з його запитами і потребами щодо якісних та цінових характеристик товарів. Саме його інтересам в умовах розвитку конкуренції підпорядковуються практично всі рішення торговельних підприємств споживчої кооперації щодо асортиментної, цінової політики, застосовуваних форм і методів продажу товарів, рекламної підтримки процесів реалізації товарів. В цьому ж ряді можна відзначити і рішення щодо формування шляхів доведення товарів від сфери виробництва до пунктів їх роздрібного продажу та організації відповідних логістичних формувань.

Питанням створення логістичних систем присвячені роботи таких вітчизняних та зарубіжних вчених і практиків, як А. Воркут, А. Гаджинський, А. Кальченко, Є. Крикавський, Л. Міротін, О. Окландер, В. Сергєєв, Л. Фролова та ін. Разом з тим, недостатньо дослідженими залишаються проблеми формування логістичних систем, організаторами яких були б підприємства кооперативної торгівлі, які в найбільшій мірі володіють інформацією про інтереси і потреби сільського населення як кінцевого споживача товарів і тому можуть та повинні формувувати систему базових вимог під час проектування відповідних логістичних систем.

Під логістичним ланцюгом традиційно розуміють певну групу підприємств чи учасників, які володіють правом власності на товар або сприяють передачі права на нього кінцевому покупцю в процесі ринкового обміну; в свою чергу, кожен з учасників такого логістичного ланцюга володіє відповідними елементами (будівлі, машини, обладнання, засоби зв'язку та ін.), які дозволяють йому виконувати відповідні функції відносно матеріального потоку. Аналогічно і в складі логістичної системи об'єднуються ці ж елементи, зв'язок між якими проявляється через узгоджене виконання комплексу логістичних операцій та функцій в процесі доведення матеріального та інших потоків від джерела сировини до остаточного споживача.

В зв'язку з цим, під логістичними системами слід розуміти виробничі, торговельні чи транспортні системи, які забезпечують доведення матеріальних (в т.ч. 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 та ін.).

Необхідною умовою ефективності таких економічних систем має бути достатньо високий рівень інтеграції діяльності сукупності підприємств (чи підрозділів), які

виконують операції над матеріальним та супроводжуваними його потоками, на основі застосування базових принципів та положень концепції логістики, а також інструментарію оптимізаційного управління в межах логістичного менеджменту.

Аналіз сучасної практики організації логістичних процесів показує, що визначальну роль в доведенні товарів до роздрібно-торговельної мережі можуть і повинні відігравати підприємства оптової торгівлі, які володіють відповідним складським господарством. Саме система складів оптової торгівлі забезпечує можливості для подолання часових та асортиментних неспівпадінь між виробництвом і споживанням, а також для ешелонування запасів та ефективного управління ними на основі структуризації асортименту товарів з врахуванням важливості та характеру їх споживання.

Проведений аналіз сучасного стану мережі підприємств оптової торгівлі дозволив виявити існування певних регіональних відмінностей в розвитку оптової торгівлі, що обумовлено як об'єктивними, так і суб'єктивними причинами. Характерною рисою оптової торгівлі західних областей України є значна частка підприємств з низькими обсягами оптового продажу товарів. Певні проблеми для забезпечення процесів якісного товаропросування виникають в регіоні внаслідок нерівномірного розташування підприємств оптової торгівлі на території. Так, у Львівській області майже 70% всіх підприємств оптової торгівлі зосереджено в обласному центрі. Завдяки цьому в групі населених пунктів, до якої відносяться обласний центр та міста обласного підпорядкування, кількість підприємств оптової торгівлі в розрахунку на 1 поселення досягає декількох десятків. Така локалізація мережі підприємств оптової торгівлі (і відповідно – обсягів оптового товарообороту) не сприяє забезпеченню організації просування товарів споживчого призначення в логістичному ланцюгу якомога далі до пунктів роздрібного продажу товарів у найбільш пристосованому до механізованого способу виконання робіт з вантажами вигляді, веде до зростання відстаней перевезення товарів від оптового підприємства до сільських магазинів та інших пунктів роздрібного продажу товарів і, відповідно, до зростання витрат у логістичних системах. Недоліком діяльності підприємств оптової торгівлі регіону є і те, що комплекс логістичних послуг, які вони надають споживачам і підприємствам роздрібно-торгівлі, обмежується традиційними складськими операціями та функціями (контроль якості товарів, зберігання, підсортування, комплектування) і часто не передбачає навіть послуг з централізованої доставки товарів.

Все це обумовлює загострення проблеми відновлення статусу системи оптової торгівлі та підвищення її ролі в процесах товаропросування й організації ефективного руху матеріальних потоків. Орієнтиром при цьому повинно стати досягнення такого стану, за якого оптова торгівля змогла б забезпечувати найрізноманітніші вимоги кооперативної роздрібно-торгівлі як виразника потреб і запитів споживачів товарів.

Пантелеймоненко А. О.

д.е.н., професор

Собчак Г. М.

здобувач

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ПРО ПЕРСПЕКТИВНІСТЬ ЗАПОЧАТКУВАННЯ В УКРАЇНІ ОБСЛУГОВУЮЧИХ КООПЕРАТИВІВ У СФЕРІ СТОМАТОЛОГІЧНИХ ПОСЛУГ

Сьогодні більшість українських стоматологічних клінік і кабінетів є приватними, що обумовлює важливі *переваги*. *Передусім* формується конкурентне середовище, власник клініки (стоматологічного кабінету) сам керує фінансами, і сам здійснює контроль за своїм бізнесом. Це є свідченням того, що в Україні поступово формується модель спеціалізованого *медичного бізнесу*.

Проте, існує і ціла низка проблем, що суттєво стримують розвиток стоматологічної галузі. До таких проблем слід віднести відсутність ефективного державного регулювання ринку стоматологічних послуг (стоматологічні заклади відкриваються хаотично, без урахування потреб населення); недосконалість податкового законодавства ускладнює розвиток малого підприємництва у стоматологічній галузі; практично повна відсутність доступу власників названого бізнесу до кредитних ресурсів, процентні ставки яких є неприйнятними для початківців; недостатній рівень професійної підготовки випускників профільних навчальних закладів; обмежений доступ дрібних власників стоматологічного бізнесу до спеціальних витратних матеріалів за доступними цінами (постійне їх подорожчання); значна кількість пацієнтів відмовляється від медичних послуг через неможливість сплатити за них; замість профілактичної стоматологи змушені фокусуватися лише на лікувальній функції; відсутність у практикуючих-стоматологів можливості отримувати фаховий супровід своєї діяльності, здійснювати оптові закупівлі всього необхідного для ведення своєї професійної діяльності тощо.

Звичайно, вирішення згаданих вище проблем потребує чималих організаційних зусиль та фінансових ресурсів. Проте слід зазначити, що повне чи часткове вирішення проблем стоматологічної галузі можливе при участі підприємців-стоматологів і стоматологічних клінік у спеціалізованих обслуговуючих кооперативах. Кооперативи стоматологів (дантистів) успішно діють на ринку стоматологічних послуг багатьох провідних країн світу. Зарубіжна практика свідчить про те, що кооперативи стоматологів лише на оптовій закупівлі витратних матеріалів заощаджують кошти своїх членів-співвласників на 10-30 відсотків [1]. При цьому важливою є та обставина, що члени кооперативу зберігають свою незалежність і як практики, і як власники приватного бізнесу, маючи доступ до переваг, якими користуються великі стоматологічні фірми.

Яскравим прикладом успішних кооперативів стоматологів США є American Dental Cooperative, Inc. (ADC; м. Нашвілл, штат Теннессі) та Dental Cooperative (м. Солт-Лейк-Сіті, штат Юта). Перший з них – ADC, має 20 стоматологічних спеціалізованих

компаній із загальним річним обсягом продажів приблизно півмільярда доларів. Другий (Dental Cooperative) має три представництва. Вони постійно діють у Солт-Лейк-Сіті, Лас-Вегасі і Хендерсоні [1; 3].

Говорячи про значення таких кооперативів, президент і генеральний директор American Dental Cooperative, Inc. Тімоті Парді, у своєму інтерв'ю зазначив: «ADC має потужні торгівельні позиції щодо постачання стоматологічних матеріалів, що дає нам велику перевагу і можливість конкурувати зі значно більшими компаніями, представленими у цьому бізнесі» [4].

Проте, досвід стосовно забезпечення стоматологів і невеликих стоматологічних клінік «витратними матеріалами» є не єдиною послугою актуальною для української практики. Започатковані в Україні кооперативи стоматологів зможуть взяти на себе й технічне обслуговування, ремонт та прокат стоматологічної техніки; тестування і контроль якості послуг; організацію спеціального (професійного) навчання, заходів для обміну досвідом, інформаційного супровіду бізнесу членів кооперативу, ознайомчих поїздок (екскурсій), з метою підвищення кваліфікації членів кооперативу та найманих працівників тощо.

Враховуючи зазначене вище, можна зробити висновок про те, що саме кооперативи стоматологів можуть мати суттєвий вплив на розвиток підприємництва у галузі стоматологічних послуг України. Перспектива започаткування на українському ринку таких кооперативів може мати реальний успіх.

Список використаних джерел

1. American Dental Cooperative Dental Distribution [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://valuein purchasing.com/enrollmentdocs/adcontractssummary.pdf>
2. Dental Co-op and Dental Benefit Plan [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://winemandental.com/dental-co-op-and-dental-benefit-plan>
3. Dental Cooperative [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.dentalcooperative.com/t-why-join.aspx>
4. Zila Dental Supply Joins American Dental Cooperative To Increase Buying Power and Reduce Costs [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.prnewswire.com/news-releases/zila-dental-supply-joins-american-dental-cooperative-to-increase-buying-power-and-reduce-costs-74484807.html>

Петрович С. И.

д.э.н., профессор,

Муштук С. П.

к.э.н., доцент

Кооперативно-торговый университет Молдовы,

Республика Молдова

УКРЕПЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ НА ОСНОВЕ ИНТЕНСИФИКАЦИИ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦИАЛА

Потребительская кооперация Республики Молдова представляет собой социально-экономическую систему обслуживающую в основном сельское население на основе реализации кооперативных принципов управления. Она осуществляет многоотраслевую деятельность в области торговли, заготовок и производства. По состоянию на 01.01.2016 года потребительская кооперация республики объединяла 140 тыс. пайщиков и охватывала 161 организаций и предприятий, из которых: Центральный Союз-Молдкооп, 10 территориальных союзов, 98 потребительских кооперативов, 33 предприятий подчиненных непосредственно Молдкоопу и 19 собственных предприятий территориальных союзов /2/.

Конкурентоспособность предприятий потребительской кооперации представляет собой характеристику внутренних и внешних факторов, которую нельзя выразить в виде одного показателя. Нужна система показателей, которая характеризовала бы ее компоненты и учитывала бы специфику каждого субъекта хозяйствования.

Оценка конкурентоспособности осуществляется на основе расчета комплекса показателей, которые характеризуют конкурентоспособность товара и предприятия в целом.

Для оценки условия конкурентоспособности предприятий необходимо иметь базовые объекты для сравнения и определить индексы весомости показателей на основе оценок экспертов групп лиц или других методов.

При оценке конкурентоспособности предприятия, нужно брать во внимание и конкурентоспособность товара, которая оценивается при помощи индексного метода на основе сравнительного анализа значений показателей качества и экономических показателей со спросом потребителя.

Огромное значение имеет изучение внешних факторов на конкурентоспособность предприятий потребительской кооперации: уровень функционирования публичных и частных структур в республике; развития инфраструктуры; стабильность макроэкономической среды; уровень производительности труда; уровень развития трудовых ресурсов; степень подготовки специалистов; качество услуг оказываемых бизнесу.

В Молдове вступили в силу поправки в Закон №231 от 23.09.2010 “О внутренней торговле” /1/, который упрощает начинание коммерческой деятельности на основе создания единого окна для регистрации уведомлений о начале деятельности. Заявитель о начале коммерческой деятельности сможет подать прежде уведомления физически или в режиме онлайн без представления дополнительных документов и выяснения отношений с государственными органами /3/. Такое упрощение в инициации предпринимательской

деятельности в области торговли позволит сократить влияние государственных органов на начальном этапе и увеличить право местных властей в осуществлении мониторинга рынка на администрируемых ими территориях. Одновременно местные власти определяют условия торговой деятельности на управляемой территории и размещают их на видном месте в здании примысли населенного пункта, что повлияет на деятельность предприятий потребительской кооперации в сельской местности.

Специфика функционирования кооперативного сектора накладывают определенные лимиты на использование элементов комплекса маркетинга-микс. Для этого следует исследовать маркетинговый потенциал предприятия. Для предприятий потребительской кооперации, основой экономического потенциала может быть маркетинговая составляющая, которая представляет новые требования к процессу планирования деятельности предприятия: не от производства, а от потребности.

Маркетинговый потенциал предприятия можно рассматривать как максимальную возможность предприятия использовать все наработки в области маркетинга: методические, трудовые, материальные и информационные ресурсы, обеспечивающие маркетинговую деятельность. Методические ресурсы представляют различные методики использования маркетингового комплекса. Потенциал трудовых ресурсов включает квалификацию персонала. Потенциал материальных ресурсов может быть представлен как потенциал внутренних и финансовых ресурсов. Потенциал информационных ресурсов может быть представлен как обеспечение прикладных программ и работы с базами данных.

Оценку маркетингового потенциала следует проводить по наиболее важным элементам, которые влияют на уровень его развития. Оценку маркетингового потенциала предлагаем проводить на базе индексного метода сравнения показателей, исходя из имеющихся данных. Поскольку показатели измеряются различными единицами, то нужно рассчитать удельный вес каждого индекса, после чего определить сводный индекс.

Важно выбрать такие показатели для оценки маркетингового потенциала предприятий потребительской кооперации, которые характеризуют определенный элемент маркетинга-микс. Например, показатель "рентабельность продаж" характеризует цену как важного элемента комплекса маркетинга-микс. Показатель трудоемкости реализации товаров как отношение затрат труда к объему продаж характеризует такой элемент маркетинга-микс как продукт. Показатель поставки продукции в определенной степени характеризует сбыт (распределение).

Далее по каждому из показателей, измеряемых в разных единицах, рассчитываются индексы для приведения показателей в сопоставимый вид. После этого рассчитывается сводный индекс по средней арифметической из суммы всех индексов и определяется рейтинг каждой исследуемой области по наивысшим значениям сводного индекса.

Список використаних джерел

1. Закон "О внутренней торговле" №231 от 23 сентября 2010. Официальный мониторинг № 206-209 от 22.10.2010.
2. Материалы XVI съезда потребительской кооперации Молдовы (12 февраля 2016г.). – Ch.: Moldcoop, Pro Cooperatia № 3-4 – 2016.
3. Hotărîrea Guvernului RM nr.4 din 14 ianuarie 2014 "Cu privire la aprobarea Foi de parcurs pentru ameliorarea competitivității".- Monitorul Oficial al RM nr.17-23 din 2014.

ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ КООПЕРАЦИЯ В РЕСПУБЛИКЕ МОЛДОВА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Основной отраслью деятельности потребительской кооперации в последние годы остается розничная торговля, которая осуществляется по классическому принципу – через магазины, павильоны и киоски расположенные как отдельно, так и на рынках.

Демократизация общества и переход на рыночные отношения способствовали широкому развитию предпринимательства в сфере торговли, созданию предприятий торговли основанных на частную собственность, действующих на принципах конкурентной борьбы.

В то же время в Молдове быстро развиваются и внедряются современные методы коммуникации, а вследствие этого, как и во всем мире, особую значимость приобретают новые формы продажи товаров, особенно через e-магазины.

Розничная торговля – осуществляет продажу товаров конечному потребителю в основном через магазины и другие пункты сети розничной торговли. Розничные торговые предприятия продают товары непосредственно потребителям, то есть физическим лицам, применяя свои, специфические способы и методы, окончательно завершают процесс обращения продукции от изготовителя.

В связи с бурным развитием сети розничных торговых предприятий и усилением уровня конкуренции для обеспечения успеха предприятий розничной торговли необходимо перестроить концепцию продажи товаров и обслуживания покупателей. Для этого необходимо сделать упор на внедрение новых форм обслуживания и оказания торговых услуг, внедрение услуг для отдыха и развлечения

Цель работы – определить проблемы совершенствования розничной торговли потребительской кооперации по удовлетворению спроса обслуживаемого населения и особенно пайщиков. Задачи работы – рассмотреть проблемы организации торговли и обслуживания покупателей в магазинах системы потребительской кооперации, изучить проблемы развития, определить пути совершенствования современных форм и методов розничной торговли, оказания услуг и организации досуга населения, направленных на удовлетворение спроса.

Наиболее актуальными проблемами потребительской кооперации в условиях рыночной экономики это обеспечение конкурентоспособности предприятий торговли на рынке. Для этого необходимо осуществлять торговую деятельность в соответствии с требованиями современного рынка, что способствует росту товарооборота и уровня удовлетворения совокупного спроса населения, а значит и успеха торгового предприятия.

На сегодняшний день к наиболее эффективным методам продажи товаров относятся самообслуживание, продажи по образцам, с открытой выкладкой и по предварительным заказам. Однако в мелких магазинах, придерживаться какому либо одному из этих методов

не рационально, так как здесь необходимо представить широкий ассортимент, в то же время оказать широкий спектр торговых услуг и услуг досуга для покупателей.

Торговый процесс определенный как процесс купли-продажи товаров является основной функцией торгового предприятия и для обеспечения успеха должен осуществляться на основе полного хозяйственного расчета. В потребительской кооперации Молдовы на сегодняшний день мало торговых предприятий, которые функционируют как самостоятельное звено торговли. Большинство магазинов являются собственностью кооперативов и находятся на общем хозяйственном расчете.

В системе *Молдкооп*-а входят 98 потребительских обществ, которые имеют в своем составе розничную торговую сеть включающую более 1930 магазинов общей торговой площадью 185 тыс. м². Торговые предприятия потребительской кооперации находятся в 770 населенных пунктах. Таким образом, магазины потребительской кооперации имеют возможность быстро и с минимальной затратой сил и временем обслужить население нужными товарами и оказать необходимые.

Торговый процесс и обслуживание покупателей находятся в постоянном развитии, а успеха добиваются те предприятия, которые изучают спрос покупателей. Переход к рыночной экономике неразрывно связан с созданием современной конкурентоспособной торговой системы, ориентированной на рынок и коммерческую деятельность, нацеленной на раскрепощение экономической инициативы, использование различных форм товарного обращения. Рыночные отношения предъявляют особые требования к развитию новых форм торговли. В связи с этим отметим, что наиболее ответственный момент для системы потребительской кооперации это формирование нового отношения к процессу продажи товаров.

В условиях рыночной экономики потребительская кооперация должна стремиться к получению прибыли и удовлетворению спроса населения. Прибыль необходима для достижения цели потребительских обществ – улучшения обслуживания членов пайщиков. В связи с вышеизложенным появляется настоятельная необходимость совершенствования управления объектами потребительской кооперации с учетом особенностей данной системы, ее задачами и перспективами дальнейшего развития.

Проблемы развития кооперативной торговли определены в утвержденном в 2016 году “Стратегии развития потребительской кооперации Республики Молдова на период 2016-2019 годов”. В стратегии дается анализ SWOT, где анализированы положительные, негативные стороны и потенциальные возможности и угрозы. Особое место в стратегии уделено стратегическим направлениям развития.

Для обеспечения успеха в системе потребительской кооперации Молдовы необходимо:

- внедрить комплексные формы и методы продажи товаров, для чего магазины должны организовать продажу товаров не только по классическим методам, но и с использованием современных технологий – принимать заказы, в том числе по *e-mail*, создать свои собственные *site* и другие.

- принимать заказы на оказание услуг по доставке товаров на дом.

- развивать собственное производство, создать собственные бренды, тем самым расширить ассортимент товаров, улучшить качество и уровень удовлетворения спроса.

- развивать заготовку и переработку товаров местного производства и вовлечь их в товарооборот.

- организовать различные мероприятия по продвижению и рекламе, в том числе конкурсы, праздники посвященные юбилеям населенного пункта, кооператива, магазина.

- магазины должны пересмотреть концепцию работы с учетом современного направления, которая включает продажу товаров и обслуживания покупателей, а также оказание комплекса услуг, в том числе для досуга покупателей.

- организовать различные мероприятия по привлечению покупателей в магазине: выставки картин детей местных детских садов и школ, сувениров, шитья и рукоделия, мастеров по изготовлению различных поделок: резки по дереву, плетению и других.

Таким образом, для развития розничной торговли в системе потребительской кооперации в Республике Молдова необходимо совершенствовать механизм управления, обеспечить торговые предприятия современным технологическим и компьютерным оборудованием и квалифицированными кадрами. Также необходимо перевести все магазины на внутренний хозяйственный расчет.

Список використаних джерел

1. Стратегии развития потребительской кооперации Республики Молдова на период 2016-2019 годов.

Протасова Н. Я.

ассистент,

Кулай Е. П.

ассистент

УО “Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации”,

Республика Беларусь

К ПРОБЛЕМЕ УНИФИКАЦИИ БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

В условиях инновационной экономики Республики Беларусь и выходом отечественных организаций на международные рынки возникла проблема дальнейшего реформирования бухгалтерского учета и отчётности в Республике Беларусь. Именно проблема трансформации бухгалтерской отчетности в соответствии с требованиями международных стандартов финансовой отчетности в последнее время становится все более актуальной.

В последние годы во многих экономически развитых странах усилилось внимание к проблеме международной унификации бухгалтерского учета, что связано с постоянно возрастающей международной интеграцией в сфере экономики. Развитие бизнеса требует определенного единообразия или, по крайней мере, предсказуемости и понятности применяемых в той или иной стране принципов формирования и алгоритмов исчисления прибыли, налогообложения, возможностей инвестирования заработанных средств и т. п.

Именно с этой проблемой столкнулись наши специалисты в области бухгалтерского учета после того, как в 1980-е годы начали активно устанавливаться контакты с Западом на уровне субъектов хозяйствования.

Следует подчеркнуть, что нестыковка моделей бухгалтерского учета и отчетности не является уникальной, присущей только Республике Беларусь и другим странам СНГ; она носит глобальный характер и известна как проблема унификации бухгалтерского учета.

К настоящему времени наибольшую известность получили два подхода к решению проблемы унификации бухгалтерского учета: гармонизация и стандартизация. Эти подходы изначально различались как по заложенной в них идеологии, так и по принципам реализации, однако в последние годы нередко оба термина используются либо как синонимы, либо как взаимодополняющие понятия.

Идея гармонизации различных систем бухгалтерского учета реализуется в рамках Европейского сообщества (ЕС). Логика ее такова: в каждой стране может существовать своя модель организации учета и система стандартов, ее регулирующих. Главное, чтобы эти стандарты не противоречили аналогичным стандартам в других странах-членах сообщества, т. е. находились в “гармонии” друг с другом.

