

СВІТОВИЙ ДОСВІД ТА СТРАТЕГІЧНІ ОРІЄНТИРИ МОДЕРНІЗАЦІЇ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ УКРАЇНИ

GLOBAL EXPERIENCE AND STRATEGICAL GUIDES OF MODERNIZATION OF THE UKRAINIAN CONSUMER'S COOPERATIVE SOCIETY



Михайло ОКЛАНДЕР,
доктор економічних наук,
Одеський державний
економічний університет

Mykhaylo OKLANDER,
PhD Economics,
Odessa State Economical
University

Олена ЧУКУРНА,
кандидат економічних наук,
Одеський державний
економічний університет

Olena Chukurna,
PhD Economics,
Odessa State Economical
University



Актуальність розгляду світового досвіду модернізації споживчої кооперації обумовлена економічним реформуванням України. У стані реформування перебувають транспортна, житлово-комунальна, податкова, митна та багато інших систем. У цьому контексті цікавим є дослідження стану споживчої кооперації України. Споживча кооперація як система сформувалась у 70-х роках ХХ століття в СРСР. Після розпаду Радянського Союзу система споживчої кооперації України була виділена в самостійну організацію, яка зберегла принципи централізованого управління. На сьогодні споживча кооперація України також частково реформується, але єдиного методологічного підходу до розробки стратегічного плану її реформування немає.

У цих умовах виникає необхідність дослідження світового досвіду реформування споживчої кооперації різних країн світу, вивчення історичних особливостей виникнення кооперації та кореляції принципів її діяльності із сучасним розвитком економіки. Результати аналізу дозволять використати накопичений позитивний досвід при розробці стратегії реформування й розвитку споживчої кооперації в Україні.

На необхідність перегляду діючої стратегії й тактики реформування споживчої кооперації звертає увагу велика кількість вітчизняних учених. Аналіз публікацій підтвердив, що в багатьох із них аналізуються особливості реформування кооперативної власності, проблеми, пов'язані з визначенням фінансової стійкості підприємств споживчої кооперації, пропонуються шляхи розвитку споживчої кооперації в період реформування.

В.В.Апопій акцентує увагу на гармонізації соціально-економічної складової споживчої кооперації та робить висновки щодо специфіки змісту кооперації, яка виражається в її соціально-економічній природі (кооперативна ідея, цінності, принципи, соціальна сфера, економічний потенціал та соціальна місія кооперації) [1, с. 68-69].

С.Г.Бабенко вважає необхідним посилити увагу до інституту пайовиків і працівників споживчої кооперації та вказує на необхідність посилення соціальної орієнтації споживчої кооперації [3, с. 12-13].

С.Д.Гелей, навпаки, вважає, що абсолютизація кооперативних ідей та принципів у сучасних умовах може стримувати подальший розвиток кооперації, причому основне завдання кооперації має бути спрямоване на підвищення соціально-економічної зацікавленості пайовиків у збільшенні прибутковості суб'єктів споживчої кооперації та зростанні пайового капіталу [4, с. 55].

Можна зробити висновок, що наукові підходи щодо розроблення методологічних принципів реформування споживчої кооперації є досить суперечливими та не мають єдиного концептуального обґрунтування. Водночас у цих наукових роботах не досліджуються стратегічні напрями розвитку підприємств споживчої кооперації. Майже не використовується концепція маркетингу при розробці

підходів щодо формування стратегічного розвитку підприємств споживчої кооперації. Хоча принципи кооперації та її соціальна роль і місія можуть бути реалізовані через концепцію соціально-етичного маркетингу.

Функціонування споживчої кооперації в різних економіках має особливості. З метою виявлення причин цих особливостей необхідно звернути увагу на вивчення ідеології кооперативного руху та історичні причини їх виникнення. Крім того, необхідно проаналізувати форму існування споживчої кооперації в умовах планово-центральної економіки та особливості її функціонування в умовах ринкової економіки. Цей підхід дасть змогу узагальнити історичний досвід виникнення й розвитку споживчої кооперації та виявити закономірності розвитку споживчої кооперації різних країн світу. Виявлені закономірності можуть бути покладені в основу концептуально-методологічного підходу до розробки шляхів модернізації та подальшого розвитку споживчої кооперації України.

Метою статті є узагальнення досвіду реформування й розвитку споживчої кооперації в умовах різних країн світу, виявлення історичних причин виникнення кооперативного руху та розробка концептуальних підходів до реформування системи споживчої кооперації України в контексті реалізації принципів соціально-етичного маркетингу.