Что касается принципов практической реализации идеи гармонизации, то в их основе лежит политическое соглашение стран-участников сообщества. Именно поэтому основные положения учетных директив включены каждым членом ЕС в свое национальное законодательство в части, имеющей отношение к бухгалтерскому учету. В частности, в Великобритании рекомендуемые Четвертой директивой форматы отчетности приведены в Законе о компаниях, который является основным документом, регулирующим деятельность коммерческих фирм и организаций. Эти форматы различаются составом статей и способом их группировки. Вместе с тем жесткие ограничения на состав статей не налагаются, предлагаемые директивой структуры используются компаниями в качестве основы.

Расширение внешнеэкономической деятельности требует совершенствования учета и отчетности в соответствии с международной практикой, обеспечения сопоставимости показателей учета и отчетности Республики Беларусь с аналогичными показателями других стран. Это возможно при наличии национальных стандартов учета и отчетности, которые бы отражали особенности экономического развития и состояния экономики республики и, в то же время, соответствовали международным стандартам, то есть осуществлялось бы действие принципа гармонизации.

Идея стандартизации учетных процедур реализуется в рамках унификации учета, которую проводит Комитет по международным стандартам бухгалтерского учета. Логика этого подхода такова: должен существовать унифицированный набор стандартов, применимых к любой ситуации, любой стране. Поэтому становится бессмысленным разрабатывать национальные стандарты. Что касается внедрения единых стандартов, то в отличие от практики, используемой в ЕС, речь не идет о том, чтобы добиваться следования международным стандартам с помощью силовых методов, например, законодательным путем.

Предприятия, участвующие во внешнеэкономической деятельности уже сейчас сталкиваются с необходимостью соблюдать международные требования при

составлении отчётности. При подготовке отчёта для представления иностранным пользователям: предоставляется оригинал, дается перевод текстов, делается перевод в иностранную валюту, производятся пересчеты важнейших показателей, готовится отчётность в соответствии с IAS (Международными стандартами учёта). Эти стандарты разрабатываются и публикуются Комитетом по международным стандартам учёта. Они носят рекомендательный характер и касаются отдельных вопросов учёта активов, обязательств, доходов, расходов и различных хозяйственных операций. Как правило, рекомендуемая ими практика учёта тех или иных хозяйственных событий отличается многовариантностью.

Совершенствование отчетности с помощью применения международных стандартов учета и отчетности, а также определение на основании данных отчетности границ финансовой устойчивости отдельных субъектов хозяйствования являются одними из приоритетных проблем в наше время.

При решении проблем подобного рода необходимо рассмотрение зарубежного опыта и его адаптация перед внедрением на отечественных предприятиях. Необходимо учитывать, что переход на международные стандарты связан с тем, что западные фирмы будут идти на сотрудничество лишь в том случае, когда отчётность наших предприятий будет отвечать западным стандартам, что важно в условиях расширения международных экономических связей.

Редченко К. І.

д.е.н., професор, завідувач кафедри аудиту, аналізу та оподаткування

Воронко Р. М.

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

РОЛЬ НЕЗАЛЕЖНОГО АУДИТУ В СИСТЕМІ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

Кооперація, як “об’єднання людей для нагального вирішення питань, що становлять колективний інтерес” [1, с. 7], тривалий час будувалася на ідеях про рівність та демократизм управління кооперативними організаціями. Ці ідеї були втілені в життя ще у XIX столітті, коли Фрідріх-Вільгем Райфайзен запропонував такі принципи існування кооперативного товариства, як самодопомога, самоуправління, ділова етика, сталість спільного успіху, субсидіарність, ідентичність [2]. Учасники кооперативів самостійно визначали напрями діяльності, опікувалися постачанням і розподілом матеріальних благ, самотужки виконували контрольні функції. Незмінність ключових цінностей і принципів кооперативного руху забезпечила його всесвітнє поширення та виживання навіть у непрості періоди економічних криз та світових воєн.

У вересні 1995 року XXXI конгресом і Генеральною асамблеєю Міжнародного кооперативного альянсу (МКА) було затверджено Декларацію про кооперативну ідентичність принципів, де сформульовано цінності та принципи, якими повинні

керуватися кооперативні організації у XXI столітті.

Такими принципами є: добровільне й відкрите членство, демократичний членський контроль, економічна участь членів, самостійність і незалежність, освіта, підготовка кадрів, інформування, співробітництво між кооперативами, турбота про суспільство [3, с. 83-93]. Серед цих принципів особливо виділяється демократичний контроль. Він дозволяє сприймати кооперативи як демократичні організації, контрольовані своїми членами, які беруть активну участь у розробці політики та прийнятті рішень.

Дотримання збалансованого підходу до використання принципів і правил у процесі регламентування аудиту є основою забезпечення його високої якості. Разом з тим питання змісту та кількості правил, якими регулюється аудит, має бути результатом консенсусу всіх зацікавлених сторін (аудиторів, замовників, регуляторів). Якщо загальний рівень кваліфікації аудиторів та їх професійної культури (етики) є невисоким, кількість правил, якими регулюється аудит, має бути більшою, а самі правила – суворішими. І навпаки, в умовах розвинутого ринку та високого професійного рівня представників аудиторської професії більше уваги треба приділяти дотриманню базових принципів аудиту, а вимоги регуляторів слід обмежити.

У системі споживчої кооперації аудиторський контроль повинен будуватися на основі головних кооперативних цінностей та принципів. Цього вимагає не тільки специфіка кооперації як форми колективної економічної співпраці людей та організацій, але й необхідність протидії негативним чинникам зовнішнього ринкового середовища, що перешкоджають сталому розвитку кооперативних підприємств та організацій. Незалежний аудит має діяти згідно з узгодженими потребами різних стейкхолдерів (зацікавлених сторін), які формуються під впливом різних соціально-економічних чинників у вигляді конкретних завдань в інституціональному середовищі фірм, що надають професійні послуги (рис. 1).

Сукупність послуг з аудиту, надання впевненості, консультування тощо є цінною для суб'єктів системи споживчої кооперації настільки, наскільки вони доповнюють зусилля внутрішніх ревізійних служб та адміністративних органів підприємств та організацій, а також сприяють сталому розвитку споживчої кооперації України загалом.

Специфіка діяльності споживчої кооперації полягає в необхідності врахування інтересів пайовиків, які мають право користуватися послугами споживчих товариств, отримувати матеріальну вигоду від володіння паями, брати активну участь в управлінні діяльністю споживчого товариства тощо. Водночас, як свідчить вітчизняна і міжнародна практика, нарахування на пайові внески зазвичай є незначними. Тому інтереси пайовиків зосереджуються переважно у площині особистої участі в діяльності споживчих товариств або отриманні від них певних послуг і можливостей.

Споживчі товариства та їх спілки самостійно розробляють програми економічного і соціального розвитку, розглядають та затверджують їх на загальних зборах (зборах уповноважених), конференціях, з'їздах, радах.

Вони мають повну господарську самостійність, покриваючи свої витрати за рахунок доходів від своєї господарської діяльності та забезпечуючи схоронність власності споживчої кооперації. Водночас визначення напрямку розвитку, прийняття

управлінських рішень часто здійснюються досить обмеженим колом осіб, які займають керівні позиції в споживчих товариствах чи їх спілках.



Рис. 1. Роль незалежного аудиту в системі забезпечення сталого розвитку споживчої кооперації України

У випадках, коли виникає конфлікт інтересів між пайовиками та керівництвом споживчих товариств, спілок та підпорядкованих їм підприємств, доцільним є залучення аудиторських організацій, які не пов'язані жодними майновими чи іншими інтересами ані з самими споживчими товариствами (спілками, кооперативними підприємствами), ані з їх керівниками, членами виконавчих, контрольних чи інших органів.

Проведення незалежного аудиту споживчих товариств, спілок, підприємств є важливим також для забезпечення економічного та суспільного контролю за їх діяльністю. Роль споживчої кооперації України є особливо вагомою у сільській місцевості, у невеликих містах і селищах міського типу, де кооперативні магазини, ринки, заготівельні контори обслуговують сотні тисяч мешканців. Зокрема, аналіз організаційної побудови споживчої кооперації України показує, що станом на 1 січня 2015 року вона включала 2262 споживчих товариств і районних споживспілок, які належали до 22 спілок обласного рівня. Мережа підприємств роздрібно́ї торгівлі (магазинів), закладів ресторанного господарства та ринків налічувала 8913 об'єктів [4, с. 7-10].

Ефективна робота незалежних аудиторських організацій, що поєднується з діяльністю ревізійних комісій, контрольно-ревізійного апарату відповідних спілок, проведенням внутрішнього аудиту, неможлива без посилення експертної та оціночної функцій поряд із традиційними запевненнями щодо достовірності фінансової звітності. Підприємства та організації споживчої кооперації найбільше зацікавлені в отриманні комплексу дорадчих послуг, зосередженні зусиль на управлінні ризиками і створенні цінності для пайовиків та інших зацікавлених сторін.

Послуги незалежних аудиторських організацій (у контексті сталого розвитку споживчої кооперації України) повинні не лише сприяти зміцненню довіри між пайовиками, керівництвом споживчих товариств, спілок та створених ними підприємств, але й давати поштовх для самоорганізації, самоуправління, активізації кооперативної роботи.

Список використаних джерел

1. Пантелеймоненко О. А. *Аграрна кооперація в Україні: теорія і практика* : монографія / О. А. Пантелеймоненко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 347 с.
2. Гелей С. Д. *Теорія та історія споживчої кооперації* : підручник / С. Д. Гелей, Р. Я. Пастушенко. – К. : Знання, 2006. – 513 с.
3. Лаврик Г. В. *Сутнісний зміст кооперації і теоретико-правові засади її розвитку* / Г. В. Лаврик // *Проблеми законності*. – 2012. – Вип. 120. – С. 83-93.
4. *Показники господарсько-фінансової діяльності підприємств і організацій спілок споживчих товариств областей за 2014 рік* / Всеукраїнська центральна спілка споживчих товариств України (Укркоопспілка). – К., 2015. – 52 с.

Скляр Г. П.
д.е.н., професор, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу
Моєсєрова Н. В.
здобувач
ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ ТА СТРАТЕГІЧНІ ПРІОРИТЕТИ ЇЇ РОЗВИТКУ В УМОВАХ МОДЕРНІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Нагальна потреба в стратегічно-пріоритетному розвитку внутрішнього ринку України вимагає наукового забезпечення розв’язання проблем господарствотворення в кооперативному секторі національної економіки. Модернізаційний підхід в процесі наукових досліджень споживчої кооперації як господарського феномену пов’язаний з пізнанням, у тому числі, сутності відносин соціального капіталу кооперації та проблем розвитку партнерських відносин. Застосування модернізаційного підходу дозволяє використати результати теоретичного аналізу відносин і механізмів соціальної економіки, а також методологію цивілізаційно-православної за своєю суттю філософії господарства.

Дослідження природи та закономірностей розвитку споживчої кооперації у контексті загальносвітових трендів підтверджує доцільність застосування та продуктивність людинорозмірного підходу в процесі теоретичного аналізу складних соціально-економічних систем, що саморозвиваються. Методологічний апарат людинорозмірного підходу дозволяє розглядати споживчу кооперацію як складну людинорозмірну господарську систему. Це означає, що споживча кооперація є системою, що розвивається, з включеною до неї людиною, інтегральна сутність якої визначає партнерський характер інтеграційних зв’язків і процесів, властивих кооперативному господарству на національному, регіональному та локальному рівнях. Наявність та виражений характер прояву властивостей людиноцентричності й ієрархічності надає ґрунт для формування джерел, накопичення та розвитку соціального капіталу споживчої кооперації, що є однією з принципових особливостей кооперативних систем та відрізняє їх від інших видів соціально-економічних систем.

Методологічну основу теоретичного аналізу сутності соціального капіталу споживчої кооперації становлять концептуальні положення теорії споживчої кооперації, теорії капіталу та теорії соціального капіталу. Їх послідовне застосування дозволило синтезувати визначення поняття “соціальний капітал споживчої кооперації” як системи внутрішніх і зовнішніх господарських відносин і зв’язків, що засновані на кооперативних принципах і цінностях, реалізують сутність понять взаємодопомоги і довіри на засадах соціального партнерства в соціальній і виробничій (торгівельній) мережі. Історичні та генетичні закономірності та протиріччя розвитку соціально-економічних систем доводять індивідуальну природу та варіативність конфігурації функцій їх соціального капіталу залежності від характеру і масштабів прояву позитивних і негативних внутрішніх ефектів та зовнішніх екстерналій. Відповідно до представленого

визначення та зважаючи на специфічні властивості, соціальний капітал споживчої кооперації виявляє свою соціально-економічну сутність у процесі формування та розвитку добровільних кооперативних відносин між їх індивідуальними учасниками та партнерських кооперативно-господарських відносин – між корпоративними. Основу таких відносин становлять спільні цінності та норми, а їх результатом є підвищення рівня довіри між індивідуальними і корпоративними агентами кооперативних відносин та позитивна динаміка ефективності функціонування системи споживчої кооперації в цілому та на рівні окремих ланок. Інтерференція методологічних підходів щодо розгляду соціального капіталу створює найбільш широкі можливості для його експлуатації як потужного інструмента активізації розвитку споживчої кооперації.

Використання теорії соціального капіталу відкриває нові можливості у дослідженні закономірностей розвитку кооперативних систем, зокрема, дозволяє більш повно пояснити докорінні відмінності кооперативного капіталу від капіталу підприємств інших форм власності, поглибити уявлення про механізм взаємодії факторів виробництва, формування фінансово-економічних результатів господарської діяльності, динаміку соціально-економічного розвитку. Теорія соціального капіталу кооперативних систем підносить на новий якісний рівень теорію і практику управління споживчою кооперацією. Розуміння сутності, властивостей, функцій та ролі соціального капіталу створює умови для розширення функціоналу вирішення важливих управлінських завдань, серед яких: залучення до потенціалу розвитку споживчої кооперації можливостей соціального партнерства; активізації розвитку на основі цілеспрямованого формування ділових зв'язків; покращення організаційної культури та підвищення довіри власників, працівників та споживачів до системи споживчої кооперації; зміцнення внутрішніх вертикальних і горизонтальних організаційних зв'язків та посилення стійкості споживчої кооперації до негативного впливу деструктивних чинників зовнішнього середовища.

Розробку й обґрунтування вибору стратегії формування соціального капіталу здійснено за критеріями концентрації та ефективності застосування соціального капіталу кооперативною організацією на основі матричного методу. Характер стратегії формування соціального капіталу кооперативної організації залежить від умов нагромадження та застосування його ресурсної бази та визначає цілі та інструменти реалізації такої стратегії відповідно до її типу. Політика формування соціального капіталу підприємств і організацій споживчої кооперації підпорядкована стратегічним цілям і завданням процесу управління його складовими, в залежності від стратегії розвитку соціального капіталу може бути спрямована на підвищення соціальних стандартів, удосконалення соціальної політики в кооперативних організаціях, налагодження та розвиток соціального діалогу між основними групами учасників кооперативних відносин, зокрема, в порядку реалізації відносин соціального партнерства.

ЕФЕКТИВНІСТЬ ТРУДОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ЗАПОРУКА РОЗВИТКУ СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

У сучасних умовах ринкової трансформації конкурентоспроможність національної економіки залежить від високого рівня соціально-економічного потенціалу підприємств різних галузей, споживчої кооперації зокрема.

Ефективність трудової діяльності багато як українських, так і зарубіжних вчених розглядають як частину ефективності суспільного виробництва, оскільки праця є одним із найважливіших його чинників. Отже, актуалізується необхідність розробки та впровадження нових підходів щодо управління людськими ресурсами як одного з пріоритетних напрямів розвитку соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації України.

З метою підвищення ефективності трудової діяльності та забезпечення розвитку соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації пропонуємо модель реалізації стратегії кадрової політики на підприємствах споживчої кооперації (рис. 1).



Рис. 1. Структурна модель формування та реалізації стратегії кадрової політики підприємств споживчої кооперації

Серед основних негативних чинників реалізації стратегії кадрової політики необхідно відзначити такі:

- низька вартість робочої сили, занижені соціальні стандарти;
- несвоєчасність виплати заробітної плати;
- висока диференціація оплати праці;
- низький рівень безпеки праці [1, с. 132].

З метою підвищення ефективності трудової діяльності на підприємствах споживчої кооперації та розвитку соціально-економічного потенціалу нами визначені напрями ефективної реалізації стратегії кадрової політики:

- встановлення соціальних стандартів, обґрунтованих з позиції гідної праці;
- стимулювання інноваційної активності персоналу;
- покращення умов праці на основі підвищення соціальної відповідальності підприємств споживчої кооперації;
- створення ефективних робочих місць на підприємствах різних галузей споживчої кооперації.

Отже, запропоновані модель і напрями формування та реалізації стратегії кадрової політики сприятимуть підвищенню ефективності трудової діяльності працівників, розвитку соціально-економічного потенціалу споживчої кооперації та формуванню її конкурентних переваг в сучасних умовах.

Список використаних джерел

1. Антикризисная стратегия развития Украины: социально-экономические, финансовые та глобальные вызовы: монография / за заг.ред. А.В. Сидоровой. – Винница: ТОВ «Нілан-ЛТД», 2016. – 328 с.

Тишкова Т. М.

старший преподаватель

УО “Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации”,

Республика Беларусь

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Общественное питание – один из видов экономической деятельности Республики Беларусь, который имеет важное социальное значение: он способствует удовлетворению потребности населения в продуктах питания. Сеть объектов общественного питания за 2010-2015 гг. имеет устойчивую тенденцию к росту и на конец 2015 г. составила 12,5 тыс. ед. объектов общественного питания на 768,5 тыс. мест [2]. Это позволило выполнить всем областям и г. Минску требования государственного социального стандарта по обеспечению населения республики местами в общедоступной сети общественного питания. Но в 2014 г. социальные стандарты по обслуживанию населения Республики Беларусь были пересмотрены в сторону увеличения и этот показатель на конец 2015 г. составил 80,9 места

на 1000 человек при нормативе 40 мест, но в целом по системе потребительской кооперации социальные стандарты не выдерживались [1]. С другой стороны, более половины объектов общественного питания потребительской кооперации расположено в сельской местности. На конец 2015 г. в сельской местности было расположено 50,7 % от общего количества объектов общественного питания потребительской кооперации [4, с. 63]. В районах социальный стандарт по обслуживанию населения Республики Беларусь составляет 22 места на 1000 человек [1]. Соответственно по системе потребительской кооперации социальные стандарты в сельской местности выдерживались. Сокращение сети объектов общественного питания потребительской кооперации за 2010 – 2015 гг. было обусловлено, в первую очередь, передачей объектов общественного питания потребительской кооперации при общеобразовательных учреждениях образования под юрисдикцию местных органов образования.

В динамике товарооборота общественного питания Республики Беларусь за последних шесть лет прослеживалась положительная тенденция [1]. Однако в 2014 – 2015 гг. по сравнению с 2013 г. произошло снижение товарооборота общественного питания потребительской кооперации. Данная тенденция была обусловлена, в первую очередь, сокращением сети объектов общественного питания потребительской кооперации. Темп роста розничного товарооборота общественного питания потребительской кооперации за 2011 – 2015 гг. составил 73,2 %, среднегодовой темп – 94,0 % [2].

В системе потребительской кооперации много внимания уделяется развитию общественного питания, но есть определенные сложности, в частности усиление конкуренции со стороны сетевых структур, охватывающее как традиционные рынки товаров и услуг, так и технологий, рабочей силы; ожидаемая новая волна технологических изменений, усиливающая роль инноваций в экономическом развитии и снижающая влияние традиционных факторов роста.

В Концепции развития потребительской кооперации на 2016 – 2020 гг., утвержденной постановлением Правления Белкоопсоюза от 29 февраля 2016 № 47, отмечается, что основной целью развития общественного питания потребительской кооперации является обеспечение ценовой и территориальной доступности услуг питания жителям как городской, так и сельской местности. Развитие общественного питания в 2016-2020 гг. будет направлено на создание экономически оправданной системы доступного и качественного питания, популяризации белорусской кухни, улучшения качества предоставляемых услуг.

Основными направлениями в отрасли общественного питания на 2016-2020 гг. будут являться:

- 1) организация работы объектов, осуществляющих доставку продукции собственного производства по заказам потребителей;
- 2) расширение сети объектов общественного питания быстрого обслуживания, совмещенных с остановочным комплексом;
- 3) ребрендинг ресторанов и объектов придорожного сервиса с определением специализации объектов и расширением ассортимента блюд национальной кухни;
- 4) внедрение новых методов и форм обслуживания, в том числе организация бизнес-ланчей, реализация готовой продукции через отделы кулинарии, «кейтеринг» с

приглашением профессиональных менеджеров для проведения банкетов, фуршетов, свадеб и т.д.;

5) расширение ассортимента продукции здорового питания;

6) разработка и внедрение дисконтных, накопительных программ для посетителей и др.

В целом планируется создание в каждом районе объектов общественного питания, в том числе за счет переспециализации, возобновления работы ранее закрытых и нового строительства. Будет открыто 50 специализированных объектов, 35 объектов быстрого обслуживания, 20 объектов придорожного сервиса, модернизировано 210 объектов общественного питания с установкой современного технологического оборудования.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Министерства торговли Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 19 июля 2011. – Режим доступа: <http://www.mintorg.gov.by>. – Дата доступа: 30.11.2016.

2. Официальный сайт Национального статистического комитета Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – 09 сентября 2012. – Режим доступа: <http://www.belstat.gov.by>. – Дата доступа: 30.11.2016.

3. Розничная и оптовая торговля, общественное питание в Республике Беларусь: стат. сборник. – Минск: Нац. стат. комитет Респ. Беларусь, 2015. – 228 с.

4. Розничная торговля и общественное питание в Республике Беларусь за 2015 год: стат. бюллетень. – Минск: Нац. стат. комитет Респ. Беларусь, 2016. – 69 с.

Тягунова Н. М.

к.е.н., профессор

Тягунова З. О.

к.е.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ПОТЕНЦІАЛ ВИРОБНИЧИХ ПІДПРИЄМСТВ ЯК СТРАТЕГІЧНИЙ ПРІОРИТЕТ ЕФЕКТИВНОГО РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

Виробництво товарів народного споживання завжди було одним з основних і традиційним видом господарської діяльності системи споживчої кооперації. Виробнича діяльність зародилася разом із споживчою кооперацією на базі дрібного виробництва ремісників та кустарів. Початок ХХІ століття ознаменувався новим етапом в розвитку кооперативної промисловості – технічним переоснащенням і модернізацією діючої матеріально-технічної бази підприємств.