Історично склалося так, що кооперація виконує соціальну функцію, основною метою якої є забезпечення соціального захисту пайовиків і справедливості розподілу прибутку між членами кооперативу. Особливо активно процеси соціалізації реалізує споживча кооперація, метою діяльності якої є поліпшення соціального й економічного положення своїх членів. Один з основоположників кооперації М.Туган-Барановський вказував на дві головні відмінності кооперації від інших форм організації підприємств: неприбутковий характер діяльності та організована взаємодопомога членів кооперативу. Солідарність інтересів є основою ідеології кооперації. Як результат, кооперація з'явилася в капіталістичному суспільстві та має капіталістичну форму, оскільки заснована на частковому використанні приватної власності. Тобто власність кооперативу має подвійну основу - приватну (яка може

бути розділена) та колективну (яка не може бути розділена) форму власності [7]. Основною ідеєю кооперативного руху є поліпшення економічного добробуту своїх членів, а не отримання прибутку.

Поняття кооперації почало використовуватися із середини ХІХ століття, коли ідеї кооперації та форми кооперативної організації стали популярними в країнах Європи. Роберт Оуен, Шарль Фур'є й Луї Блан вважаються основоположниками кооперативної філософії. Вони обґрунтували економічні переваги кооперації як господарської форми й вважали її організацією майбутнього, яка позбавлена протиріч і недоліків капіталістичної конкуренції.

Перші кооперативні підприємства були засновані у Великобританії на початку ХІХ століття благодійниками, які прагнули поліпшити становище

У статті розглянуто світовий досвід кооперативного руху, принципи кооперації та особливості їх трансформації. Проаналізовано історію розвитку споживчої кооперації у різних країнах світу. Виявлено негативні чинники, які стримують розвиток споживчої кооперації України. Обґрунтовано стратегічні напрями модернізації споживчої кооперації в Україні.

The article describes the experience of the world cooperative movement, cooperative principles and features of their transformation. The history of consumer's cooperative societies in the world is analyzed. The negative factors constraining the development of consumer cooperatives in Ukraine are revealed. The strategic directions of modernization the consumer cooperatives in Ukraine are grounded.



робітників. Але вже з 20-30-х років власниками кооперативних підприємств стають безпосередньо робітники. Кооперативи давали їм можливість купувати товари за низькими цінами. Спочатку з'явилися споживчі товариства, потім кредитні товариства, збутові та виробничі об'єднання.

У 1844 році англійські ткачі з міста Рочдейла відкрили споживчий кооператив на принципах, що набули значного поширення та були покладені в основу кооперативної ідеології. Це, зокрема:

- невисокі пайові внески;
- обмежене число паїв у кожного кооператора;
- усі кооператори рівноправні та кожен має тільки один голос;
- продаж товарів здійснюється за помірно-ринковими цінами і тільки за готівку;
- ціна товару однакова для всіх (у тому числі й для тих, які не входять у кооператив) [5].

У 60-80-х роках XIX століття діяльність кооперативів Великобританії та Німеччини була настільки успішною, що вони стали об'єднуватися в спілки. В ті ж роки виникли та зміцнилися кооперативні системи Італії, Франції, Швейцарії, Бельгії та скандинавських країн. У 90-х роках XIX століття європейська кооперація охоплювала понад 2 млн. членів.

У Росії кооперативний рух розпочався з 1865 року, коли було створено ощадно-позикове товариство в селі Рождественському Дороватської волості Ветлужського повіту Костромської губернії. Перші кооперативні організації в Росії (молочні та олійні заводи, артільні сироварні, виробничі артілі) були засновані представниками інтелігенції. За кількістю кооперативів та їх членів Росія на початку XX століття посідала перше місце у світі. Такого стрімкого росту кооперації не знала жодна країна. До 1917 року кількість кооперативів усіх типів у Росії наближалася до 50000 (близько 25000 споживчих спілок, 16500 кредитних кооперативів, 6000 сільськогосподарських спілок, 2400 сільськогосподарських товариств, 3000 артілей олійниць, 1500-2000 артілей інших спеціалізацій). Вони охоплювали близько 14 млн. осіб.

Після Жовтневої революції 1917 року існування кооперації в СРСР визначало її взаємодію не з приватним капіталом, як в інших країнах, а з державним сектором економіки. В кінці 20-х років XX століття комерційна посередницька діяльність кооперації остаточно перетворилася на діяльність зі збирання сировини від селян і доставці її держпромисловості відповідно до встановлених державою планів та цін.

У період колективізації сільського господарства в СРСР діяльність колгоспів обґрунтовувалася як одна з форм розвитку кооперації. Класична форма сільськогосподарської кооперації на той момент була повністю ліквідована.

Промислова кооперація продовжувала існувати в СРСР до кінця 50-х років XX століття та компенсувала постійний дефіцит товарів народного споживання. На той момент в її системі налічувалися понад 114 тисяч майстерень та інших промислових підприємств, де працювали 1,8 млн. осіб. Вони виробляли 5,9% валової продукції промисловості. Наприклад, промислова кооперація в СРСР виробляла до 40% меблів, до 70% металевого посуду, більше третини верхнього трикотажу, майже всі дитячі іграшки.