В теперішній час виробничу галузь Укоопспілки представляють 265 підприємств і цехів:

– 117 з них випускають близько 50 тис. тонн хліба і хлібобулочних виробів (хліб формовий і подовий з пшеничного і житнього борошна різних гатунків, включаючи

змішаної валки, вироби булочні дрібно штучні і вагою до 500г, у т.ч. здобні, пироги, калачі, короваї тощо);

- структурними підрозділами хлібопекарських підприємств є 75 цехів з виробництва 3,5 тис. тонн кондитерських борошняних виробів та 16 цехів з виробництва 2 тис. тонн макаронних виробів;

- 40 спеціалізуються на виробництві 3 тис. тонн ковбасних та інших м'ясопродуктів (ковбаси варені, сосиски, сардельки, напівкопчені, варено-копчені, копченості);

- 63 бойні виробляють більше 4 тис. тонн м'яса та субпродуктів;

- 30 виробляють 1 тис. тонн харчової рибної продукції (риба солена, оселедці солоні, риба копчена, пресерви);

- 10 консервних заводів і цехів забезпечують випуск близько 5 тис. тонн консервів (продукти перероблення овочів: консерви з томатів, соуси і кетчупи, консерви овочеві закусочні, салати, консерви овочеві натуральні, маринади овочеві, консерви обідні, соки, напої; продукти перероблення м'яса: консерви м'ясні, з м'яса птиці, м'ясорослинні, продукти перероблення фруктів: консерви фруктові натуральні, компоти плодово-ягідні, консерви фруктові концентровані, соки фруктові, плоди і ягоди протерті або подрібнені, маринади фруктові).

- 19 розливають 745 тис. дал безалкогольних напоїв і 854 тис. дал мінеральних вод;

- 49 виробляють інші продовольчі (м'ясо, висівки, крупи, олія, оцет, згущене молоко, сир, казеїн, масло, насіння смажене соняшникове) і непродовольчі товари (столярні, швейні, залізобетонні вироби, металоконструкції, пиломатеріали, тротуарна плитка, вікна, двері, склопакети, бетон, тара, ПЕТ-пляшки, цегла тощо).

Враховуючи специфіку обслуговуваного сільського населення підприємства споживчої кооперації займаються виробництвом як продовольчих, так і непродовольчих товарів. Найбільшу питому вагу в структурі виробництва займають продовольчі товари.

В основі асортименту продовольчих товарів: хліб формовий і подовий з пшеничного і житнього борошна різних гатунків, включаючи змішаної валки, вироби булочні дрібно штучні і вагою до 500г, у т.ч. здобні, пироги, калачі, короваї тощо; ковбаси, сосиски, сардельки варені та напівкопчені, варено-копчені, копченості; риба солена, оселедці солоні, риба копчена, пресерви; продукти перероблення овочів: консерви з томатів, соуси і кетчупи, консерви овочеві закусочні, салати, консерви овочеві натуральні, маринади овочеві, консерви обідні, соки, напої; продукти перероблення м'яса: консерви м'ясні, з м'яса птиці, м'ясорослинні, продукти перероблення фруктів, м'ясо, мука, висівки, крупи, олія, оцет, згущене молоко, сир, казеїн, масло, насіння смажене соняшникове. Асортимент непродовольчих товарів складають: столярні, швейні, тара, залізобетонні вироби, металоконструкції, вікна, пиломатеріали, тротуарна плитка, двері, склопакети, бетон, ПЕТ-пляшки, цегла, виготовлення технологічного обладнання – електроплити, жарочні шафи, тощо.

Серед підприємств з виробництва продовольчих товарів найбільшу частку займають підприємства з виробництва хліба і хлібобулочних виробів – 44,15%, бойні – 23,7%, цехи з виробництва ковбас та інших м'ясопродуктів – 15,9%.

Основою сучасного виробництва продовольчих товарів підприємств споживчої кооперації є реконструкція та технічне переоснащення підприємств, використання

сучасних технологій, застосування екологічно чистої сировини. Багато підприємств реконструйовано в відповідності до вимог стандартів ISO 9001. Високу оцінку споживачів заслужила продукція ковбасного цеху Підприємства споживчої кооперації Виробничо-комерційне підприємство “Мукачівський миськкоопторг”, адже ковбасні вироби та копченості виробляються з натуральної м'ясної сировини і не містять харчових добавок. Підприємство “Мукачівський миськкоопторг” є постійним учасником Міжнародної агропромислової виставки-ярмарку “Агро”, за участь у якій, починаючи з 2004 року нагороджується дипломами Міністерства аграрної політики України, а у 2005 році отримав пам'ятний знак “Лідер харчової та переробної промисловості України – 2005”.

Продукція підприємств споживчої кооперації реалізується і через власну торговельну мережу, і в інших торговельних підприємствах України та за кордоном. Багато товарів виробляється під власною торговою маркою : “Жовтєні ласосці” та “Жовтєні ковбаси” Жовтєної райспоживспілки Миколаївської облспоживспілки, вироби підприємств Хмельницької ОСС під брендом “Декос” та ін..

Вся продукція кооперативних підприємств виготовляється згідно ГОСТ, ДСТУ і за національними рецептурами, розробленими у споживчій кооперації та за обов'язкової умови – вся продукція без консервантів та ГМО.

Фуйор Е. В.
к.э.н., профессор,
Сандуца Т. П.
к.э.н.

Кооперативно-торговый университет Молдовы,
Республика Молдова

ИНСТРУМЕНТАРИЙ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ПОТРЕБ КООПЕРАЦИИ МОЛДОВЫ

В современных условиях интенсивных экономических изменений, падения потребительского спроса, сокращения переводов из-за рубежа и увеличения бюджетного дефицита, финансовая стратегия коммерческих предприятий потребкооперации Молдовы, предполагает постоянный мониторинг величины ключевых показателей результатов финансовой деятельности. Экономическое развитие предприятий системы может быть обеспечено только при наличии инструментария предупреждения проблем и диагностики возможностей достижения стратегии устойчивого развития. Одним из аспектов эффективного развития предприятия является финансовая устойчивость, как система экономических отношений, обеспечивающая платежеспособность, прирост оборотных средств, инвестирование и создавать финансовые резервы.

Сегодня, система потребкооперации Молдовы, представляет комплексную социально-экономическую структуру, включающая коммерческие предприятия в различных сферах деятельности, таких как: торговля, общественное питание, заготовки, производство,

строительство, транспортные услуги и другие, а также некоммерческие организации, выполняющие социальные функции. Основным направлением деятельности системы является торговля, удельный вес которой в розничном товарообороте республики за период 1998-2015 годы существенно снизился с 16,9% в 1998 году примерно до 3,5% в 2015 году.

Для достижения эффективной работы предприятий и организаций системы необходимы управленческие решения учитывающие специфику деятельности коммерческих и некоммерческих организаций, для которых прибыль не является целью, а средством достижения поставленных социальных задач.

Исходя из специфики системы, для оценки финансовой устойчивости предприятий потребкооперации, необходимо использование инструментария охватывающего помимо финансовых показателей, таких как выручка, рост выручки, денежный поток и нефинансовые показатели, среди которых: доля рынка, качество, производительность труда.

Изучение параметров финансовой устойчивости позволяет определить качество активов, структуру капитала; эффективность и интенсивность использования ресурсов; платеже- и кредитоспособность, а также способности менеджмента адаптироваться к изменениям внешней и внутренней среды. В этой связи финансовая устойчивость характеризуется состоянием собственных и заемных средств и анализируется с помощью системы коэффициентов с установленными базисными величинами, а также изучения динамики их изменений за определенный период.

Экономические коэффициенты наиболее точно позволяют определить сильные и слабые стороны финансового положения предприятия, указать на вопросы в его деятельности, требующие дальнейшего изучения, выявить основные направления и влияющие факторы, которые невозможно проследить, рассматривая индивидуальные показатели отчетности с использованием методов вертикального, горизонтального и трендового анализа. Соотношение стоимости активов предприятия, определяет степень финансовой устойчивости.

Наиболее острой является проблема обеспечения финансовыми ресурсами, как источник финансирования, основа создания реальных активов для производственной деятельности и способ выхода из кризисных ситуаций. Управление финансовыми активами предусматривает оценку оборотных активов, эффективное использование денежных средств, обеспечение платежеспособности и финансовой стабильности.

Процесс оценки финансовой устойчивости предполагает комплексный анализ финансовых и экономических эффектов. Вместе с тем, необходимо осуществить оценку их величины. Наиболее обобщающим показателем финансовой устойчивости предприятия является излишек (недостаток) определенных видов источников средств, для формирования запасов и затрат.

Возможно выделение четырех типов финансовых ситуаций:

- абсолютная устойчивость – излишек собственных и заемных средств;
- нормальная устойчивость – гарантирование платежеспособности;
- неустойчивое финансовое состояние – нарушение платежеспособности;
- кризисное финансовое состояние – величина имеющихся источников

финансирования не покрывает величину запасов и затрат.

В условиях нестабильной среды большое значение имеет отдача капитала в виде денежных потоков. Поэтому особый интерес вызывает информация об объектах вложений с точки зрения их текущей эффективности.

Основными аспектами бизнеса, которые рассматриваются при проведении анализа хозяйственной деятельности предприятия, являются:

- конечные финансовые результаты (объем продаж, себестоимость, прибыль);
- состояние имущественного комплекса – валюта баланса, структура активов;
- источники финансирования – собственный капитал, долгосрочные привлеченные средства, краткосрочные кредиты и обязательства;
- финансовое состояние: доля заемных средств, уровень текущей платежеспособности (ликвидности), величина чистого оборотного капитала;
- основные рынки сбыта (емкость рынков, конкурентное положение);
- рынки ресурсов (сырье, материалы, трудовые, финансовые ресурсы);
- инвестиции и производственная эффективность.

Таким образом, для достижения намеченной результативности функционирования руководство предприятия должно постоянно контролировать структуру затрат, прибыль, оценивать оборачиваемость активов, анализировать объем и рентабельность продаж, чистый денежный поток, рентабельность капитала, стоимость бизнеса, экономическую добавленную стоимость, остаток денежных средств, стремиться к увеличению объема продаж и сегмента рынка и другие.

Чайка І. П.

к.е.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

СИСТЕМА РЕАГУВАННЯ НА ПОТРЕБИ СПОЖИВАЧІВ НА ПІДПРИЄМСТВІ

Сьогодні конкуренція на національному ринку освітніх послуг серед вищих навчальних закладів (ВНЗ) суттєво загострилась. Тому ВНЗ споживчої кооперації України, які не отримують державної підтримки, мають враховувати думку споживачів в стратегічному маркетинговому плануванні своєї діяльності. Необхідно збирати судження споживачів, аналізувати ступінь їх задоволеності отриманими послугами для вдосконалення діяльності ВНЗ і зміцнення своїх конкурентних позицій. Вирішення цього завдання вимагає створення у ВНЗ системи реагування на потреби споживачів.

Вважаємо, що система реагування на потреби споживачів у ВНЗ має складатися з чотирьох підсистем (рис. 1), які, згідно принципів холістичного маркетингу [1, с. 56], рівно важливі, і мета яких – безперервне вдосконалення шляхом відкритості прийняття рішень, децентралізації управління, налагодження і підтримки зворотного зв'язку, реалізації свободи кожного учасника процесу.



Рис. 1. Система реагування на потреби споживачів на підприємстві

Розглянемо можливі перешкоди на шляху впровадження у національних ВНЗ системи реагування на потреби всіх категорій його споживачів [1, с. 56-57] і шляхи їх подолання (табл. 1).

Таблиця 1

Заходи з впровадження системи реагування на потреби споживачів у ВНЗ

Процес	Перешкоди	Заходи подолання перешкод
Дослідження потреб і задоволеності споживачів	<ul style="list-style-type: none"> - брак ресурсів у ВНЗ: грошових, спеціалістів відповідної кваліфікації; - зосередженість на інших видах робіт; - бар'єри проходження інформації між підрозділами; 	<ul style="list-style-type: none"> - розробка процедур публік рішень з внутрішніми і зовнішніми цільовими аудиторіями; - вдосконалення процедур проходження інформації між підрозділами; - призначення відповідального за дослідження; - розробка програм матеріального і морального заохочення співробітників;
Навчання власних співробітників	<ul style="list-style-type: none"> - жорстка ієрархія; - безособова політика; - регламентування роботи кожного співробітника; - низькі зарплати, "вигорання" співробітників; 	<ul style="list-style-type: none"> - формування операційних стандартів реагування на потреби споживача; - надання співробітникам ширших повноважень; - заохочення співробітників до внесення пропозицій; - впровадження програми широкого навчання співробітників; - прозорі процедури винагороди співробітників;
Робота зі скаргами	<ul style="list-style-type: none"> - рутинний режим роботи; - відсутність відкритості, зацікавленості; - небажання реагувати на специфічні ситуації, вирішення яких виходить за рамки регламенту; 	<ul style="list-style-type: none"> - заохочення пропонувати процесні новачі по роботі зі скаргами; - ведення статистики роботи зі скаргами; - розробка і запровадження параметрів оцінки якості роботи зі скаргами; - обмеження часу прийняття рішення по скаргі.

З огляду на те, що для ВНЗ змінилось не тільки зовнішнє середовище функціонування, а і швидко змінюється внутрішнє середовище (щороку приймаються нові студенти), система реагування на потреби споживачів не може бути створеною раз і на завжди, вимагає постійного розвитку і вдосконалення.

Список використаних джерел

1. Чайка І.П. *Холістичний маркетинг і його значення у функціонуванні вищого навчального закладу* / І.П. Чайка // *Маркетинг і менеджмент інновацій. Науковий журнал*. – Суми : ТОВ “ВТД “Університетська книга”, – 2013. – № 3. – С. 53–60.

Чижевська М. Б.

к.е.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІНСТИТУТУ КООПЕРАЦІЇ

Реальність процесів, які об’єдналися терміном “глобалізація”, все частіше становляться елементом свідомості жителів планети, висловлюючись в почутті причетності до найбільшої людської спільноти - світового соціуму, еволюціонуючи з племінних уявлень про соціальний світ через етнос, античне місто і до сучасного розуміння громадянства, окресленого межами кожної окремої країни. Спільноти всіх масштабів перетворюються в повноправних учасників світового обміну ресурсами.

Сучасне суспільство стає суспільством, що поступово охоплює весь світ в одну гігантську соціальну систему [1]. Процеси, що забезпечують узгодження різноманітних внутрішніх взаємодій в кожній (по-своєму унікальній) підсистемі є не чим іншим, як прагненням соціуму до самозбереження через підтримання порядку в системі.

За ствердженням фахівців-генетиків в результаті еволюційної мутації у людини вроджена притаманність до співпраці в маленьких групах. Інша складова цієї “спадщини”, як результат культурної еволюції – розвиток інститутів, що сприяють співпраці в більш великих групах. Найбільш яскраво це виявляється в кооперативній ідеї.

Не дивлячись на величезну актуальність зазначеної проблематики, кооперативна теорія досі знаходиться фактично в первісному стані. Її основні положення по різних причинах не піддавались аналізу з позицій сучасних економічних доктрин. Суспільство щодня стикається з явищем кооперації і користується її плодами, однак знання про неї ще не має закінченої теоретичної форми, а економічна думка недооцінює перетворення кооперативних систем дії в самостійний чинник соціального, духовного і гуманітарного прогресу цивілізації [2].

Саме кооперація в процесі еволюції суспільства стала основою для виникнення третього сектору економіки. Його інституціональну структуру складають організації, що позначаються як недержавні і некомерційні, які, по-перше, не інкорпоровані в державну/муніципальну структуру, по-друге, вони не націлені на отримання прибутку з метою його розподілу між засновниками, членами та учасниками організації [3].

При демократичній системі життя суспільства базується на вірі у здатність людини

усвідомлювати свою відповідальність. Однак ця свідомість відповідальності потребує постійного підживлення і культивування. Держава (влада) не має права вважати, що вона краще за будь-кого знає, що потрібно суспільству. Вона повинна вірити громадянам і давати їм можливість брати на себе значну долю відповідальності за те, як складатиметься ситуація в суспільстві [4].

На сьогодні в Україні особливо гостро постає проблема щодо виробництва та збереження суспільних благ. З метою збереження їх на депресивних територіях, вважаємо за можливе передачу шкіл, закладів охорони здоров'я та комунальних об'єктів, які згідно планів уряду та місцевих адміністрацій підлягають скороченню, в управління зацікавлених місцевих спільнот. При цьому важливо виконати дві ключові умови: зберегти попередній рівень фінансування (дотримуючись принципу справедливості у розподілі суспільних ресурсів) та створити умови для подальшого їх функціонування як неприбуткових організацій. В результаті такої перестановки центрів відповідальності нестача коштів в майбутньому буде компенсована за рахунок внесків учасників, оптимізації витрат, праці волонтерів, пожертв місцевого бізнесу. Зрозуміло, що цей процес повинен відбуватися виключно на добровільних засадах.

Спільноті, перш за все, науковій, стає все більше зрозумілим, що ринкові реформи не можуть бути однобокими, а створення конкурентних відносин в економіці, в цілому не вирішують всіх проблем суспільства. Спостерігається величезна кількість робіт, в яких в тій чи іншій мірі виражається критичне відношення до різних аспектів ринкової трансформації. І майже одностайно визнається факт незграбного інституційного конструювання конкурентних умов та заміщення їх непродуктивними протистояннями розподільчих коаліцій і монополій. Таким чином, ситуація що склалася сприяє виникненню зацікавленості наукової громадськості до досліджень процесів співробітництва, виявлення їх співвідношень з конкуренцією та самоорганізацією. Все це дозволяє змістити акценти уваги з ринкових організацій на позаринкові – неприбутковий сектор економіки [5].

Список використаних джерел

1. Сироткин О.С. Система мироздания как фундаментальная основа единой универсальной классификации естественных и гуманитарных наук / О.С. Сироткин // *Успехи современного естествознания*. – 2011. – № 2. – С. 74–78.
2. Чижевська М.Б. Вплив міжнародного кооперативного руху на відродження кредитної кооперації в постсоціалістичних країнах / М.Б. Чижевська // *Вісник Львівської комерційної академії*. – Серія економічна, випуск 20. – Львів: видавництво Львівської комерційної академії, – 2006. – С. 355–361.
3. Мерсиянова И. В., Якобсон Л. И. Институционализация гражданского общества и третий сектор // В кн.: *Гражданское общество современной России. Социологические зарисовки с натуры* / Отв. ред.: Е. С. Петренко. Институт Фонда «Общественное мнение», 2008. С. 13–42.
4. Усаченко Л.М. Третій сектор або ще раз про громадське об'єднання. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://elibrary.nubip.edu.ua/13439/1/11ulm.pdf>.
5. Чижевська М.Б. Проблеми розвитку малих форм саморганізації людських спільнот / М.Б. Чижевська // *Соціально-економічна політика держави в умовах трансформаційних змін: макро- та мікроекономічні аспекти: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 12 квітня, 2011)*. – Полтава: РВВ ПДАА, 2011. – С. 89–93.

Шевчук В. О.
д.е.н., професор, проректор з науково-педагогічної та наукової роботи
Національна академія статистики, обліку та аудиту

ЕКОНОМІЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВСЬКО-КРЕДИТНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ КРАЇН ЄВРОСОЮЗУ

В країнах Євросоюзу кооперативні системи демонструють високу ефективність і успішно конкурують з провідними ТНК на ринках товарів та послуг. Однією з важливим передумов високих показників розвитку європейського кооперативного руху є значний економічний потенціал банківсько-кредитних кооперативів та їх об'єднань.

В умовах глобалізації європейські кооперативні банки успішно конкурують з транснаціональними банківськими групами, про що свідчать їх високі показники доходів та активів, які публікуються Міжнародним кооперативним альянсом (МКА) у рейтингу трьохсот провідних кооперативів світу Global-300 (табл. 1). Загалом сумарний оборот найбільших європейських кооперативних банків та кредитних спілок у цьому рейтингу за 2014 р. перевищує 215 млрд. дол. США.

Таблиця 1

Провідні кооперативні банківські групи та кредитні спілки країн ЄС у 2014 р.

№ у рейтингу провідних кооперативів	Назва кооперативу	Країна	Валовий дохід, млрд. дол. США
1	Crédit Agricole Group	Франція	63,42
2	BVR	Німеччина	54,07
8	Groupe Credit Mutuel	Франція	35,43
3	Groupe BPCE	Франція	30,84
20	Rabobank Group	Нідерланди	17,05
54	RZB	Австрія	7,69
124	Raiffeisen Group	Швейцарія	2,93
117	Pohjola Pankki Oyj	Фінляндія	2,48
219	Grupo Cooperativo Cajamar	Іспанія	1,62

Джерело: The World Co-operative Monitor: Exploring the Co-operative Economy. Report 2016.

Поглиблення міжнародної інтеграції у кооперативному банківському секторі країн Євросоюзу спричиняє зростання підтримки кооперації та міжнародного кооперативного руху на рівні європейських інституцій, налагодження взаємовигідного співробітництва між кооперативними банківсько-кредитними групами ЄС та постсоціалістичних держав. У сучасних умовах розвиток інтеграційних процесів у європейській кооперативній банківській системі зміщується від рівня співпраці між окремими національними кооперативними банками у фазу глобальної інтеграції на загальноєвропейському рівні. Прикладом такої інтеграції на рівні ЄС є діяльність Європейської асоціації

кооперативних банків (European Association of Co-operative Bank – EACB). Ця асоціація об'єднує 28 кооперативних банківських груп та інституцій (понад 4.050 локально діючих банків та 58 тис. точок продажу банківських послуг) та обслуговує 210 млн. споживачів банківських послуг.

Розмір активів банків, що входять до Європейської асоціації кооперативних банків, становив у 2015 р. 6,957 трлн. Євро, залучених депозитів – 3,499 трлн Євро, обсяг наданих кредитів – 3,933 трлн Євро. Діяльність членів цієї професійної лобістської асоціації підтверджує, що кооперативний банківський сектор відіграє важливу роль у процесах інтеграції фінансових ринків ЄС, координації міжнародної співпраці національних кооперативних систем, підвищенні рівня їх конкурентоспроможності та представленні інтересів на загальноєвропейському рівні.

Сьогодні пріоритетним завданням для кооперативного сектору економіки України є розбудова мережі кооперативних банків, оскільки до нинішнього дня внаслідок цілої низки причин кооперативна банківська система в Україні не функціонує. У цьому контексті важливим завданням є запровадження інноваційного досвіду європейських кооперативів та активізація міжнародного співробітництва у банківсько-кредитній сфері. Враховуючи позитивний досвід країн Центральної та Східної Європи, головними завданнями співпраці вітчизняних кооперативних підприємств та організацій з європейськими кооперативними банківськими інституціями повинні стати:

- сприяння створенню, реорганізації та розвитку кооперативної банківської і кредитної системи;
- інтенсивний обмін знаннями і досвідом із питань банківської справи, зовнішньоекономічної діяльності, менеджменту і маркетингу;
- створення кращих передумов для тісної міжнародної співпраці кооперативних організацій та підприємств, не відмовляючись при цьому від випробуваних кооперативних принципів;
- координація розвитку міжнародного економічного співробітництва між кооперативними організаціями та підприємствами;
- вступ до єдиної європейської кооперативної банківської інституції;
- сприяння відкриттю представництв кооперативних підприємств та організацій за кордоном;
- одержання доступу до зарубіжних програм фінансування та технічної допомоги (PHARE, TRANSFORM, TACIS тощо).

Таким чином, досвід країн ЄС переконливо доводить, що суттєвим фактором успішної діяльності кооперативних банківських систем в умовах глобалізації є використання існуючої єдності міжнародного кооперативного руху і його економічного та соціального потенціалу. Сьогодні існують всі необхідні сприятливі передумови для розвитку міжнародного економічного співробітництва кооперативного сектору економіки України у фінансовій та банківській сферах. В сучасних умовах стратегічною метою такого співробітництва повинно стати максимальне використання можливостей співпраці з провідними європейськими банківськими групами та об'єднаннями, яке б спрямовувалося на посилення переваг та потенційних можливостей кооперації, підвищення організаційно-економічної ефективності операцій на внутрішньому та зовнішньому ринках.

Шишкова Е. Е.

к.э.н, доцент

УО “Белорусский торгово-экономический
университет потребительской кооперации”,
Республика Беларусь

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЛИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ КООПЕРАЦИИ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

В современных условиях на потребительском рынке Республики Беларусь действует большое число торговых организаций различных форм собственности, что неизбежно приводит к развитию конкуренции между ними. Развитие конкуренции, сокращение численности сельского населения и относительное уменьшение его покупательной способности обусловили снижение удельного веса розничного товарооборота потребительской кооперации в общем объеме розничного товарооборота республики. В 1991 г., например, он составлял 33,5%, в 1995 г. – 20,1, в 2005 г. – сократился до 15,3%, за 2015 г. составил 8,4%, через все каналы реализации – 6,9% [1].

Вместе с тем, материально-техническая база в торговле потребительской кооперации непрерывно совершенствуется.

По состоянию на 1.01.2015 г. Белкоопсоюз располагает 9109 магазинами общей торговой площадью 952,2 тыс. кв. метров, в том числе в малых населенных пунктах сельской местности с численностью жителей менее 50 человек – более 0,3 тыс. магазинов общей торговой площадью 17,5 тыс. кв. метров.

За 2011-2015 гг. открыто (путем нового строительства, реконструкции, приобретения) 78 крупных торговых объектов площадью более 500 кв. м., 428 объектов шаговой доступности, модернизировано 208 магазинов, восстановлена работа 460 ранее закрытых объектов, приобретено 9,3 тысяч единиц холодильного оборудования, 477 специализированных автомагазинов. Формируется торговая сеть под брендом “Родны кут” (на 01.01.2016 г. функционирует 2,2 тысячи объектов под данным брендом). В рамках работы по развитию безналичных расчетов за 2011-2015 гг. в торговой сети дополнительно установлено 6365 единиц банковских платежных терминалов [1].

Однако за 11 месяцев 2015 г. не выполнены прогнозные параметры по валовой добавленной стоимости – 87,5% при прогнозе 100,5%, рентабельности продаж – 1,26% при прогнозе – 1,7%, рентабельности по чистой прибыли – минус 0,04% при прогнозе 0,9% , производительности труда по выручке от реализации продукции – 95,5% при прогнозе 101,5%.

Несмотря на проводимую широкомасштабную работу по реализации непродовольственных товаров, как за счет расширения торговых площадей, так и проведения различных акционных мероприятий, стимулирующих спрос населения, не удалось достигнуть установленного параметра по удельному весу непродовольственных товаров в общем объеме розничного товарооборота в размере 25%-13,5% по итогам 2015 г. [1].

Следует учитывать, что система потребительской кооперации обслуживает в основном сельское население, которое обладает низкой платежеспособностью и приобретает преимущественно продовольственные товары. Так, удельный вес продажи продовольственных товаров за 2015 г. по системе Белкоопсоюза составил 86,5% [3]. Сокращение доли непродовольственных товаров, являющихся менее затратоемкими, негативно сказывается на результатах деятельности торговли. В 2013г. рентабельность в целом по торговле Белкоопсоюза составила 0,16%, вместе с тем, в 2014 г. убыточность составила 0,04% к товарообороту.

Большое внимание развитию торговли уделяется в Концепции развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы.

С 01.04.2014 г. организована работа единого оптово-логистического центра потребительской кооперации УП “Белкоопвнешторг Белкоопсоюза”, выполняющего функции оптового оператора по поставке товаров, в т.ч. критического импорта, как получателям потребительской кооперации, так и внесистемным организациям, в т.ч. субъектам малого бизнеса [2].

Исходя из целей Концепции, перед торговой отраслью Белкоопсоюза до 2020 года ставятся следующие задачи:

- дальнейшее развитие и оптимизация товаропроизводящей инфраструктуры торговли для обеспечения ее максимальной эффективности;
- стимулирование развития торговли в райцентрах;
- обеспечение условий для дальнейшего поступательного развития торговли в сельской местности;
- совершенствование традиционных форматов торговли, а также дистанционной торговли;
- улучшение имиджа торговой отрасли потребительской кооперации.

Данные направления позволят, на наш взгляд, повысить эффективность торговой деятельности организаций потребительской кооперации.

Список использованных источников

1. *Об итогах работы потребительской кооперации за 2015 год, выполнения поручений Президента Республики Беларусь, Отраслевой программы развития потребкооперации на 2011 – 2015 гг.: постановление Правления Белкоопсоюза от 19 февраля 2016 г. N 1 // Минск: Белкоопсоюз, 2005. – 6 с.*

2. *Об утверждении Концепции развития потребительской кооперации на 2016-2020 годы: постановление Правления Белкоопсоюза от 29 февраля 2016 г. N 47 // Минск: Белкоопсоюз, 2016. – 27 с.*

СЕКЦІЯ 3 “КООПЕРАТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ”

Левицький В. П.

Перший заступник Голови Правління Укркоопспілки

ЧИННИКИ СТІЙКОСТІ ЗАРУБІЖНИХ КООПЕРАТИВНИХ БАНКІВ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНИХ ТА ФІНАНСОВИХ КРИЗ

В умовах сучасної економічної кризи Україна стикнулася з проблемою банкрутства банківських установ. Всього за період 2014-2016 рр. було оголошено тимчасову адміністрацію у понад 80 банках. Але зарубіжний досвід свідчить, що, на відміну від комерційних, кооперативні банки демонструють високий рівень стійкості та ефективності діяльності під час циклічних проявів фінансово-економічних криз. У посланні генерального секретаря ООН від 4 липня 2009 р. зазначається, що в країнах, які постраждали від фінансової кризи, кооперативні банки і кредитні союзи розширювали свою діяльність з надання кредитів, в той час як інші фінансові установи були вимушені її скоротити. Це сприяло послабленню негативних наслідків заморожування банківського кредитування для найбільш уразливих груп населення, підкреслюючи важливе значення альтернативних моделей підприємницької діяльності і інституційної різноманітності для життєздатності фінансової системи.

Сьогодні кооперативні банки відносяться до найбільших регіональних банків світу, а валовий дохід 15-ти провідних кооперативних банківських установ становить понад 240 млрд. дол. США (табл. 1).

На сьогодні кооперативні банки обслуговують 159 млн клієнтів. Голландський Rabobank, який є найбільшим у світі сільськогосподарським банком, одночасно вважається третім у світі за надійністю активів. Близько 25% позик надається малим та середнім підприємствам. 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%). В 2015 р. (в умовах рецесії в країнах ЄС) чистий прибуток цього банку зріс у порівнянні з попереднім роком на 20,2% і становив 2,2 млрд. дол. США. У 2009 р. розмір капіталу зріс на 14% до 2,3 млрд. Євро, а співвідношення резервів до активів збільшилося до 13,8% проти 12,7% у 2008 р. У 2010 р. 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%.

Кооперативні банки не користуються жодними перевагами або податковими пільгами, але зазвичай мають нижчу банківську маржу (різниця між кредитами і депозитами). Приміром, у Бразилії цей показник для комерційних банків становить 8%, а для кооперативних – 4-5%. Порівняльний аналіз системи італійських кооперативних банків Popolaris та приватних акціонерних банків показав, що кооперативні банки надають більше позик для малих і середніх підприємств, які характеризуються гіршою кредитною історією. Відповідні втрати з надлишком компенсуються вищою

капіталізацією та вигіднішою маржою. Примітно, що в 2008-2009 рр. жоден з кооперативних банків промислових країн не став отримувачем державної допомоги.

Таблиця 1

Рейтинг найбільших кооперативних банків світу у 2014 р.

Місце в рейтингу	Кооперативна банківська організація	Країна	Валовий дохід, млрд. дол. США
1	Groupe Crédit Agricole	Франція	63,42
2	BVR	Німеччина	54,07
3	Groupe Crédit Mutuel	Франція	35,43
4	Groupe BPCE	Франція	30,84
5	Rabobank	Нідерланди	17,05
6	Desjardins Group	Канада	13,75
7	RZB	Австрія	7,69
8	Federal Farm Credit Banks Funding Corporation	США	7,50
9	Navy Federal Credit Union	США	3,55
10	The Norinchukin bank	Японія	3,07
11	Raiffeisen group	Швейцарія	2,93
12	Pohjola Pankki Oyj	Фінляндія	2,48
13	Grupo Cooperativo Cajamar	Іспанія	1,62
14	Sicredi	Бразилія	1,47
15	CoBank, ACB	США	1,36
	Всього		246,23

Джерело: *The World Co-operative Monitor: Exploring the Co-operative Economy. Report 2016.*

Американська Credit Union National Association (CUNA) збільшила чистий прибуток у 2010 р. до 87 млн доларів проти 51 млн доларів у 2009 р., а капітал зріс до 1,4 млрд доларів (або на 15%). Загалом доступність кредитних ресурсів та інституційна стабільність дозволили збільшити кількість учасників кредитних союзів до 90 млн у 2008 р. проти 85 млн у 2004 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. у країнах Південно-Східної Азії, коли за умов аномальної фінансової нестабільності увагу привернули стабільніші кооперативні фінансові інституції. У 2008-2009 рр. кооперативні кредитні установи поліпшили практично всі показники: а) обсяги активів і депозитів; б) кількість пайовиків; в) банківську маржу; г) критерії стабільності (адекватність капіталу, кількість прострочених позик). Збільшенню депозитів кредитних установ сприяв відтік коштів з фондового ринку. В країнах Латинської Америки кооперативні банки почали активніше займатися переказами від працюючих за кордоном.

Така ситуація не означає відсутності проблем. Якщо кооперативні банки порівняно легко уникнули негативних наслідків фінансової кризи, то навряд чи так само це стосуватиметься наслідків економічної кризи, яка визначає фінансовий стан приватної клієнтури (пенсійне забезпечення, ціни на нерухомість, вартість інвестиційних фондів) та підприємств (обсяги продаж, вартість кредитних ресурсів і доступу до них). Відновленню попиту ще довго перешкоджатимуть зміни в поведінці споживачів: побоювання щодо майбутнього, необхідність збільшити власні заощадження, інтенсивний пошук дешевших товарів. У США та Канаді певні втрати понесли декілька кооперативних банків загальнонаціонального рівня, проте найбільшими виявилися збитки японського кооперативного Norichunkin Bank – 6,5 млрд дол. Водночас не зовсім справедливо, коли приватні банки, що отримали потужну державну антикризову підтримку, пропонують завищені депозитні ставки.

Фахівці Міжнародної асоціації кооперативних банків (ICBA) вбачають вагому перевагу кооперативних банківських структур у тому, що вони не представлені на фондових біржах, а тому не мають потреби у максимізації короточасного прибутку. Під час фінансової кризи комерційні банки зазвичай сповільнюють темп зростання кредитів, передусім для малого і середнього бізнесу, а також скорочують термін кредитування; власники депозитів переорієнтовуються на “безпечні” банки, а банківська система – на придбання урядових облігацій. “Втеча” від ризикових фінансових інституцій дозволяє збільшити активи як кооперативних банків і кредитних спілок, так і страхових установ. Фахівці Світової Ради кредитних спілок (WOCU) зауважують, що з осені 2008 р. депозити кооперативних установ зросли на 22 млрд. дол. США.

Таким чином, підвищена стійкість кооперативних банків має декілька пояснень. По-перше, немає безпосереднього підпорядкування інтересам акціонерів, що зменшує ризик банківських операцій, а прямий зв'язок між депозитами і позиками створює певні обмеження морального характеру. Кооперативні банки відрізняються кращим моніторингом, який можна використати для зміцнення банківської системи загалом. 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. По-четверте, 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 кооперативні банки не обмежують кредитування, пропонують нижчі ставки кредитування і відрізняються стабільністю. В США обсяги позик кредитних спілок зросли з 539 млрд. дол. США у 2007 р. до 575 млрд. дол. США у 2008 р.

Підсумовуючи зазначимо, що фінансова криза зайвий раз підкреслює 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.

Cherniavska O. V.

Doctor of Economics, Professor, Scientific supervisor,

Mensah T. E.

5th year student of international economics

Poltava University of Economics and Trade

EXPORT OF UKRAINIAN EDUCATIONAL SERVICES TO AFRICAN COUNTRIES: NEW OPPORTUNITIES FOR CONSUMER COOPERATIVES IN UKRAINE

INTRODUCTION:

Internationally, many governments have recognized that the export of higher education is a “promising economic activity and an important source of additional income” [5, p. 195]. Ukraine is showed as a large exporter of educational services which is oriented to the global market. Ukraine’s share in the global export market of educational services is about 1.3 % [3, p. 1]. Ukraine is popular destination for education among Asian and African students. According to the International Organisation for Migration in Ukraine, 60,500 foreign students were studying in the country between 2007 and 2012 and about 10,000 are black Africans. The main reasons for choosing to attend university in Ukraine are the relatively low cost of education and the friendly incoming policy. The number of foreigners coming to study at the Ukrainian institutions of higher learning is growing quickly.

EXPORT OF EDUCATION IN UKRAINE:

Ukrainian education system is known as one of the best education systems in the world. It has raised a significant international interest, making the export of the Ukraine’s education a good business opportunity. With a political point of view, export of Ukraine’s education system is an efficient tool as foreign policy, diplomatic relations and communications, and also as a means of safeguarding national identity and culture and securing its survival in globalized world. From economical point of view, one can see the export of education as alternative sources of funds. With academic point of view, the export of Ukraine’s education system would enhance its recognition by the academic community, motivate the improvement of the system and increase its reputation, while the cultural and social motivations include the importance of preservation and promotion of Ukraine’s national culture. In addition, they address the need for improved intercultural understanding and communication.

According to the Ukraine Admission Center for Foreign Students which was founded in 2016 with the support of the Ministry of Education and Science of Ukraine, over 63000 international students from almost 150 countries study at 185 higher education institutions in Ukraine.

WHY AFRICAN STUDENTS PREFER TO STUDY IN UKRAINE?

Even though Ukraine is not the first country that pops up in minds of African students, wishing to study in Europe, no student has ever regretted about study in Ukraine.

Learning at the universities of many African countries is unfortunately is not the most favourable. This is the main reason why many African students dream of getting higher education abroad. Many European universities are open for African students, but their strict admission and visa requirements, coupled with high tuition fees, make a huge barrier toward this dream. Ukraine breaks this barrier and makes it possible for African students from Nigeria, Ghana, Cameroon, Congo, Angola and other countries to receive quality European education for an affordable fee. Indeed, higher educational establishments of Ukraine offer the cheapest, but at the same time superior education, corresponding with the highest European norms and requirements. Study in Ukraine for African Students it's a way to create your future carrier now. Study abroad for African students is an excellent opportunity to receive a European education and get better career opportunities. The universities of Ukraine are known not only for their low tuitions fee (which is the lowest in Europe) but also for the highly effective teaching methods that correspond with the European norms and standards of higher education.

Also the prestige that comes with studying abroad in most African countries is a contributing factor for the consistent increase in the number of African students in Ukraine. Students who study abroad are highly respected and regarded in their home countries due to the fact that they have received good and more practical education. Most often such are mostly considered in the area of employment over their colleagues who studied in African countries. Diplomas issued by the higher educational establishments of Ukraine are recognized by the European Association of Universities, UNESCO, EU Council and other renowned organisations. The most popular fields of study among the Ghanaian students are Medicine, Pharmacology, Dentistry, Information Technology, Civil Engineering, Aviation, Business Management and International Economics. Study in Ukraine will fulfil the dream of receiving the best European education.

CONCLUSION:

According to all observed characteristics, higher education is in fact becoming an export industry. Ukrainian universities are transiting to economic principles, turning into an organized business - corporation. This is observed clearly as stated by Oborsky and Docent that Ukraine's share in the global export market of educational services is about 1.3 % [3, p. 1].

The role of Ukraine's export education to African countries can't be overlooked. The number of Africans entering the universities of Ukraine is relentlessly surging. According to the latest admission data, a vast majority of all African students are from Nigeria, Tanzania, Ethiopia, Ghana, Mali, Uganda, Cameroon and Kenya. They choose from a great variety of courses, the most popular of which are Medicine, Dentistry, Veterinary, Pharmacy, Aviation, Civil Engineering, Network Management, Computer Science and International Economics. African countries therefore serve as fertile grounds for the export of education services of Ukraine to strive and there would be the need to pay much attention to the continent to tap fully the benefits of education export.

REFERENCES

1. Adams T. *The development of international education in Australia: A Framework for the future* // *Journal of Studies in International Education* - 2007. – № 11(3-4). – P. 410-420.

2. Lenn M. P. *The right way to export higher education*. - // *Chronicle of Higher Education* - 2002. - 48(25). – P. 1-3.
3. *Export of educational services in the context of the National Strategy for the Development of Education in Ukraine until 2021* // *Oborsky&Docent*. – 2015. - P. 1. - Mode of Acces: <http://forea.kpi.ua/en/export-of-educational-services>
4. Schatz M. *Education as Finland's hottest export. A multi-faceted case study on Finnish national education export policies* // *University of Helsinki. - Faculty of Behavioral Sciences Research. - Reports of the Department of Teacher Education. - Helsinki* 2016. – 110 p. - Mode of Acces: <https://helda.helsinki.fi/bitstream/handle/10138/161277/EDUCATIO.pdf?sequence=1>
5. Van der Wende M. C. *Globalisation and Access to higher education*. // *Journal of Studies in International Education* - 2003. - № 7(2), - P. 193–206.

Артеменко І. А.

к.с.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

ПРИНЦИПИ КООПЕРАЦІЇ В ТЕОРІЇ ПАРТИСИПАТИВНОЇ ЕКОНОМІКИ

Становлення глобальної економіки супроводжується започаткуванням та розвитком економічних концепцій, присвячених осмисленню раціональних і ціннісних засад постіндустріального розвитку. Характерною особливістю більшості з них є альтернативність їх положень щодо пануючих ліберальних та тоталітарно-соціалістичних теорій господарства і в цьому відношенні вони посідають місце, яке з кінця XIX ст. належало теоретичним цінностям кооперації. Більше того, ці концепції не тільки зосередилися на “кооперативному полі”, а й запозичили та розвинули далі найбільш важливі принципи кооперації, з огляду на що, вони можуть бути віднесені до новітнього теоретичного арсеналу кооперації.

Серед сучасних альтернативних концепцій, які значною мірою базуються на розвитку кооперативних принципів і цінностей, слід відзначити обґрунтування моделей зеленої та солідарної економік, екосистемізму, стійкого скорочення, справедливої торгівлі, тощо. Та найбільш сформованою і поширеною з них є концепція партисипативної економіки (англ. *participatory economics*) теоретичні положення якої спрямовані як на заперечення поширеної ліберальної ідеології про відсутність альтернативи капіталізму (“TINA” – *There Is No Alternative*), так і утвердження ціннісних принципів постіндустріального господарства. В основу теорії партисипативної економіки (ПЕ) її автори Майкл Альберт і Робін Ханель поклали чотири головні принципи: солідарність, різнобічність, справедливість і самоуправління. Отже, як “батьки-кооператори вбачали можливість звільнення від експлуатації шляхом становлення кооперативних економічних відносин на основі принципів добровільності, відкритого членства, демократичного управління, економічної участі, самостійності, незалежності, співробітництва та об’єднання, так і автори теорії ПЕ вважають, що “відмінити” експлуатацію і досягти справедливості можливо лише шляхом відміни приватної власності, будь-яких форм “зовнішньої координації” і переходу до самоуправління виробників і споживачів [1].

Зупинимось на найбільш важливих положеннях теорії ПЕ, що обґрунтовані та

систематизовані Р. Ханелем у праці “Від народу, для народу: аргументи партисипативної економіки” [2]. Аналіз змісту названого вище дослідження засвідчує, що кооперативні цінності є доволі актуальним предметом сучасних атиглобалістських концепцій. Так, між головними проблемами книги Р. Ханеля (економічна демократія, економічна справедливість, спільна власність, об’єднання...) і вищеназваними принципами рочдельського товариства можливо якщо не поставити знак тотожності, то відзначити їх значну схожість, відмінності якої визначаються переважно осучасненням постановки проблеми. Зокрема, кооперативні товариства та їх спілки виробничої і споживчої кооперації в концепції ПЕ трансформуються в робітничі (виробничі) та споживчі ради, об’єднані у федерації [2, с. 49]. У теорії ПЕ сприйнятий та набув розвитку принцип економічної справедливості, яка реалізується не розміром пайового капіталу, а самим членством у кооперативному товаристві. Працівники мають отримувати винагороду не відповідно до того чим вони володіють (розміру пайового внеску), вона має визначатися навіть не тим, що вони виробляють (результатами праці), а рівнем їх зусиль, працелюбством, з яким вони виконують спільну роботу. Як відзначає Р. Ханель, “зусилля людей оцінюються їх колегами і індивідам надається право на споживання відповідно з цими рейтингами зусиль” [2, с. 61].

У теорії ПЕ обґрунтовуються мета та механізми діяльності споживчих рад і федерацій споживчих рад. Вони полягають в гармонізації особистого споживання та спрямовані на подолання недоліків споживання у ринковій економіці: виведення підпорядкування споживання з-під контролю суспільства і надмірної приватизації споживання в цілому. Тому головною метою споживчих рад, що обґрунтована в ПЕ, є створення цілком нового рівня демократії і участі, коли мова йде про суспільне споживання.

Так же як у кооперативних товариствах, члени робітничих і споживчих рад у ПЕ мають абсолютні демократичні права щодо планування виробництва і споживання. За твердженням Р. Ханеля, їх залучення до розробки і перегляду планів господарського розвитку та соціального споживання робить відмінним процедуру по спільному плануванню від тих механізмів, що використовувалися в централізованому плануванні та створюють передумови дійсної участі працівників у господарській діяльності від задуму до підсумку [2, с. 49-50].

Обсяг публікації не дозволяє зупинитися на аналізі використання принципів та цінностей теорії кооперації у сучасних економічних дослідженнях. Але навіть наведені вище приклади свідчать про те, що вони стали важливою складовою наукових положень теорії соціальної економіки та сучасних антиглобалістських концепцій. При цьому виявляється як глибокий гуманістичний характер кооперативних цінностей, так і розуміння того, що їх запозичення є не тільки важливим позитивним моментом, а й свідченням того, що сучасна теорія кооперації потребує нового могутнього поштовху досліджень місця, ролі та принципів кооперації у глобальному господарстві.

Список використаних джерел

1. *Альтернативная экономика – между рынком и государством [Электронный ресурс] // Риддер-город семейных ценностей : [социальный веб-сайт]. – Электрон. текст. данные. – Режим доступа: <http://family-ridder.kz/2011-11-13-05-43-42/2011-11-13-06-15-48>. – Назва з екрану. – Дата перегляду: 12.11.2016.*
2. *Robin Hahnel. Of the People, by the People: The Case for a Participatory Economy. – Soapbox Press, Oakland, CA., – 2012. – 146 pp.*

ПРОСУВАННЯ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ: МІСЦЕ КООПЕРАТИВІВ У СВІТОВОМУ ТРЕНДІ

Споживання органічної продукції у світі постійно зростає, що досягається завдяки активній рекламі та намаганням бізнесу зіграти на бажанні споживачів турбуватися про своє здоров'я. Оскільки даний тренд є досить прибутковим, то кооперативи у цілому світі намагаються його також використати для власного розвитку.

Так, мережа шведських супермаркетів Соор виграла престижний приз на Канському міжнародному фестивалі креативності за рекламну кампанію, що пропагує переваги споживання органічної їжі. Ця мережа є частиною Шведського кооперативного союзу (KF Group).

Соор є апологетом органічної їжі з 1980-х, стимулюючи споживачів купувати органічну продукцію. Соор володіє найбільшим асортиментом органічної та екологічно дружньої продукції в Швеції. У своєму звіті консалтингова компанія Differ назвала органічний бренд Anglamark (що належить Соор) “найзеленішим” брендом Швеції. Anglamark існує понад 25 років. Асортиментний ряд налічує близько 400 продуктів.

Просування здорової та безпечної їжі також здійснюється і на вищих рівнях. Так у звіті Єврокооп за 2015 р. зазначається, що пропагування здорової їжі є одним із пріоритетів для споживчих кооперативів у Європі та складовою роботи Єврокооп. Трансатлантичне торговельне та інвестиційне співробітництво (ТТІС) – торговельна угода, що перебуває в стадії обговорення між ЄС та США. Вплив цієї угоди на продовольчу політику ЄС – це один з головних пунктів, що притягує до себе увагу.

У Європі сьогодні поширена практика збутових кооперативів за схемою “тейкей”, що дозволяє здійснювати прямі поставки органічної продукції безпосередньо від фермерів до споживачів. Ініціаторами, зазвичай, виступають кооперативи споживачів, які налагоджують прямі зв'язки з фермерами і частково фінансують їх сільськогосподарську діяльність з метою отримання продукції відповідної якості за низькими цінами пропорційно до здійснюваного фінансування. Прикладом такого кооперативу в США є ферма в Анн-Арборе: учасники кооперативу за 150 дол. отримують протягом року близько 100 кг органічних овочів. Подібна система взаємодії виникла в Японії ще в 90-х роках XX століття, коли біля мільйона споживачів уклали прямі договори на постійну поставку органічних продуктів, минаючи полиці магазинів.

Протягом останнього десятиріччя органічні фермери країн Європи об'єднуються у органічні збутові кооперативи. Спочатку такі кооперативи були чи не єдиною можливістю для визначення потенційних ринків для збуту органічної продукції. Проте сьогодні фермери залучаються до кооперативів для об'єднання ідей, капіталу та практик з метою загального збільшення доданої вартості продукції та посилення ринкової позиції власної продукції. Ініціювати та управляти органічними збутовими кооперативами сьогодні можуть не лише фермери, а й споживачі, оператори ринку чи місцева влада, наприклад, для поширення та

підтримки місцевого виробництва продукції, або екологічно дружнього способу ведення сільського господарства, або для підвищення доступу до продукції високої якості. Залучення різних гравців ринку та різноманіття цілей для вступу до таких кооперативів вказує на потенційну важливість їх функціонування у сільській місцевості. Органічний збутовий кооператив представляє собою комерційне об'єднання, до якого, як правило, залучені виробники органічної продукції (фермери), споживачі, оператори ринку, та взаємодія яких покращує стратегічну ринкову позицію органічного продукту.

Саме тому українським кооперативам варто звернути увагу та активніше використовувати сприятливі можливості щодо виробництва та просування органічної продукції. Це дозволить реанімувати кооперативний рух та покращити соціально-економічну ситуацію.

Козаченко Г. В.

д.е.н., професор

Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

ПАТОЛОГІЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯК ПЕРЕШКОДА РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА

Розвиток підприємства становить собою його перехід до якісно нового стану, в якому у підприємства з'являються нові властивості та спроможності. Розвиток підприємства відбувається шляхом здійснення сукупності керованих цілеспрямованих змін в діяльності підприємства, які є об'єктом управління. Якість та результативність управління змінами в діяльності підприємства вирішальною мірою залежить від якості управління підприємством, величезну шкоду якому може нанести наявна патологія системи управління підприємством.

Патологією системи управління підприємством є стійкі явища, процеси та постійно повторювані ситуації, які суттєво зменшують якість системи управління, ускладнюють її функціонування, призводять до дисфункції системи (суттєві збої у виконанні функцій управління), внаслідок чого підприємство деякою мірою становиться слабкокерованим.

Незначні та швидкоусувані порушення у системі управління підприємством її суттєвих відхилень не спричиняють. Зростання обсягу порушень у системі управління підприємством відповідно до закону переходу кількості у якість вже виявляється в управлінні підприємством, тобто патологія системи управління становиться вже відчутною – з'являються її ознаки. За цими ознаками можна не лише судити про наявність патології системи управління підприємством, а й отримати деяке уявлення про характер патології і зробити попередні висновки про її локалізацію. Характер патології розглядається як стійке сполучення стійких порушень в системі управління підприємством, які визначають особливості функціонування системи. Локалізація патології дозволяє встановити, де у системі управління підприємством (підсистема, елемент або зв'язки між елементами) зосереджено переважну більшість стійких порушень.

Ознаку патології системи управління підприємством становить сукупність фактів, які спостерігаються з різною частотою. У сукупності факти доповнюють один одного, що

дозволяє отримати повнішу картину про порушення у системі управління підприємством та наявність відхилень в ній.

Ознаки патології системи управління підприємством, що найчастіше зустрічаються в практиці управління сучасними підприємствами, є такими:

- управлінський централізм, за якого керівник підприємства практично одноосібно приймає рішення стосовно всіх підсистем та функцій системи управління. На вищому рівні управління вирішуються невластиві йому питання;

- зловживання колективними рішеннями, при якому керівник підприємства “прикривається” колективними рішеннями для зменшення відповідальності за негативні наслідки рішень або прийняття непопулярних рішень;

- розрив у ланцюжку цілепокладання: цілі в діяльності підприємства не трансформуються у конкретні завдання для працівників кожного рівня управління з чітким зазначенням часових меж їхнього вирішення, відповідальності за невирішення та ресурсів, що виділяються;

- репресивний характер управління (переважання негативних стимулів над позитивними), за якого у мотивуванні діяльності працівників використовуються переважно догани, попередження, зауваження, штрафи, які документально фіксуються, погрози та обіцянки покарання (загрози звільнення, не продовження або розриву контракту, пониження у посаді, зменшення величини заробітної плати або погіршення умов її отримання, позбавлення премії або якихось виплат, позбавлення деяких преференцій) тощо;

- низька управлінська культура, про що свідчать висока питома вага рішень, які не виконані, виконані з порушенням термінів або не з тим результатом, що очікувався; констатуючий контроль виконання прийнятих управлінських рішень замість превентивного, відсутність інструментів поточного контролю. Виявом низької управлінської культури є втрата документів внутрішнього документообігу (заяви, службові та доповідні записки, пропозиції та ін.), яка відбувається неодноразово і за яку не виникає відповідальність;

- невідповідність реального ставлення до працівників декларованому: в реальному житті домінує зневажливе ставлення до працівників, тоді як на підприємстві декларують уважне ставлення до них;

- управлінська метушня: постійно проводяться численні і нескінченні тривалі наради та засідання, постійно виникає необхідність термінового вирішення різноманітних питань та виконання низки завдань, надання нескінченних звітів, у центрі уваги керівництва організації перебувають не лише дійсно важливі для організації питання, вирішення яких іноді вирішує її долю, а й множина другорядних питань, увага до яких керівників топ-менеджменту нічим не виправдана, проте займає їхній час та сили;

- бюрократизм (слід відрізняти від бюрократії): бюрократія незамінна в адміністративному управлінні (при виконанні формальних завдань управління, де потрібна жорстка поведінкова модель роботи виконавців), тоді як бюрократизмом є такий рівень використання бюрократії в управлінні організацією, при якому форма виконання домінує над змістом виконуваних робіт, що зумовлено підміною критеріїв – критерій досягнення кінцевого результату, заради якого виконується робота, замінюється критерієм дотримання

форми виконання роботи, через що вихолощується сутність цих робіт, виникає статичність стосунків через жорсткий формальний розподіл сфер відповідальності.

За наданими ознаками можна судити про порушення, тобто про структурні та функціональні зміни в системі управління підприємством з негативними наслідками. Наданий перелік ознак патології в системі управління підприємством є відкритим, тобто його можна і необхідно доповнювати та розширяти.

Якщо в керівників підприємства є усвідомлення ознак патології управління та їхнє сприйняття, то бачать патологію і намагаються якщо не подолати, то до деякої міри зменшити. Якщо ні, то це самий поганий вид патології – неусвідомлюваний.

Лера О. С.

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

ОБМІННИЙ КУРС, МАЙНОВЕ РОЗШАРУВАННЯ І КООПЕРАТИВНИЙ РУХ: СПРОБА СИНТЕЗУ

Окрім погіршення екологічної ситуації у світовому масштабі, головним недоліками сучасної глобалізованої економіки найчастіше називають надмірне майнове розшарування, що лише посилюється внаслідок перенесення промислового виробництва і послуг до країн з низькою заробітною платою, прогресуючої офшоризації великого бізнесу та руйнування традиційних регіональних соціально-економічних систем. Відповідно виникають дві альтернативні пропозиції: 1) посилення торговельного протекціонізму або 2) надання більшої соціальної орієнтації економічним процесам. Якщо в першому випадку йдеться про заперечення переваг глобалізації чи навіть її реверс, то в другому – кращу адаптацію до існуючих реалій, які мають об'єктивний характер за умов поширення сучасних інформаційних технологій і зниження транспортних коштів. Відновлення протекціоністських заходів навряд чи має шанси на успіх відразу з декількох причин (зниження ефективності економічної системи, втрата конкурентних переваг, брак можливостей належного адміністрування), тоді як більша соціальна орієнтація економіки не обов'язково суперечить логіці глобалізації чи навіть більше – може підсилити її позитивний баланс.

Останнім часом відповідні ідеї матеріалізуються в концепції “солідарної” економіки, яка стала своєрідним викликом для економічного мейнстріму. Головна ідея полягає у тому, щоб створити таку альтернативу для нинішньої економічної системи, яка має належний соціальний вимір [2, с. 25-42]. Йдеться не так про нову модель організації економічного життя, як процес колективного бачення спільних економічних перспектив. Ключовим приймається визнання доцільності великої кількості практик, ініціатив і мотивацій, які не отримали належної уваги в сучасній економіці.

Практичним прикладом реалізації принципу солідарності в кооперативному русі стало створення понад 2 тис. відповідних кооперативів у канадській провінції Квебек [1]. Йдеться про об'єднання діяльності фінансових, споживчих, сільськогосподарських та

інших кооперативів, що дозволяє оптимізувати канали споживання, дистрибуції і виробництва, а також надає декілька додаткових можливостей. Головними мотиваторами стали регіональний розвиток, триваючий занепад сільських поселень, становлення діяльності закладів догляду за дітьми та розширення сфери послуг щодо ведення домашнього господарства.

Прихильники “солідарної” економіки припускають, що не можна обмежуватися лише економічною сферою, а потрібно розглядати соціальні аспекти в широкому діапазоні: майнове розшарування, політичні антагонізми, екологія. На наш погляд, ключовим у вирішенні проблеми майнового розшарування є підтримання “справедливого” обмінного курсу, який одночасно повинен бути рівноважним курсом, що не перешкоджає збільшенню експорту. Найчастіше проблему створює не те, що працівникам мало платять, а те, що грошова одиниця девальвує. Приймаючи важливість зміцнення гривні, одночасно важливо запобігати надмірному зростанню коштів продукції та “перельоту” споживчих видатків, як це відбувалося в 2007-2008 рр. Розвиток диверсифікованого кооперативного руху може бути корисним для одночасного досягнення обох цілей.

По-перше, зберігається потенціал збільшення експорту, принаймні до рівні 1980-х років. У багатьох країнах кооперативні організації виступають експортерами аграрної продукції, що може слугувати прикладом для вітчизняних кооператорів. Для збільшення експорту можна використати народні промисли. По-друге, існують можливості для зменшення імпорту за рахунок відмови від багатьох зарубіжних продуктів харчування та виробів місцевої промисловості, які можуть вироблятися українськими виробниками.

Зменшення імпорту в поєднанні зі збільшенням експорту може створити надійні передумови для подолання надмірного заниження обмінного курсу гривні, що слід вважати однією з найбільших перешкод для стійкого економічного зростання в Україні. На сьогодні обмінний курс гривні занижено понад 100% за паритетом купівельної спроможності до долара США. Така ситуація не призвела до істотного поліпшення сальдо зовнішньої торгівлі, а однією з найвагоміших причин слід вважати негативні ефекти сукупної пропозиції, що обмежують можливості для збільшення експорту та заміщення імпорту. Окрім того, перманентна девальвація гривні стимулює трудову міграцію, що теж не сприяє збільшенню виробничого потенціалу вітчизняної економіки.

Створення робочих місць у сільській місцевості та малих містах, які становлять головний ареал діяльності споживчої кооперації, реалізовує ідею солідаризму, але в конструктивному варіанті – без популістських експериментів на зразок волонтаристського збільшення заробітної плати, що лише погіршують становище людей праці. Загалом максимальна зайнятість саме в сегменті жителів сільської місцевості, малих і середніх міст дозволяє підтримувати конкурентоспроможність за рахунок значно нижчих коштів робочої сили. Якщо прийняти що середня сім'я у цьому сегменті ринку праці має додатковий дохід від володіння земельними активами і несе нижчі кошти проживання порівняно зі жителями великих міст-агломераційних центрів (Київ, Харків, Львів, Одеса), то виникають передумови для підтримання нижчих коштів одиниці робочої сили навіть на тлі зміцнення обмінного курсу гривні, тим більше за умов зростаючої продуктивності праці, що неминуче при її низькому нинішньому рівні. Така

риса може стати однією з вагомих довгострокових порівняльних переваг української економіки.

Також можна отримати додатковий стимулюючий ефект від вищої гнучкості ринку праці в циклічному аспекті. Переваги такої структурної риси добре помітно на прикладі Тайваню. Під час економічного буму мешканці сільської місцевості та малих містечок стають джерелом поповнення робочої сили в міських агломераціях, а на випадок погіршення кон'юнктури повертаються у рідні краї, маючи власні засоби для існування. Неважко помітити, що для конкретних українських умов така модель лише підсилює аргументацію на користь більшої активізації кооперативного руху. Можна припустити, що розгортання більшої виробничої активності на теренах малих містечок і сіл дозволить створити більш гнучкий ринок робочої сили за умов нижчої вартості одиниці робочої сили. Дрібне землеволодіння може не бути чинником становлення конкурентоспроможного аграрного сектора, але здатне відіграти позитивну роль у зниженні вартості робочої сили.

Список використаних джерел

1. Girard J.-P. *Solidarity cooperatives in Quebec (Canada): overview* // *Trends and challenges for cooperatives and social enterprises in developed and transition countries* / C. Borzaga, R. Spear (eds.). – Trento: Edizioni31, 2004. – P. 165-181.
2. Miller E. *Solidarity Economy: Key Concepts and Issues* // *Solidarity Economy I: Building Alternatives for People and Planet / Papers and Reports from the 2009 U.S. Forum on the Solidarity Economy* / E. Kawano, T. Masterson and J. Teller-Elsberg (eds.). – Amherst, MA USA: Center for Popular Economics, 2009. – P. 25-42.

Макогін З. Я.

к.е.н., доцент,

Андрусейко Р. Я.

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

ПЕРЕДУМОВИ ЕКОНОМІЧНОЇ СТІЙКОСТІ КООПЕРАТИВНИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НІМЕЧЧИНИ В УМОВАХ СВІТОВИХ ФІНАНСОВИХ КРИЗ: ПРИКЛАД ДЛЯ УКРАЇНИ

У період світових фінансових криз кооперативний сектор економіки відіграє дедалі більшу роль у провідних країнах Європи та світу. Поширення кооперації є важливим елементом досягнення господарських цілей, забезпечення робочих місць, захисту працівника і стимулювання розвитку економіки. Вагомість кооперативного сектора економіки підтверджується досвідом розвитку та державної підтримки кооперативів в країнах ЄС, зокрема в Німеччині.

Німецька кооперативна система є важливим елементом економіки Німеччини. Згідно даних об'єднання Еурокооп за 2015 р. [1] кооперативний рух в Німеччині налічує 22 млн. членів, більш як 7,49 тис. кооперативів і є одним з найбільших економічних організацій в

Німеччині. Майже всі німецькі фермери, садівники і виноградарі є членами кооперативу. Приблизно 60 % всіх майстрів, 75 % всіх роздрібних торговців, 90 % всіх пекарів і м'ясників є членами кооперативів. В кооперативній сфері працює близько 860 тис. осіб по всій Німеччині, а також проводяться інтенсивні тренінгові програми для більш як 35 тис. осіб щороку. Річний оборот від кооперативної діяльності в Німеччині у 2015 р. становив 195 млрд. євро. – це другий за прибутковістю результат у Європі після Франції, кооперативна діяльність якої склала 307 млрд. євро.

Крім того, в п'ятірку найбільших кооператив у Європі за товарооборотом входять два німецьких – REWE group та Edeka-Verbund (табл. 1).

Таблиця 1

Найбільші кооперативи Європи за товарооборотом (млрд. євро)

Кооператив	Сектор	Країна	Товарооборот
Rewe group	Роздрібна торгівля	Німеччина	51
Edeka-Verbund	Роздрібна торгівля	Німеччина	47.2
ACDLEC-E.Leclerc	Роздрібна торгівля	Франція	44.035
Groupe Crédit Agricole	Банківські послуги	Франція	30.24
Système U	Роздрібна торгівля	Франція	23.51

За: [1]

Німецька система кооперації представлена кооперативами трьох рівнів. На первинному або місцевому рівні перебувають сільські товарні та обслуговуючі кооперативи, кредитні кооперативи і промислові. В Німеччині функціонує кооперативна федерація DGRV, яка представляє спільні інтереси кооперативної організації в економіці, правах і податкових політичних справах по відношенню до громадськості. DGRV допомагає своїм членам в їх власних правових питань. DGRV також представляє інтереси своїх членів у питаннях законодавства на національному та на рівні ЄС, а також в Міжнародного кооперативного альянсу (МКА).

Центральні кооперативи в регіонах створили відповідні установи на федеральному рівні:

- Федеральний союз німецьких народних банків і банків Райффайзен (BRV). Він представляє інтереси кредитних кооперативів.

- Німецький союз Райффайзен (DRV), що обслуговує сільськогосподарські збутові, обслуговуючі та виробничі (аграрні) кооперативи Райффайзен.

- Центральна спілка промислових груп (ZGV). Вона представляє інтереси промислових, збутових і обслуговуючих кооперативів, метою яких є стимулювання конкуренції, щоб забезпечити економічну підтримку для своїх членів [2, С. 47-48].

Як спосіб боротьби із світовою фінансовою кризою у 2008 р. в Німеччині утворилися ще 180 нових кооперативів у різних секторах економіки. Основними факторами успіху кооперативів Німеччини в умовах кризових явищ є гнучкість, оперативне реагування на

зовнішні і внутрішні зміни, швидке прийняття рішень, доступ до дешевих кредитів і спрощена процедура створення.

Таким чином, враховуючи досвід Німеччини в організації кооперативної діяльності доцільно запровадити наступні заходи для покращення діяльності в кооперативній системі України [3]: – створення сприятливих законодавчих умов для розвитку різноманітних видів кооперативів як форм економічної самопомогі населення; – активне залучення кооперативів та їх об'єднань до реалізації державних цільових програм, надання державних субсидій та дотацій окремим видам кооперативів та об'єднань при виконанні ними державних програм; – надання державних кредитів під пільгові відсотки на період становлення кооперативу чи об'єднання; – фінансова підтримка наукових досліджень у сфері кооперації, сприяння у виданні монографій, підручників, брошур, посібників та іншої літератури та ін.

Список використаних джерел:

1. Об'єднання Eurocoop [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://coopseurope.coop/about-us/2015-annual-report>.
2. Шинкаренко М. С. Міжнародний досвід організації бухгалтерського обліку в сільськогосподарських обслуговуючих кооперативах / М. С. Шинкаренко // Вісник КНУТД, 2015. № 3 (87). – С. 43-52.
3. Носуліч Т. М. Кооперативна модель соціально-економічного розвитку України в сучасних умовах / Т. М. Носуліч, Ю. Б. Штильова // Економіка. Управління. Інновації. Випуск №2 (10), 2013. – С. 1-12.

Полякова Ю. В.

к.е.н., доцент, декан факультету міжнародних економічних відносин
Львівський торговельно-економічний університет

РОЗВИТОК СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ У КРАЇНАХ ЄС

Споживча кооперація відіграє багато різноманітних функцій у національній економіці країн ЄС, передусім у економічній та соціальній сферах. Вони стосуються розв'язання проблем безробіття на ринку праці, зниження рівня міграції трудових ресурсів, підвищення професійного рівня менеджерів, здійснення інвестування на основі концентрації капіталу, організації товарного обміну, формування виробничої структури, підвищення доходів населення, розвитку зовнішньоекономічних зв'язків.

Серед форм підтримки кооперації у країнах-членах ЄС виділяють наступні:

- оплата праці фахівців кооперативних організацій;
- співробітництво з кооперативними організаціями на ринках;
- законодавчо-інституційна підтримка;
- участь у зміцненні матеріально-технічної бази;
- фінансування складування продукції;
- інформаційно-консультаційне забезпечення.

Як показує досвід, вагоме значення у державах ЄС мають саме сільськогосподарські кооперативи, які виробляють значну частку сільськогосподарської продукції і послуг в аграрному секторі.

Досвід розвитку кооперативного руху провідних країн ЄС активно використовується країнами Центральної та Східної Європи. Загалом у функціонуванні кооперативних організацій країн ЦСЄ можна простежити такі позитиви: державна підтримка; використання інтеграційного потенціалу; підвищення конкурентоспроможності кооперативів на національному та міжнародному рівнях.

Для зміцнення потенціалу та посилення підвищення ролі кооперативних організацій було утворено Європейське кооперативне об'єднання, основною метою якого визначено визнання кооперативів рівноправними партнерами у соціальному діалозі.

Якщо розглянути особливості кооперативного руху у розрізі окремих країн, то можна простежити, що Швеції, наприклад, притаманна динамічність та інноваційність кооперативної діяльності, а також використання сучасних досягнень ведення бізнесу. Загалом споживча кооперація у Швеції побудована на системі самообслуговування та мережах супермаркетів. Споживчі кооперативи також є провідними експортерами заморожених продуктів, а кооперація входить до першої десятки найбільш відомих торговельних компаній країни.

Швейцарія характеризується так званим “некласичним розвитком” споживчої кооперації, коли розширення діяльності відбувалося шляхом відкриття нових магазинів і системи самообслуговування. Кооперативні організації досягли успіху в своїй діяльності завдяки концентрації та укрупнення споживчих товариств, спрямованих на створення єдиних цільових організацій.

Попри помітні здобутки у розвитку кооперативного руху, негативний досвід у організації кооперативної діяльності демонстрували Франція та Німеччина через слабе управління, невміння організувати бізнес, втрату соціальної ролі організацій, відсутність доступної інформації та ін. Проте основними рисами кооперативної діяльності країн ЄС продовжують залишатися диверсифікація та індустріалізація, ринкова конкурентоспроможність, реалізація різноманітних функцій, активізація інноваційної діяльності, значні обсяги підприємницької діяльності, експортна орієнтація та державне стимулювання розвитку.

Розвиток кооперації України перебуває від впливом тенденцій, що відбуваються у міжнародному та європейському кооперативному русі, серед них проникнення кооперації у нові сфери діяльності людства, розвиток багатофункціональних кооперативів, поєднання підприємницької активності у фінансовій сфері, збільшення обсягів діяльності та зростання ролі міжнародної співпраці.

Тому Україні слід враховувати досвід помилок та адаптовувати кращі приклади європейської практики для підвищення конкурентоспроможності кооперативних організацій на внутрішньому ринку та ринках країн-членів ЄС, зокрема, використовуючи можливості, що передбачаються Угодою про Асоціацію між Україною та ЄС.

Рибалко-Рак Л. А.

к.е.н., доцент

Гусаковська Т. О.

к.е.н., доцент

Поставна Л. П.

асистент

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ: ОБґРУНТУВАННЯ ПРОЕКТУВАННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ ВІДПОВІДНО ДО МІЖНАРОДНОГО СТАНДАРТУ ISO

Споживча кооперація України, що виникла ще в 60-ті рр. XIX ст., є вагомим кооперативним організацією у складі Міжнародного кооперативного альянсу з жовтня 1992 р. Теоретичними передумовами розвитку споживчої кооперації у державі стали відомі у світовій практиці дослідження основоположників кооперативного руху: Роберта Оуена, англійського соціаліста-утопіста, який першим запропонував найманим робітникам, службовцям створювати кооперативи задля покращення умов праці та життя; Шарля Фур'є, французького соціаліста, який відстоював доцільність кооперації у промисловості та сільському господарстві; Фердинанда Лассаля, німецького соціаліста, що пропагував створення робітниками власних виробничих асоціацій. Підтримці кооперативної ідеї присвячено праці Є. Бернштейна, Ж. Жореса, Дж. Гелбрейта, Ш. Жида, С. Сімона, К. Маркса, О. Чаянова.

Ринкове середовище, в якому функціонують організації і підприємства системи споживчої кооперації, вимагає посилення ролі та переорієнтації на сучасні принципи управління якістю, які задекларовані в міжнародному стандарті серії ISO, перегляду концепцій управління, застосування нових підходів до оцінки функціонування соціально-економічних систем. На підприємствах, організаціях споживчої кооперації повинен функціонувати новий механізм управління якістю, що забезпечить конкурентоспроможність діяльності, яка відповідатиме запитам споживачів, працівників, пайовиків і інших зацікавлених сторін і зможе відповідним чином реагувати на зміни зовнішнього середовища та прогнозувати ці зміни, приймати оптимальні рішення економічної доцільності у напрямку підвищення конкурентоздатності.

Високий рівень управління якістю дозволить підприємствам і організаціям споживчої кооперації суттєво покращити та оптимізувати свою господарсько-фінансову діяльність, підвищити продуктивність, досягти і стабільно підтримувати високу якість своїх товарів і послуг для задоволення потреб і вимог споживачів, відкрити нові можливості та зберегти вже завойовані сегменти ринку, отримати визнання з боку замовників через процедуру сертифікації, брати участь у тендерах, у тому числі міжнародних, і поставках продукції для державних потреб на вигідних умовах, підвищити конкурентний статус.

Оцінивши характерні особливості сучасного управління якістю в системі споживчої кооперації, можна зробити висновки про практичне виконання переважної більшості функцій управління якістю в процесі функціонування кооперативних підприємств і

організацій без застосування системного підходу до проблеми, що розглядається. Це є резервом удосконалення системи управління підприємств, організацій, за рахунок формування системи управління якістю.

Заходи з реалізації даного проекту створюють можливості для вдосконалення управління підприємств та організацій системи споживчої кооперації та підвищення їх конкурентоспроможності на основі критичного аналізу структури управління, що склалася в споживчій кооперації, планування заходів щодо удосконалення структури управління з метою забезпечення її гнучкості та адаптивності до умов функціонування, підвищення відповідальності працівників за виконання своїх посадових обов'язків, удосконалення організації виконання управлінських рішень, виключення дублювання повторних рішень із одних і тих же питань, вивчення професійних думок та пропозицій працівників.

Проаналізувавши сучасний стан і характеристику інформаційного забезпечення торгівлі споживчої кооперації у сфері управління якістю, можна зробити висновки про наявність значної документаційної бази, що береться до уваги кооперативними організаціями та підприємствами. Основна частина відомостей, що складають інформаційне забезпечення, фіксується в документах. На практиці поряд із затвердженими Укоопспілкою документами застосовується безліч довільних форм, які вимагають уніфікації. В посадових інструкціях і положеннях не завжди конкретизовано методи та терміни виконання конкретних робіт, що додатково створює масиви інших організаційних і регламентуючих документів.

Формування системи управління якістю, інформаційне забезпечення відповідно до міжнародних стандартів ISO створюють додаткові можливості для вдосконалення діяльності підприємств, організацій системи споживчої кооперації за рахунок спрощення процедури створення документів, полегшення сприйняття інформації, яку вони містять, скорочення загальної кількості форм при збереженні необхідної повноти відомостей для прийняття управлінських рішень, забезпечення вільного пошуку документів, створення умов для глибоко вивчення теорії і практики із конкретного питання, стану справ на місцях, пропозицій працівників, досягнення глибокого обґрунтування кожного рішення, що приймається, визначення у всіх випадках термінів, організаційних заходів і персональної відповідальності за його виконання.

Рожило А. А.

аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

ГЛОБАЛІЗАЦІЙНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ КООПЕРАТИВІВ

Сільськогосподарські кооперативи цілком справедливо вважаються найбільш успішним прикладом кооперативної діяльності, якщо брати до уваги частку ринку [1, с. 7-8]. На сьогодні у США налічується понад 4 тис. с/г кооперативів зі щорічним обсягом реалізації продукції понад 100 млрд. доларів, хоча домінують такі великі

кооперативи, як Land O'Lakes, Birds Eye, Sunkist чи Ocean Spray. У Канаді на кооперативи припадає 40% обсягів аграрного виробництва. В Японії с/г кооперативи за обсягом виробництва не поступаються США, створюючи інтегровану систему маркетингу, постачання, кредитування та страхування. У Новій Зеландії діють лише 49 кооперативів, але на їхню частку припадає 70% аграрного експорту. В Австралії кооперативи домінують на ринках молочних продуктів, рису та риби. В європейських країнах до с/г кооперативів належать близько 14 млн. осіб. Через німецький кооператив Raiffeisen реалізовується понад половину продаж та закупівель фермерських господарств, а в Австрії цей показник сягає 60%. Не викликає сумніву домінування кооперативів у виробництві молока: Франція – 52%, Словенія – 72%, Бельгія – 80%, Нідерланди – 75%, Велика Британія – 90%, Норвегія – 99%.

Глобалізація в усіх її проявах (інтенсивніший товарообмін, рух капіталу, співпраця, обмін знаннями, міграція робочої сили) створює чимало серйозних викликів для кооперативів у аграрному секторі. По-перше, обмежуються можливості кооперативів як засобу промислової обробки та продажу власної (фермерської) продукції, адже на ринку з'являються дешевші імпортні товари, а це знижує прибутковість виробничої діяльності. По-друге, інтенсивніша конкуренція вимагає змін в організації діяльності, а це може послаблювати засади кооперативної діяльності. Як зауважено на прикладі аграрних кооперативів США [5], глобалізація передбачає інтернаціоналізацію діяльності, а цьому об'єктивно перешкоджають багатоплановість інтересів кооператорів, прив'язаність до місцевих ресурсів та соціальних груп, які конфліктують з реаліями підвищеного ризику і довгострокового характеру зарубіжних інвестицій, не кажучи про мовні та інші перешкоди. По-третє, зростають вимоги до капіталоозброєності виробничого процесу. Нарешті, багатіші країни відмовляються від фінансової підтримки сільського господарства. У вересні 2003 р. чималий резонанс отримало самогубство у мексиканському м. Канкун корейського фермера Лі Кін Хо, який протестував проти неоліберальної глобалізації та діяльності Світової Організації Торгівлі (СОТ).

Водночас глобалізаційні процеси мають декілька переваг. Доступ до дешевшої сировини за кордоном – це лише одна з них. До інших переваг належать можливості збільшення експорту та залучення іноземних пайовиків, що повинно полегшити доступ на зовнішні ринки. Приміром, найбільший американський кооператив Land O'Lakes здійснює інвестиції у багатьох країнах, що розвиваються, а одночасно продає за кордон молочні продукти і корми для тварин. Кооператив Harvest States упродовж тривалого часу експортує пшеницю та зернові продукти, а останнім часом почав створювати спільні підприємства з приватними компаніями задля реалізації виробленої продукції, передусім у сусідній Мексиці. Кооператив Farmland Industries збільшує обсяги експорту зернових, насіння соняшника, кормів для тварин, м'яса яловичини і свинини, мінеральних добрив.

Не менш переконливим є приклад Данії, яка належить до грона промислово розвинених країн, а одночасно є великим експортером сільськогосподарської продукції, в тому числі за участю кооперативних організацій. Кооперативи повністю домінують у виробництві свинини (96% ринку), молочної продукції (93%), зерна і кормів (60%). Водночас практично зникли кооперативи у сфері виробництва цукру та курятини. Зі 100 найбільших агропромислових компаній 52 мають кооперативну форму власності. Останнім часом великі кооперативи Данії все частіше використовують іноземну сировину та

можливості перенесення частини виробничої діяльності за кордон [2, с. 249-257]. Для декількох найбільших кооперативів обсяги виробництва за кордоном перевищили обсяги внутрішнього виробництва. Нестача капіталу компенсується за допомогою угод про постачання (*англ.* supply commitment), але це не знімає з порядку денного потреби в збільшенні капіталу. При цьому важливою перевагою розглядається репутація кооперативів як надійних позичальників. З іншого боку, так звані кооперативи “нової генерації” намагаються залучати капітал фермерів. У інших країнах практикується створення філій кооперативних організацій, де співвласниками виступають зовнішні інвестори, або надання місцевим інвесторам можливостей для збільшення капіталу кооперативних організацій, проте у більшості випадків фермери прагнуть зберегти контроль за власним бізнесом [1, с. 8].

Загалом для сучасної України становить підвищений інтерес вивчення досвіду країн Північної Європи, де сільськогосподарські кооперативи набули значного поширення. Приміром, у Швеції на частку кооперативів припадає 37% виробництва аграрної продукції. У Фінляндії кооперативи виробляють 79% аграрної продукції і 31% продукції лісової галузі. Коли від початку 1990-х років з’явився серйозний конкурентний тиск, зокрема у зв’язку з глобалізацією та лібералізацією економічного середовища, с/г та лісові кооперативи зосередилися на збільшенні доданої вартості з метою посилення позицій на власних ринках, які досить часто мали обмежений (або “нішовий”) розмір. На основі практичного досвіду було виокремлено три стратегічних напрями для зміцнення конкурентних переваг: організаційний, майновий, комерційний. З’явилося усвідомлення того, що кооперативи повинні бути настільки ж ефективними економічно і організаційно, як їхні конкуренти. Для цього стало необхідним використання сучасних ділових практик, як логістика та управління ланцюгом постачання (*англ.* supply chain management). Працюючи глобально, фінські виробники меблів та аграрної продукції змушені рахуватися з інтенсивною конкуренцією на зарубіжних ринках.

Експортна орієнтація розглядається ключовим елементом становлення екологічних кооперативів у Сербії, хоча визнається брак належної інформації та розуміння відповідних цілей [4, с. 197-201]. Відновлення кооперативного руху в Сербії підсилюється процесом модернізації аграрного сектора. Зазвичай екологічний кооператив об’єднує від 10 до 20 осіб, які спеціалізуються на вирощуванні с/г культур з використанням природних добрив, природних засобів охорони рослин від шкідників і технологій, що не шкодять природному середовищу. Ставиться за мету отримання глобальних переваг в екологічному (і прибутковому) с/г виробництві на основі наявних земельних та водних ресурсів. Важливо, що новостворені кооперативи створюють передумови для розвитку супутніх видів діяльності, як туризм, місцева промисловість, освіта. Переорієнтації на ведення екологічного сільського господарства сприяють семінари для кооператорів та членів їхніх сімей.

Потрібно визнати, що швидкість та глибина запропонованих змін значною мірою залежать від академічної підтримки відповідних ініціатив, яка повинна допомогти у формуванні належної суспільної підтримки. У такому контексті не можна не зауважити, що навіть у Фінляндії – країні, що займає лідируючі позиції у кооперативному будівництві, з року в рік в академічному середовищі слабне увага до кооперативної тематики. Як виявив

аналіз підручників з економіки в Університеті Хельсінки за період 1905-2005 рр., різноманітні аспекти діяльності кооперативів висвітлювалися набагато ширше у довоєнний період [3, с. 625-647]. Передусім це стало наслідком домінування неокласичного аналізу, який ігнорує інституційні аспекти діяльності кооперативних організацій у вирішенні соціальних проблем. На сьогоднішній день постала необхідність повернутися до передвоєнних акцентів в економічній професії і це може бути не меншим викликом, ніж вдосконалення роботи аграрних кооперативів як таке.

Список використаних джерел

1. Birchall J. *Cooperatives and the Millennium Development Goals*. – Geneva: International Labour Office, 2004. – 101 p.
2. Hansen H. O. *Agricultural cooperatives and globalization: A challenge in future?* // 17th International Farm Management Congress. – Bloomington/Normal, Illinois, USA: International Farm Management Association, 2009. – P. 249-257.
3. Kalmi P. *The disappearance of cooperatives from economics textbooks* // *Cambridge Journal of Economics*. – 2007. – Vol. 31. – P. 625-647.
4. Kolin M. *The evolution of co-operative principles and the emerging Third Sector activities in Serbia* // *Trends and challenges for cooperatives and social enterprises in developed and transition countries* / C. Borzaga, R. Spear (eds.). – Trento: Edizioni31, 2004. – P. 197-201.
5. Seipel M., Heffernan W. *Cooperatives in a Changing Global Food System* // *FIBS Research Report 157*. – Washington: United States Department of Agriculture; University of Missouri-Columbia. – 16 p.

Семів Г. О.

к.е.н.

Національна академія сухопутних військ імені
гетьмана Петра Сагайдачного

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ КООПЕРАТИВІВ НА ЗАРУБІЖНИХ РИНКАХ МОТОРНОГО ПАЛЬНОГО

Одним із чинників високої конкурентоспроможності кооперативних підприємств та організацій зарубіжних країн є постійна диверсифікація господарської діяльності, формування багатoproфільних кооперативів шляхом комбінування функцій маркетингу, матеріально-технічного постачання і сервісу. Останнім часом провідні світові кооперативи активізують свою діяльність на ринку моторного пального, тим самим суттєво підвищуючи власні прибутки, зменшуючи видатки і забезпечуючи вищий рівень обслуговування членів кооперативів та клієнтів.

Серед провідних кооперативів світу простежується тенденція до виходу на ринок світлих нафтопродуктів в якості самостійного учасника. Так, найбільша у світі кооперативна мережа супермаркетів ACDLEC-E.Leclerc (Франція), що має оборот близько 60 млрд Євро, володіє власною мережею із 630 АЗС. Окрім продажу бензину, дизельного пального та зрідженого газу за доступними цінами, ця кооперативна мережа АЗС пропонує широкий перелік послуг для своїх клієнтів, а саме послуги магазину та

ресторану, зони сімейного відпочинку, автомийки, електронних терміналів, доступу до Інтернету, обміну валют тощо. Звернемо увагу, що ця кооперативна група є одним із лідерів з запровадження продажу біопального на ринку Франції та широко пропагує ідеї “зеленої” енергетики.

Третій за величиною у світі аграрний кооператив CHS Inc. із США (оборот понад 40 млрд. дол. США, прибуток – понад 1 млрд. дол. США у 2015 р.) створив вертикально-інтегровану нафтову компанію, яка самостійно забезпечує видобуток нафти, володіє нафтопроводами, 2-ма потужними нафтопереробними заводами та мережею із 1400 точок роздрібної торгівлі нафтопродуктами під торговельною маркою Csepex. Ця кооперативна агрокомпанія приділяє значну увагу розвитку поновлювальної енергетики і є сьогодні одним з найбільших у США постачальників бензину, збагаченого етиловим спиртом, та найбільшим постачальником біодизельних сумішей, забезпечуючи ефективну взаємодію між хліборобами, виробниками етилового спирту та виробниками сумішей біопального.

У країнах Євросоюзу чинниками успішної діяльності сільськогосподарської кооперації на ринку моторного пального є не лише високий рівень державної підтримки, застосування сучасних технологій у рослинництві та тваринництві, 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 в межах певного регіону, яка базується на їх взаємодії у спільному вирішенні проблем раціонального та ефективного використання сільськогосподарської техніки, що є їх приватною власністю. Французька система спільного використання сільськогосподарської техніки типу CUMA об'єднує у Франції близько 13 тис. таких об'єднань, що обслуговують 260 тис. сільськогосподарських товаровиробників. 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. Завдяки використанню таких організаційних структур, виробники аграрної продукції отримують можливість: зменшити витрати на закупівлю нафтопродуктів за рахунок формування замовлень на великі партії пального для сільськогосподарської техніки; підвищити ефективність управління закупівлями та логістики при постачанні пального завдяки використанню сучасних систем управління господарською діяльністю.

Підсумовуючи зазначимо, що для України необхідно активно використовувати досвід діяльності європейських кооперативів на ринках світлих нафтопродуктів. Практично це можна реалізувати за рахунок реалізації проектів іноземної технічної допомоги. При цьому міжнародну технічну допомогу доцільно залучати у проекти обміну досвідом заснування та розвитку діяльності машинних рингів, систем спільної експлуатації сільськогосподарської техніки та постачальницьких кооперативів, підвищення кваліфікації та навчання вітчизняних керівників кооперативів за кордоном, популяризації ідей розвитку кооперативних банків серед представників виконавчої та законодавчої влади, населення, проведення широкомасштабних наукових та прикладних досліджень щодо адаптації та можливостей впровадження досвіду діяльності

європейських аграрних кооперативів на ринку нафтопродуктів. При цьому особлива увага повинна приділятися співпраці з такими потужними фінансовими донорами, як різноманітними проектами розвитку та комітетами ООН, фондами технічної допомоги Євросоюзу, урядами європейських країн, МБРР та ЄБРР.

Семів С. Р.
к.е.н., доцент,
Клок В. І.
аспірант,
Швець Ю. О.
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

РОЛЬ МІЖНАРОДНИХ ІНСТИТУЦІЙ У РОЗВИТКУ ЖИТЛОВО-БУДІВЕЛЬНИХ КООПЕРАТИВІВ

В умовах циклічних проявів світових економічних криз у постсоціалістичних країнах посилюється проблема забезпечення населення доступним житлом. Особливо гострою ця проблема стоїть перед молоддю, яка чи не найгостріше відчуває негативний вплив соціально-економічної ситуації в країні, що проявляється у посиленні безробіття та бідності, зростанні рівня цін та падінні реальних доходів населення. Як свідчить позитивний зарубіжний досвід, одним із шляхів вирішення цих проблем є створення та державна підтримка діяльності житлово-будівельних кооперативів.

У світовому масштабі кооперативна модель діяльності у сфері житлового будівництва виявилась досить життєздатною і ефективною. Сьогодні у світі понад 20 мільйонів осель знаходяться у житлових кооперативах, які функціонують у більш ніж 60 країнах Африки, Азіатсько-Тихоокеанського регіону, Північної та Південної Америки і Європи. Про поширення житлово-будівельної кооперації свідчать такі конкретні факти:

- 27 мільйонів європейців живуть у кооперативних будинках, учасниками житлових кооперативів є 29% польського населення, а також 33% населення Єгипту;
- у Туреччині на кооперативи припадає 25% всього житлового фонду (1,4 млн будинків), у Швеції – 22% (998 тис. будинків), Польщі – 19% (2,6 млн будинків), Норвегії – 15% (261 тис. будинків), Пакистані – 12% (2,3 млн будинків), Німеччині – 10% (2,2 млн будинків), Австрії – 8% (368 тис. будинків).

В кожній із вищезначених країн функціонують національні організації, які об'єднують житлово-будівельні кооперативи, надають їм широку інформаційну та організаційну підтримку.

На міжнародному рівні розвиток житлово-будівельної кооперації координується і підтримується окремим секторальним підрозділом Міжнародного кооперативного альянсу (МКА) – Міжнародною організацією з кооперативного житлового будівництва (Co-operative Housing International – CHI). Як глобальна організація для житлово-будівельних кооперативів, членами якої є 19 країн, CHI має три основні цілі:

- об'єднати кооперативи і організації взаємної допомоги у сфері житлового будівництва по всьому світу через членство в СНІ;
- представляти інтереси кооперативів і організацій взаємної допомоги у сфері житлового будівництва шляхом підтримки членів на місцевому, регіональному і глобальному рівнях;
- обслуговувати членів СНІ, надаючи платформу для обміну знаннями та досвідом.

На практиці діяльність цієї організації проявляється в наданні консультативної допомоги та підтримці своїх членів; організації та проведенні семінарів, обміні передовим досвідом при реалізації конкретних глобальних проєктів; підтримці стійких методів ведення лісового господарства; впровадженні ефективних інструментів управління. При цьому важлива увага приділяється поширенню інформації про переваги і можливості кооперативного житлового будівництва, допомогти своїм членам з нових держав ЄС та країн з перехідною економікою у сфері вдосконалення кооперативного законодавства, забезпеченню належної підтримки кооперативного житлового будівництва з боку інституцій Євросоюзу, співпраці з іншими регіональними та міжнародними організаціями, мандат яких сприяє сталому розвитку населених пунктів.

Підсумовуючи зазначимо, що в Україні лише 33% молодих родин забезпечені власним житлом. У зв'язку з цим Всеукраїнська асоціація “Укрмолодьжитло” та Державний фонд сприяння молодіжному житловому будівництву неодноразово виступали з спільними ініціативами подальшого розвитку молодіжного житлового будівництва в Україні на основі організації діяльності молодіжних житлових будівельних кооперативів. Вказане вимагає поглиблення співробітництва цих вітчизняних інституцій із зарубіжними у сферах отримання передового зарубіжного досвіду та інформаційної й організаційної підтримки, зокрема завдяки участі у програмах міжнародної технічної допомоги.

Соколова А. М.

к.е.н., доцент

ВНЗ Укоопспілки “Полтавський університет економіки і торгівлі”

КООПЕРАТИВНИЙ КЛАСТЕР ЯК ЕФЕКТИВНА МОДЕЛЬ РОЗВИТКУ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Процес глобалізації, що супроводжується радикальними змінами і зрушеннями у всіх сферах суспільного життя, вимагає від споживчої кооперації України впровадження нових методів ведення господарської діяльності з метою підвищення рівня її ефективності господарювання та конкурентоспроможності. Глобалізаційна міжнародна інтеграція передбачає собою створення на міжнародному, національному та місцевому регіональному рівнях таких виробничих елементів як мережі, альянси, кластери. Привабливість кластерів полягає в тому, що в кластер можуть об'єднуватися підприємства різних галузей діяльності: фінансів, виробництва, науки, аграрного сектора для комплексного виконання поставлених цілей при збереженні незалежності та гнучкості кожного об'єкту. Кластеризація через принципи одночасної кооперації і конкуренції сприяє зростанню продуктивності праці завдяки можливості посилення процесу спеціалізації та розподілу праці між підприємствами,

зростанню обсягу інформації та ідей для обміну між підприємствами, також стимулюванню конкуренції і інновацій, зниженню витрат на одиницю продукції та збільшенню прибутковості організацій-членів, що є економічним ефектом кластеру [1]. Позитивний ефект дії кластерів на розвиток бізнесу в регіоні обумовлене забезпеченням підприємств-учасників високим ступенем спеціалізації, стимуляції до створення нових фірм, які обслуговують конкретну ринкову нішу, при невисокому рівні вертикальної інтеграції всередині кластера. Тож в сучасних умовах господарювання доцільно розглянути кластерний підхід для розвитку споживчої кооперації України. Відмінності кластерів від мереж – відкрите членство, соціальні цінності, довіра між учасниками, взаємодія кооперації і конкуренції, комплексне виконання задач [1] схожі із принципами кооперації, що доповнює доцільність об'єднання кооперативних підприємств в кластери.

Національний кооперативний рух є стратегічно важливою галуззю розвитку нашого суспільства, але незважаючи на його велике соціально-економічне значення для країни, складне фінансово-економічне і соціальне становище цієї сфери, не стимулює суб'єктів підприємницької діяльності інвестувати кошти в її інноваційний розвиток. Висока ресурсомісткість, низький рівень механізації та автоматизації виробничих процесів, недосконалі системи маркетингу та менеджменту, низька продуктивність праці, занепад галузі заготівель, проблеми цінової політики торгової мережі сприяли різкому зниженню обсягів діяльності, скороченню чисельності і погіршенню фінансових показників діяльності підприємств і організацій споживчої кооперації. Аналогічні проблеми характерні і для сільськогосподарської та кредитної кооперації. Тому одним із напрямків підвищення конкурентоспроможності всіх видів кооперації України стає створення на базі споживчої кооперації кластеру, який на регіональному рівні зможе об'єднати матеріальні, грошові та трудові ресурси всіх видів кооперативів.

Кластерний підхід організації господарської діяльності кооперативного сектору економіки дозволить об'єднати зусилля споживчої, кредитної та сільськогосподарської кооперації для вирішення задач по підвищенню життєвого рівня сільського населення, відродження сільськогосподарського виробництва, соціального устрою села.

Особливо вигідною буде співпраця трьох основних видів кооперації при створенні кредитних спілок та обслуговуючих (виробничих) кооперативів у складі вже наявних споживчих спілок (райСТ), з їх членами, ресурсами та готовою матеріально-технічною базою. В ролі інтегратора кооперативного сектору економіки України може виступити система споживчої кооперації, оскільки вона є найбільш організованою і найпоширенішою. Наступними умовами є наявність інтеграційної ідеї та інтеграційних мотивів, вигоди яких є в поєднанні інтересів, засобів та ресурсів всіх видів кооперації, заохочення інвестицій для покращення обслуговування членів, а також наявність фінансових і трудових ресурсів та кваліфікованого персоналу. Отже, всі перелічені умови для здійснення інтеграційних процесів споживчої, кредитної та сільськогосподарської кооперації у нас можливі для виконання.

Оскільки у складі споживчої кооперації знаходяться переважно малі та середні підприємства, які в умовах кризи опинилися поза межами кредитування фінансовими установами України, через ризики, які спричиняються фінансовою нестабільністю підприємств Укоопспілки та значну залежність сільськогосподарських кооперативів від

природно-кліматичних умов, поєднання інтересів з кредитною кооперацією є дуже актуальним.

Ефективним фактором підвищення конкурентоспроможності кластерів буде заснування обслуговуючого (виробничого) кооперативу з максимальним залученням ресурсного потенціалу підсобних господарств членів райспоживспілки (райСТ), а також їх земельних паїв за мінімальну орендну плату. Можливими напрямками співпраці споживчого товариства (спілки) з сільськогосподарськими кооперативами (ферма, мельниця тощо) у складі кластера може бути оренда засобів матеріально-технічної бази системи з метою закупки великого об'єму сільгосппродукції з мінімальною націнкою для галузей торгівлі, ресторанного господарства і кооперативної промисловості.

Основними проблемами створення кластерів в Україні, на наш погляд, є недостатність знань та недостатня поінформованість органів влади у сфері застосування кластерного підходу, відсутність фінансової та організаційної підтримки кластерів в державі, низький рівень науково-дослідних робіт даного питання та відсутність кадрового забезпечення з урахуванням специфіки управління кластерних організацій тощо.

Отже, застосування методики кластерів до розвитку споживчої кооперації України в умовах глобалізації сприятиме збільшенню її ролі в житті суспільства, підвищенню інноваційної діяльності, збільшенню продуктивності і рентабельності галузі, що одночасно підвищить реальні доходи, рівень обслуговування та життя сільського населення і суспільства у країні в цілому.

Список використаних джерел

1. Соколенко С. І. *Виробничі системи глобалізації: Мережі. Альянси. Партнерства. Кластери: Укр. контекст.* – К.: Логос, 2002. – 645 с.

Філіпенко А. С.

д.е.н., професор

Інститут міжнародних відносин

Київського національного університету імені Тараса Шевченка

ГЕНЕТИЧНІ КОРИННЯ НАРОДНОЇ, СОЛІДАРНОЇ ЕКОНОМІКИ

Складна українська історія свідчить про те, що за всіх часів головним джерелом економічного поступу був народ, витворюючи власні прийоми, знаряддя, інституції, та асимілюючи матеріальні та духовні здобутки інших націй. Народні витoki сягають епохи Трипільської культури, тобто початку У тисячоліття до н.е. Упродовж першої половини У тисячоліття трипільці освоїли простір від південно-східних відрогів Карпат до Південного Бугу, поглинувши носіїв Бузько-Дністровської культури і частково культури лінійно-стрічкової кераміки. Порівняно з іншими землеробськими культурами Трипільська залишила по собі найяскравіший слід у давній історії України. Це дало підстави поглибити корені українського народу до часів існування цієї культури.

Отже, генетичну основу розвитку народної, солідарної економіки становлять такі

головні складові: соціально-історичні (соціально-економічний устрій Київської Русі та Запорозької Січі, Української козацької держави Богдана Хмельницького, Української Народної Республіки, відсутність великого соціального розшарування між представниками української нації протягом останніх 1000 років); ментальні (народний світогляд: вільнодумство, індивідуалізм, честь, гідність, справедливість); високий рівень освіченості населення; відсутність взаємовідносин роботодавця – найманий працівник за радянських часів; широка інформатизація сучасного економічного життя (соціальні мережі) та ін.

Народна, солідарна економіка спирається на три основоположні принципи: народний світогляд, народний суверенітет та солідарність. Народність є своєрідністю кожного народу, що зумовлена його історичним розвитком, географічними, економічними, політичними та іншими умовами його життя. Народність – це національна самобутність народу і проявляється вона в його характері. Близьким до народності є й народознавство як наука про життя, звичаї та обряди й духовну творчість народу. “Бо ж пізнати народ, – писав І. Франко, – то значить пізнати людей, що мешкають на певній території, а також пізнати їхнє нинішнє і минуле становище, їхні фізичні і розумові особливості, їхні інститути й економічне становище, їхні торговельні відносини й інтелектуальні зв’язки з іншими народами” [1]. М. Ковалевський, посилаючись на Кніса, стверджує, що народне господарство не являє собою в дійсності чогось ізольованого, самобутнього; воно – економічна сторона народного життя [2]. Д. Чижевський розглядає український народний характер і світогляд. “Народний світогляд, – пише він, – є національно-зумовлене становисько даного народу до світу та життя. Він виявляється і в тім, що цей народ в світі любить, чого в житті він уникає, що в людині найвище оцінює, до чого ставиться негативно і т. д.” [3].

Інша складова народності – народний суверенітет – означає, що народу належить вся суверенна повнота влади на території країни, право самому вирішувати свою долю безпосередньо або через представницькі органи, брати участь у реалізації політики своєї держави, контролювати діяльність органів державної влади. У даному визначенні акцент робиться на взаємовідносинах громадянина і держави. Натомість економічний аспект народного суверенітету передбачає наявність економічних прав у контексті вільного доступу до різноманітних ресурсів на ринкових засадах, володіння власністю, участю в розподілі створюваного продукту тощо.

Солідарність як третя фундаментальна риса народної економіки асоціюється, насамперед, з визначеннями Е. Дюркгейма про органічну солідарність, що ґрунтується на суспільному поділі праці. Сучасний варіант солідарності доповнено такими ознаками, як справедливість, гідність, добровільна співпраця, рівноправ’я, взаємодопомога, особиста безпека тощо. Подолання періодичних трансформаційних криз економічного та політичного характеру можливе тільки на основі здійснення широкомасштабної, докорінної модернізації економіки і суспільства в Україні на основі суспільної солідарності.

Список використаних джерел

1. Франко І. Найновіші напрямки в народознавстві. / Збір. тв. у 50-ти т. – Т.45. – К., 1986, с. 254.
2. Див.: Ковалевський М. М. Социология. – СП б., 1997, с. 123.
3. Чижевський Д. Філософські твори у чотирьох томах. Том І.- К., 2005, с. 14.

ВИКОРИСТАННЯ ЗАРУБІЖНОГО ДОСВІДУ ДІЯЛЬНОСТІ СИСТЕМ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ: ВИКЛИКИ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Провідною ціллю подальшого розвитку багатофункціонального кооперативного сектора національної економіки є реалізація наявних можливостей споживчої кооперації та ефективне використання її потенціалу для підтримки соціальної орієнтації вітчизняної економіки та подальшого економічного зростання.

В умовах ринкового середовища, жорсткої конкуренції, глобалізації та інтернаціоналізації економіки перспективи розвитку споживчої кооперації України важливим є використання досвіду кооперативного руху в країнах з розвиненою і перехідною економікою. Відомо, що всі процеси, які характеризують міжнародний кооперативний рух на сучасному етапі, сформувалися з урахуванням досвіду розвитку кооперативів в країнах світу в процесі глобалізації. Українська кооперація повинна використовувати досвід цих країн і спостерігати за тенденціями, які відбуваються у сфері міжнародної кооперації.

Через подібність економічних систем України та країн Східної та Центральної Європи, досвід позитивних тенденцій кооперативного сектору даних країн найчастіше пропонується у вітчизняних реаліях. Так, на основі аналізу досвіду країн Балтії, Польщі, Угорщини, Болгарії у 2013 році розпочато широкомасштабну Програму реформування системи з метою адаптації споживчої кооперації до умов ринкової економіки та збереження цілісності, єдності та соціальної спрямованості системи. В рамках даної програми стартував проєкт створення власної оптово-логістичної мережі “СООР-Україна”, що дав змогу забезпечити значне поліпшення обслуговування населення та підвищити ефективність фінансово-господарської діяльності. Проте, ряд важливих питань лишається поза увагою. Тому, значної уваги серед зарубіжних кооперативних рухів заслуговує кооперативний рух ряду західноєвропейських країн, таких як Швеція, Італія, Швейцарія, Німеччина та ін. (табл. 1).

Виходячи з проаналізованого досвіду, для подальшого розвитку системи споживчої кооперації України важливим є запозичення ряду різносторонніх складових успіху європейських країн, серед них: справедливий розподіл прибутку між членами, неприпустимість збагачення одного члена кооперативу за рахунок іншого; обов'язковість платежів до фондів згідно зі статутом; модернізація технологій та методів ведення бізнесу; введення податкових пільг; концентрація та укрупнення, що полягає у злитті різних видів і галузей кооперативів з перспективою створення єдиних цільових організацій.

Важливо, що країни ЄС досягли таких позитивних результатів у сфері кооперації завдяки суттєвій державній підтримці кооперативів та досвіду розвитку кооперативного сектора економіки в країнах ЄС. В Україні державні органи не приділяють належної уваги значенню кооперативного сектора для економіки країни. Взаємодія з загальнодержавними

Таблиця 1

Зарубіжний досвід діяльності систем споживчої кооперації

Країна	Основні характеристики	Принципи діяльності та складові успіху
Швеція	Динамічність та інноваційність кооперативної діяльності, використання найсучасніших технологій і методів бізнесу; базування на системі самообслуговування та системі супермаркетів.	Демократичний характер управління, заснований на рівноправності всіх членів і принципах демократичної побудови організаційної структури кооперативів; неприпустимість збагачення одного чле- на кооперативу за рахунок іншого, справедливий розподіл прибутку між членами, а саме пропорційно до їх економічній діяльності; обов'язковість відрахувань до фондів згідно зі статутом; відсоток нарахувань на пайовий капітал у разі розподілу прибутків має бути суворо обмежений.
Італія	Розквіт споживчої кооперації країни відбувся в середині 80-х рр, тісні зв'язки з коопераціями інших країн; значна ніша у мережі супермаркетів країни.	Обмежений розмір сукупного паю; розмір мінімального статутного фонду не фіксується (принцип відкритих дверей); одна людина – один голос незалежно від розміру паю; регульований соціальний склад; наявність податкових пільг.
Швейцарія	Розширення кооперативної діяльності в країні відбувалося шляхом відкриття нових магазинів і системи самообслуговування; здійснення концентрації та укрупненню споживчих товариств.	Концентрація і укрупнення з перспективою створення єдиних цільових організацій; демократичної побудови організаційної структури кооперативів; відмова від отримання дивідендів; політика низьких цін.

та регіональними органами управління в Україні передбачає внесення змін і доповнень у чинні закони та нормативні акти, що стосуються надання привілеїв підприємствам споживчої кооперації (залежно від статусу території їх діяльності та рівня виконання ними соціальних функцій). Українські кооперативи повинні будувати співробітництво з органами влади на спільних угодах (наприклад, співпрацювати у сфері державних замовлень на продукцію кооперативних підприємств), що сприятиме досягненню високих результатів їх діяльності та виконанню декларованих соціальних функцій.

ІНСТИТУЦІЙНІ ЗАСАДИ КООПЕРАТИВНОГО РУХУ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Сучасні міжнародні економічні відносини розвиваються в умовах динамічних глобальних трансформаційних процесів, визначених глобалізацією як невід'ємним чинником впливу на світову економіку 21-го ст. Глобалізаційні тенденції створюють об'єктивні реалії, в яких змушені функціонувати всі національні економіки, в той час як наслідки їх впливу на ту чи іншу країну можуть бути як позитивними, так і негативними.

Тож на сучасному етапі особливого значення набуває розвиток кооперативних форм господарювання. Створюючи нові робочі місця, забезпечуючи зайнятість та зростання доходів населення, кооперативи сприяють розвитку регіональних і національних ринків, а відтак допомагають згладити негативні прояви глобалізаційних процесів. Світовому кооперативному руху в нових умовах вдалося зберегти позитивну динаміку розвитку, наростити кількісні показники кооперативних господарств та їх учасників. Збільшуються масштаби кооперативної діяльності, дедалі активнішим є співпраця кооперативів на національному й міжнародному рівнях. По-суті, кооперацією охоплені всі сфери суспільного життя: це торгівля, сфера обслуговування, освіта, охорона здоров'я, спорт, туризм тощо.

Міжнародне співробітництво кооперативних організацій здійснюється на підставі спеціальних партнерських угод, а також за підтримки міжнародних кооперативних організацій. Світовим центром кооперативного руху, який об'єднує, представляє, обслуговує кооперативи та координує їхню діяльність, є Міжнародний кооперативний альянс.

Міжнародний кооперативний альянс – це міжнародна неурядова організація, яка об'єднує національні й регіональні союзи та федерації споживчих, сільськогосподарських, кредитних та інших кооперативів. Заснована вона 1895 р. у Лондоні, і на той час її створення означало вихід кооперативного руху на світову арену у середовище міжнародних економічних відносин.

Міжнародний кооперативний альянс мав на меті сприяти розвитку співробітництва між коопераціями різних країн. В умовах глобалізації він є впливовою економічною і політичною силою, яка сприяє глобальному розвитку кооперативного руху, пропагує цінності та принципи кооперації, піклується про дотримання соціальних стандартів життя людей, економічний і соціальний прогрес.

Підставою діяльності альянсу є Статут, прийнятий Генеральною Асамблеєю 6 червня 2008 р. (набув чинності 1 січня 2009 р.), зі змінами, внесеними Генеральною Асамблеєю 20 листопада 2009 р. Згідно статуту, основними його цілями є:

- 1) сприяння світовому кооперативному руху, що базується на принципах взаємодопомоги та демократії;
- 2) підтримка та захист кооперативних цінностей та принципів;

3) сприяння розвитку економічних та інших взаємовигідних стосунків між організаціями-членами;

4) сприяння міжнародному миру і безпеці шляхом підтримки сталого людського розвитку, економічного і соціального прогресу народів;

5) сприяння досягненню рівності між жінками і чоловіками в процесі прийняття рішень та в іншій діяльності в межах кооперативного руху.

Міжнародний кооперативний альянс співпрацює з міжнародними організаціями ООН, Міжнародною організацією праці (МОП) та має консультативний статус при Економічній і Соціальній раді ООН та ЮНЕСКО.

Слід зазначити, що у 1992 р. повноправним членом Міжнародного кооперативного альянсу стає Центральна спілка споживчих товариств України, маючи на меті розвинути сектор споживчої кооперації до ознак і стандартів аналогічних європейських структур. Тож наша вітчизняна кооперація нині є невід'ємною складовою світового кооперативного руху, що відкриває шлях до міжнародних зв'язків українським кооператорам.

Досвід провідних країн світу, визначення можливостей його адаптації і впровадження в українську підприємницьку практику дозволить посилити конкурентоспроможність кооперативних господарств в Україні. Тому в сучасних умовах нам необхідно розширювати участь вітчизняних кооперативних підприємств в програмах міжнародного кооперативного співробітництва.

Шевчук С. В.
аспірант

Львівський торговельно-економічний університет

КОНЦЕПЦІЯ “ДОПОМІЖНОЇ” ВАЛЮТИ, КООПЕРАТИВНИЙ РУХ І РЕГІОНАЛЬНИЙ РОЗВИТОК

Однією з цікавих ідей, що виникла на перетині проблематики глобалізації, стійкого економічного зростання і кооперативного руху, є пропозиція запровадження так званої “допоміжної” валюти (*англ. complementary currency*), яку впродовж багатьох років популяризує бельгійський економіст В. Літер (Bernard Lietaer). Йдеться про використання декількох альтернатив для офіційної грошової одиниці, що повинно сприяти досягненню рівноваги попиту і пропозиції, а відповідно – максимально повному використанню виробничих потужностей. Найбільш поширеним є запровадження місцевих локальних (регіональних) торговельних систем (*англ. the local exchange trading systems – LETS*). За останні декілька десятиліть реалізовано понад 30 таких ініціатив у Німеччині, Австрії, Швейцарії, Південній Кореї.

Головна задумка полягає у тому, щоб за допомогою альтернативного засобу розрахунків стимулювати такі соціально-економічні процеси, які не можуть ефективно розвиватися за умов обслуговування офіційною валютою і таким чином нейтралізувати негативні наслідки глобалізації загалом та грошово-боргової системи зокрема, що стимулюють нерівномірний розподіл багатства і розширення “розриву” між регіонами.

Конкретна мотивація доволі багатопланова: 1) стимулювання довгострокових інтересів, що найбільше відповідає філософії сталого економічного розвитку, 2) обмеження спекулятивних процесів, 3) зміцнення регіональних економічних комплексів.

Логіку невідповідності коротко- і довгострокових інтересів вдало ілюструє приклад німецьких економістів Стефана Брунхубера і Харальда Клімента, які розраховували поточну вартість двох дерев – сосни і дуба. Приймаючи вартість кредитних ресурсів на рівні 5%, десятирічна сосна вартістю 100 доларів матиме для потенційних інвесторів поточну вартість на рівні 61 долар ($61 = 100 / 1,05^{10}$), а сторічний дуб вартістю 1000 доларів – лише 7.60 долара ($7,6 = 100 / 1,05^{100}$) [2, с. 75-86]. Висновок простий: приватні інвестори віддають перевагу короткочасним проектам. Поява “допоміжної” валюти має на меті створення такої ситуації, коли для потенційного інвестора поточна вартість сосни становитиме 167 доларів ($167 = 100 \cdot 1,05^{10}$), а дубового дерева – 170 тис. доларів ($170000 = 100 \cdot 1,05^{100}$). Така логіка виглядає доволі підозрілою, але автори концепції “допоміжної” валюти вважають, що кооперативні механізми здатні змінити інвестиційний процес настільки ж ефективно, як це помітно на порівнянні відмінностей між дешевою сосною і шляхетним дубом.

Найбільш відома система LETS почала функціонувати в Commox Valley (Британська Колумбія, Канада) в 1982 р. Пізніше подібні системи з'явилися у Великій Британії, Австралії і Франції. З 2003 р. діє LETS Chiemgauer у Баварії (Німеччина). У Швейцарії обігом “допоміжної” валюти займається WIR Bank, який початково було створено у 1934 р. як кооператив для малих і середніх виробників, що потерпіли від “великої депресії”. Використання “допоміжної” валюти WIR (нім. ми) покликане стимулювати операції між кооператорами, а також обмежити “витік” грошей до великих іноземних корпорацій. Однією з найважливіших переваг WIR є стабілізуюча функція під час циклу ділової активності; емпіричні розрахунки показують, що попит на “допоміжну” валюту найбільше зростає тоді, коли центральний банк обмежує з антиінфляційних міркувань пропозицію офіційної валюти [4, с. 79-95].

Не випадково, що ініціативи зі запровадження “допоміжної” валюти виникають під час кризових явищ. Створення Hanbat LETS у Південній Кореї (м. Дежон), що відбулося у період після фінансової кризи 1997-1998 рр., мало підтримати функціонування декількох пов'язаних між собою напрямів діяльності: кооператив традиційної медицини, різноманітні курси (ремесла, вивчення іноземних мов, художня вишивка, інформаційні технології), фермерський клуб, організація спортивних фестивалів і кулінарних заходів. Загалом ставилося за мету: 1) поліпшення міжособистісної комунікації, 2) запровадження зваженого економічного комплексу, що поєднує виробництво, транспорт, споживання вироблених товарів і послуг та утилізацію відходів, 3) створення робочих місць для безробітних домогосподарок і осіб похилого віку, 4) стимулювання соціальних ініціатив.

Нещодавно запровадження електронної “допоміжної” валюти запропоновано для Греції [1]. Хоча головна мотивація такої пропозиції полягає в збільшенні пропозиції грошової маси за умов “втечі” капіталу і зменшення офіційної грошової бази, насправді виникають передумови для стимулювання економічної діяльності в окремих сегментах національної економіки. Натомість бразильська LETS у м. Форталеза, що функціонує з 1998

р., має на меті виключно зміцнення співпраці на місцевому рівні за допомогою мікро-кредитування у “допоміжній” валюті.

Прикладів діючих LETS не бракує у країнах Центральної і Східної Європи, хоча їхній масштаб порівняно незначний і викликає суперечливі оцінки. У Чехії функціонують три LETS, а у Словаччині – чотири, проте значного поширення така ініціатива не отримала. Передусім можливостями “допоміжної” валюти цікавляться особи молодого віку, які об’єднані певними інтересами. Тим не менше подібні ініціативи можуть бути корисними з погляду акумуляції соціального капіталу, а це важливо для зростання “зі середини” – на основі місцевих переваг. Загалом така логіка відповідає припущенням сучасних моделей ендогенного зростання.

Л. Валек [5] вважає, що для більшої ефективності чеські системи “допоміжної” валюти повинні включати діючі комерційні структури. Це не лише додаватиме синергії, але й поліпшить контакт зі споживачами та місцевою владою. В Угорщині у 2010 р. кооператив “На-Мі Összefogunk” на Заході країни (м. Сопрон) випустив “допоміжну” валюту Kékfrank [3]. Найчастіше її використовують у ресторанах, барах і споживчих магазинах. Поки що не справдилися сподівання щодо ширшого використання “допоміжної” валюти місцевими кооператорами, але організатори вважають, що цілеспрямована маркетингова діяльність дозволить істотно поліпшити ситуацію. Одна з пропозицій полягає у тому, щоб до кооперативної діяльності долучилася місцева влада. З 2012 р. в Угорщині реалізуються ще два проекти з “допоміжною” валютою: балатонської і бочкайської корони. Від їхнього успіху залежить перспектива подальших ініціатив такого плану у країнах Центральної і Східної Європи.

Список використаних джерел

1. Andresen T., Parenteau R. *A program proposal for creating a complementary currency in Greece* // *Real-world economics review*. 2015. – Issue 71. – P. 2-10.
2. Hirota Y. *Complementary Currencies as a Method to Promote the Solidarity Economy* // *Solidarity Economy I: Building Alternatives for People and Planet / Papers and Reports from the 2009 U.S. Forum on the Solidarity Economy* / E. Kawano, T. Masterson and J. Teller-Elsberg (eds.). – Amherst, MA USA: Center for Popular Economics, 2009. – P. 75-86.
3. Sardi G., Paradi-Dolgos A., Varga J. *Comparative analysis of the Hungarian complementary currency systems*. – 22 p.
4. Stodder J. *Complementary Credit Networks and Macro-Economic Stability: Switzerland's Wirtschaftsring* // *Journal of Economic Behavior & Organization*. – No. 72. – P. 79-95
5. Valek L. *Development of a Complementary Currency System: The Czech Position in the International Context* // *Journal of Innovation Management in Small & Medium Enterprises*. – 2012. – Vol. 2012. – P. 1-9.

НОВІ НАПРЯМИ РОЗШИРЕННЯ КООПЕРАТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ГЛОБАЛІЗОВАНІЙ ЕКОНОМІЦІ

Традиційно до найбільших належали сільськогосподарські, споживчі та кредитні кооперативи; порівняно менший вплив отримали житлові, виробничі та лікувальні кооперативи [2, с. 7-13]. Глобалізація істотно послабила кооперативний рух в його традиційних секторах. Проте на сьогодні відносний занепад споживчої кооперації спостерігається на тлі поширення кооперативних засад на цілком нові сфери. Наприклад, у Фінляндії створення так званих “нових” кооперативів зачепило декілька секторів, які не належать до традиційних сфер кооперативної діяльності: промисловий дизайн, поліграфія, маркетингова діяльність (в інших країнах не бракує прикладів виникнення артистичних кооперативів тощо). В одному з досліджень фінські кооперативи названо “страхуванням” від глобалізації [4]. У відповідь на виклики лібералізації економічного середовища, що стало неunikним наслідком глобалізації, фіни створили 2900 нових кооперативів. Фактично виникла біполярна економічна структура зі значним впливом кооперативних підприємств. Примітно, що Нобелівський лауреат Д. Стігліц ще в середині минулої декади однією з двох найважливіших причин високої стійкості економіки Італії до кризових явищ називав поширення кооперативного руху, поряд з розвитком малих і середніх підприємств [5].

Важливість нових напрямів діяльності пояснюється відносним занепадом окремих традиційних видів кооперативної діяльності. Споживчі кооперативи практично зникли у Франції, Бельгії, Німеччині та Австрії, а у Великій Британії, Канаді та США стрімко зменшують обсяги діяльності. Скандинавські країни становлять виняток (у Норвегії на кооперативи припадає 25% ринку, Фінляндії – 35%, Швеції – 15%), а також Італія, Швейцарія і Японія, проте це не змінює загальної світової тенденції до зменшення частки споживчих кооперативів в обсягах роздрібної торгівлі. Краща ситуація з кредитною кооперацією. У країнах Західної Європи діють близько 11 тис. кооперативних банків, які мають 33 млн. членів і 400 тис. працюючих, а їхня частка на ринку сягає 17%. Французький банк Credit Agricole, нідерландський Rabobank відносяться до найбільших банківських установ у власних країнах. Також немає проблем у страховій діяльності. Наприклад, шведський кооператив Folksam займає 49% ринку страхування життя і 50% страхування від нещасних випадків. Кредитні кооперативи SKOK (пол. Spółdzielcze Kasy Oszczędnościowo-Kredytowe – SKOK) успішно функціонують в сусідній Польщі. Примітно, що під час кризових явищ 2008-2009 рр. не збанкрутував жоден польський SKOK, хоча у цій сфері не бракує проблем пов’язаних з наданням валютних кредитів чи сплати споживчих позик.

Не відкидаючи переваг серйозної диверсифікації кооперативної діяльності, для конкретних українських умов найбільш перспективними видаються два таких нових напрями: 1) виробництво екологічних продуктів харчування та 2) виробництво енергії з відновлювальних джерел (близьким до цього є запровадження енергоощадних технологій). Якщо перший з них отримав достатньо уваги, зокрема у дисертаційному дослідженні У.

Іванюк [1], то другий напрям виглядає досить екзотично, адже виробництво електроенергії традиційно вважається сферою діяльності великих державних і приватних компаній-монополістів.

Як зауважують В. Хібрехт і С. Мертенс [3, с. 193-212], сфера відновлювальної енергетики має перспективу за умов поступового вичерпування традиційних джерел енергії і, що важливо з погляду кооперативної діяльності, повністю відповідає логіці “нових” кооперативів, що відрізняються від традиційних кооперативних структур залученням декількох зацікавлених сторін (*англ.* stakeholders) замість домінування однієї з них – виробників, споживачів чи робітників, а також сильнішою орієнтацією на досягнення спільних інтересів. Енергетичні кооперативи, як EWS (Німеччина), Enercoop (Франція), Energy4All (Велика Британія), Middelgrunden (Данія), Escorpower (Бельгія), мають на меті не лише виробництво “зеленої” електроенергії, але й обмеження монополії великих компаній та збереження земельних угідь. Як показує зарубіжний досвід, залучення кооперативів до виробництва енергії дозволяє краще контролювати механізм ціноутворення та енергетичні потреби місцевих громад. Бельгійський Escorpower зумів виробляти енергію на 10% дешевше, ніж великі енергетичні компанії, що мало значний резонанс і дозволило збільшити зацікавленість потенційних споживачів до кооперативної діяльності. Хоча у більшості випадків енергетичні кооперативи все-таки не змогли знизити тариф, не викликають сумніву задані вище опосередковані переваги. Діяльність енергетичних кооперативів сприяє підвищенню екологічної свідомості, а одночасно послаблює спротив щодо розвитку “зеленої” енергетики. Зокрема, зі значними протестами зустрілося збільшення кількості вітрових ферм. Залучення місцевих жителів до визначення місця для таких ферм і безпосередня зацікавленість у результатах їхньої роботи істотно поліпшують суспільні настрої.

Типовими труднощами енергетичних кооперативів називаються: невеликі розміри, менша здатність реалізувати переваги від масштабу виробництва і брак професіоналізму. Відновлювальна енергетика характеризується численними перешкодами для початку діяльності (високі кошти відповідного обладнання, необхідність доступу до інсталяцій, труднощі під'єднання до існуючих електричних мереж), що підсилює аверсію до ризику, яка зазвичай присутня в кооперативних структурах, які досить часто позиціонуються за власною економічною та суспільною спрямованістю близько до існуючих екологічних рухів.

Для України важливість кооперативної діяльності у сфері відновлювальної енергетики є важливою передусім у контексті зниження залежності від імпортованих енергоносіїв та оптимізації українсько-російських стосунків загалом, хоча проблема збереження земельних угідь теж стає все більш актуальною. Також можна припустити, що поява додаткових “травців” на важливому енергетичному ринку дозволить надати йому більшої прозорості, а принагідно уникнути різноманітних політичних спекуляцій на тематиці “чесних” тарифів, які час від часу загрожують “тарифними Майданами” та супутнім підвищенням антагонізму політичного життя.

Ідеальними для створення енергетичних кооперативів видаються конкретні умови Прикарпаття. По-перше, цьому сприяють відповідні кліматично-географічні передумови. Передгір'я Карпат характеризуються вітряною погодою, а також достатніми водними

ресурсами. По-друге, регіон відрізняється підвищеною схильністю до індивідуального житлового будівництва, що підсилює мотивацію до запровадження енергоощадних технологій на основі відновлювальних джерел енергії. Немало важно, що житлове будівництво фінансується переважно надходженнями від працюючих за кордоном. Оскільки жителі Прикарпаття досить добре ознайомлені з реаліями європейського життя, це знімає багато суб'єктивних перешкод на шляху запровадження сучасних “зелених” технологій, включно з усвідомленням необхідності значних початкових коштів для таких ініціатив. По-третє, практичній реалізації проектів у царині “зеленої” енергетики сприяє близькість до сусідньої Польщі, де відповідна діяльність динамічно розвивається, зокрема за підтримки з фондів Європейського Союзу.

Список використаних джерел

1. Іванюк У. Вплив аграрного сектору на динаміку внутрішнього ринку за умов ринкової трансформації // Автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук. – Львів: Комерційна академія, 2014. – 23 с.
2. Birchall J. *Cooperatives and the Millennium Development Goals*. – Geneva: Cooperative Branch & Policy Integration Department International Labour Office, 2004. – 101 p.
3. Huybrechts B., Mertens S. *The Relevance of the Cooperative Model in the Field of Renewable Energy* // *Annals of Public and Cooperative Economics*. – 2014. – Vol. 85: – No. 2. – P. 193-212.
4. Skurnik S., Egerstrom L. *The Evolving Finnish Economic Model: How Cooperatives Serve as “Globalisation Insurance”* / A paper presented at the joint conference of The Canadian Association for the Study of Cooperation (CASC), the International Cooperative Alliance Research Committee (ICA), the Association of Cooperative Educators (ACE). – Saskatoon, Saskatchewan: University of Saskatchewan, 2007. – 17 p.
5. Stiglitz J. *The Role of Cooperatives in Globalisation* // Working Paper No 9/2004. – Luglio, Italy: Università di Genova, 2004. – 4 p.

Яремко Л. А.

д.е.н, професор

Львівський торговельно-економічний університет

ПЕРСПЕКТИВИ ТА МОЖЛИВОСТІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕКОНОМІЧНОЇ БЕЗПЕКИ РЕГІОНУ

Споживча кооперація є підсистемою, складовою регіональної економічної системи і посідає свою “нішу” у його соціально-економічній структурі, виконує важливі функції щодо забезпечення та розвитку сільських територій та невеликих міст. Частка сільського населення загалом по Україні складає 30%, в ряді областей, як, зокрема у Львівській – до 40%. Тому неналежний розвиток кооперативного сектору регіону загрожує як його економічній безпеці так і регіону в цілому. Особливо, якщо прийняти до уваги важливу роль системи для вирішення питань соціально-економічного розвитку сільських територій.

Споживча кооперація, враховуючи специфіку її діяльності, змушена працювати в умовах чотирьох груп загроз економічній безпеці:

Перша група загроз зумовлена складністю адаптації самої системи до ринкових умов господарювання: висока конкуренція на традиційних для галузі ринках кооперативні організації змушені змагатися з фізичними особами – приватними підприємствами і малими приватними підприємствами, втратою майна та ресурсного потенціалу за часів кризи перехідного періоду. Як наслідок низький рівень інвестицій у галузь та зниження частки споживчої кооперації на регіональних ринках праці.

Друга група загроз пов'язана з проблемами неефективного розвитку сільських територій. Це і складна соціально-демографічна ситуація, внаслідок міграційних процесів і низький технологічний рівень аграрного виробництва (особливо в дрібних господарствах), неналежне забезпечення інфраструктурою, низький рівень доходів та незадовільний соціально-культурний рівень розвитку села.

Третя група загроз викликана специфічними територіальними проблемами регіону (області) місцезнаходження. Так у Львівській області, як у більшості Західних областей України існує ряд проблем, зумовлених їх прикордонним розміщенням: це конкуренція низькоякісних, але дешевих іноземних товарів, орієнтація місцевого населення на види діяльності, часом нелегального характеру, пов'язаних з прикордонною торгівлею.

І все це відбувається в умовах складнощів перехідного періоду та розвитку економіки країни загалом, що становить четвертий рівень загроз.

Важливо сформулювати заходи протидії загрозам на всіх рівнях.

На рівні системи споживчої кооперації – сформулювати стратегію підвищення конкурентоздатності продукції споживчої кооперації (визначити основні товарні позиції і порівняти зі світовими аналогами). Зробити пріоритетним напрямком діяльності вирощування та переробку екопродуктів, це потужний ринок як в Україні, так і за кордоном.

Для покращення соціально-економічного розвитку мешканців села та невеликих міст споживча кооперація має найбільше можливостей. Зокрема, запровадження нових видів діяльності, спрямованих на задоволення потреб споживачів, зокрема тих, що вже не забезпечуються внаслідок руйнування старої господарської системи. Це постачання кормами, добривами, паливом, насінням, а також діяльність у сфері туризму, аптечної справи, фінансових послуг тощо). Перспективним напрямком є розвиток інтернет-торгівлі в рамках системи, що дозволить обслуговувати комплексні замовлення певних територій, населених пунктів. Необхідною є співпраця з підприємствами некооперативного сектору. Так у Львівській області майже 65% сільськогосподарської продукції і 90% молока виробляється дрібними селянськими господарствами, діють біля 280 тис. приватних фермерських господарств [1]. Тут можлива співпраця в сфері надання консультаційних та бізнес послуг, надання в оренду торгових та складських приміщень, допомоги в пошуку партнерів в т.ч. зарубіжних, чи здійснення посередницьких функцій.

На регіональному рівні – узгодження планів розвитку споживчої кооперації регіону з Стратегічними планами розвитку областей на перспективу, розвиток видів діяльності, що є пріоритетними для території. Необхідна робота щодо підняття у суспільстві іміджу споживчої кооперації як колективної форми господарювання

Важливою складовою розвитку системи є Активізація зовнішньоекономічної діяльності. Зокрема, роз'яснювальна робота та надання консультацій та практичних рекомендацій для залучення підприємницьких структур сільських територій та невеликих міст до співробітництва в рамках Угоди про асоціацію та Поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та ЄС. Ефективніше використовувати можливості міжнародного кооперативного співробітництва.

Для забезпечення економічної безпеки підприємств системи актуальним є визначення, запропоноване китайським ученим Джанг Янг [2]: “Для країн, що розвиваються під економічною безпекою слід вважати здатність забезпечувати поступове зростання життєвих стандартів населення внаслідок економічного розвитку при збереженні економічної незалежності”.

Список використаних джерел

1. Львівська область : економічний огляд січень-жовтень 2015 року. Л. : Департамент економічної політики Львівської ОДА, 2015. – С.10.
2. Jiang Yong. *EconomicSecurity: Redressing Imbalance.* // *China Security*, Spring 2007. – Vol 3. – No 2 / – p. 66. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: mercury.ethz.ch/serviceengine/Files/ISN/31990/chaptersection_singledocument/ffcd69d4e-22af-4b4c-ae80-ae9a4b39ea07/en/cst6_chapter5.pdf.

Яхно Т. П.

к.е.н., доцент

Львівський торговельно-економічний університет

ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

В Україні державні органи не цілком усвідомлюють важливе значення кооперативного сектора для економіки країни. Майже всі інвестиції Європейського банку реконструкції та розвитку, а також Світового банку зосереджені в приватному секторі. Така пасивна позиція органів влади у використанні інтеграційного потенціалу міжнародної кооперації може продовжити кризові явища в кооперативному секторі.

З метою підтримки і розвитку спільних (загальноєвропейських) кооперативних підприємств (організацій) на території ЄС було створено Європейське кооперативне об'єднання (ЄКО). До нього ввійшли 6 європейських кооперативних об'єднань і 171 національна кооперативна організація з різних країн Європейського Союзу. Кооперативні об'єднання, що вступили до ЄКО діють в усіх основних секторах економіки: сільському господарстві, промисловості, банківській справі, будівництві і утриманні соціального житла, послугах, аптечній справі, роздрібній торгівлі.

Економічні системи країн Центральної та Східної Європи найбільш подібні українській, тому позитивні тенденції в кооперативному русі цих країн можна застосовувати до України. Розвиток кооперативного сектора в країнах з перехідною

економікою, а саме в країнах Центральної та Східної Європи, характеризується такими особливостями:

1) держава, усвідомлюючи значення споживчих кооперативів для розвитку національної економіки та для інтеграції національних економік у світове господарство, сприяє кооперативній діяльності;

2) кооперативні організації розвинених країн ЄС підтримують трансформаційні процеси в кооперативах Центральної та Східної Європи з метою їх пристосування до вимог глобалізації;

3) кооперативи Центральної та Східної Європи підвищують свою конкурентоспроможність на національному та світовому ринках, застосовуючи позитивний досвід споживчих кооперативів країн з розвинутою економікою і використання прогресивних інноваційних методів діяльності.

Враховуючи досвід країн Європейського Союзу та країн з перехідною економікою, державна підтримка споживчої кооперації як напрям підвищення ефективності зовнішньоекономічної діяльності кооперативів набуває все більшого значення. Взаємодія з загальнодержавними та регіональними органами управління в Україні повинна розпочатися з внесення змін і доповнень у чинні закони та нормативні акти стосовно надання преференцій підприємствам споживчої кооперації залежно від статусу території їх діяльності та рівня виконання ними соціальних функцій. Для досягнення високих результатів діяльності Українські кооперативи повинні побудувати співробітництво з органами влади на спільних угодах, наприклад, співпрацювати у сфері державних замовлень на продукцію кооперативних підприємств.

Значної уваги серед усіх західно-європейських кооперативних рухів заслуговує кооперативний рух Швеції. Ця країна характеризується динамічністю і інноваційністю кооперативної діяльності. Шведські кооператори використовують найсучасніші технології і методи бізнесу. Споживча кооперація Швеції ґрунтується на системі самообслуговування та системі супермаркетів. Широке застосування технології глибокозаморожених продуктів дозволило стати споживчим кооперативам Швеції провідними експортерами даних продуктів. Споживча кооперація Швеції входить у десятку кращих торгових компаній країни.

Таких успіхів в кооперативній сфері Швеція досягла завдяки таким принципам діяльності:

- демократичний характер управління, заснований на рівноправності всіх членів і принципах демократичної побудови організаційної структури кооперативів;

- неприпустимість збагачення одного члена кооперативу за рахунок іншого, справедливий розподіл прибутку між членами, а саме пропорційно до їх економічної діяльності;

- обов'язковість відрахувань до фондів згідно зі статутом;

- відсоток нарахувань на пайовий капітал у разі розподілу прибутків має бути суворо обмежений.

Споживча кооперація Швеції є найкращим прикладом здійснення кооперативної діяльності не тільки для України, але і для багатьох розвинених країн світу.

НАУКОВЕ ВИДАННЯ

**150 РОКІВ СПОЖИВЧІЙ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ:
ОЦІНЮЮЧИ МИНУЛЕ, ВИЗНАЧАЄМО МАЙБУТНЄ**

Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції
присвяченої 150-річчю утворення першого споживчого
товариства в Україні та 200-річчю від часу заснування
Львівського торговельно-економічного університету

Підписано до друку 08.12.2016 р.
Формат 60х84/16. Папір офсетний.
Гарнітура Times New Roman. Друк на різнографі.
15.46 ум. др. арк. 13.84 облік. видавн. арк.
Тираж 300 прим. Зам. 326.

Віддруковано в друк. видавництва Львівського торговельно-економічного університету
79005, м. Львів, вул. Туган-Барановського, 10. Тел. 244-40-19. e-mail drook@ukr.net
Свідцтво Держкомітету інформаційної політики, телебачення та радіомовлення України
серія ДК № 5149 від 15.07.2016 р.