До системи промислової кооперації входили: 100 конструкторських бюро, 2 експериментальні лабораторії та 2 науково-дослідні інститути. Проте в 1956 році з'явилася постанова ЦК КПРС і РМ СРСР «Про реорганізацію промислової кооперації», згідно з якою до середини 1960 року промислову кооперацію повністю ліквідували, а її підприємства передали державним органам. Таким чином, за радянських часів збереглися тільки система споживчої кооперації, житлово-будівельна кооперація, артільні народні промисли, а також старательські артілі з видобутку золота.

Попри те, що система споживчої кооперації була збережена і досить успішно розвивалася в умовах планово-централізованої економіки СРСР, її діяльність координувалася державними органами. Формально споживча кооперація зберегла колективну форму власності, але питання ціноутворення, планування і контролю за її діяльністю реалізувалися на рівні держави. Економічно споживча кооперація розвивалася в СРСР в умовах відсутності конкуренції з боку підприємств інших форм власності. У віддалених районах країни альтернативи підприємствам споживчої кооперації взагалі не було. Крім того, держава надавала значну підтримку у фінансуванні діяльності підприємств споживчої кооперації. В період планово-централізованої економіки більше половини обігових коштів споживча кооперація формувала за рахунок банківських кредитів. Норми відсотків по кредитах були надто занижені, що давало можливість велику частину прибутку спрямовувати на будівництво великих оптових баз, універмагів, ресторанів, заготівельних баз тощо.

Відсутність підтримки з боку держави після розпаду СРСР при переході до ринкової економіки була однією з причин, яка вплинула на неможливість багатьох споживчих товариств та спілок конкурувати з підприємствами різних форм власності. Як результат, організаційна система споживчої кооперації України – «Укоопспілка» – є громіздкою, негнучкою системою, яка не здатна швидко реагувати на зміни ринкових чинників. Незважаючи на те, що «Укоопспілка» – це об'єднання обласних споживчих спілок України, яким делеговані повноваження з планування та контролю за діяльністю своїх підприємств на місцях, її організаційна структура не відповідає вимогам ринку. Крім того, питання економічного стимулювання пайовиків і працівників споживчої кооперації України залишається дискусійним. Розпочате наприкінці 90-х років реформування власності системи споживчої кооперації України не розв'язало проблеми забезпечення конкурентоспроможності підприємств споживчої кооперації в умовах ринку. Ідея реформування власності споживчої кооперації полягала у перерозподілі власності та зосередженні її основної частини (68%) у споживчих товариствах, які є основними суб'єктами господарської діяльності. В результаті такого перерозподілу тільки 32% майна залишилася у власності обласних спілок споживчих товариств у вигляді об'єктів інфраструктури. Реформування власності дозволило частково поліпшити фінансовий стан підприємств споживчої кооперації, але залишилось невирішеним питання їх стратегічного розвитку та виконання соціальної місії в умовах ринкової економіки. Водночас проблеми подальшого реформування й розвитку споживчої кооперації вимагають вивчення аналогічного досвіду в економіках різних країн світу.

На сьогодні немає країни, в якій не функціонував би той чи інший вид кооперації. Аналіз зарубіжного досвіду реформування й розвитку споживчої кооперації дозволив виявити особливості та узагальнити його з метою розробки концептуальних основ реформування споживчої кооперації України.

Особливості реформування та розвитку споживчої кооперації в різних країнах.

Негативного досвіду набула споживча кооперація у Великобританії, Франції та Німеччині. Незважаючи на той факт, що саме в Англії з'явилися перші форми кооперації, у другій половині XX століття частка підприємств кооперативної форми власності скоротилася з 90% до 22%. Причиною стала нездатність підприємств споживчої кооперації конкурувати з торговими мережами. Саме поява супермаркетів та інших магазинів самообслуговування з високим професійним рівнем менеджменту вплинула на скорочення кооперативів. Нині у Великобританії зберігся сектор споживчої кооперації, для якого характерна діяльність у формі дрібних і середніх магазинів самообслуговування. Крім того, в країні стрімко розвивається кредитна кооперація у формі страхових товариств та кооперативних банків.

Німеччина. Відмінністю німецької споживчої кооперації від споживчої кооперації Великобританії є те, що основною формою кооперативної торгівлі Німеччини стала оптова торгівля. У Німеччині був створений єдиний кооперативний союз, але він не отримав достатньої влади та можливості істотного впливу на поліпшення обстановки в національному кооперативному русі. Керівники споживчих товариств, користуючись відсутністю відкритості, змогли отримати особисто для себе більшість акцій своїх товариств і стали перетворювати їх в акціонерні компанії. Це стало можливим через закритість інформації для пайовиків. У зв'язку з перетворенням кооперативів в акціонерні товариства у 90-ті роки в Німеччині залишилося лише 37 звичайних споживчих товариств, які об'єднують 650 тис. осіб. Парадоксально, але ці об'єднання кооператорів розробили нові підходи до управління в умовах загострення конкуренції. Це дозволило їм успішно конкурувати з іншими підприємствами. Наприклад, кооператив «Дортмунд» має 480 тис. членів та контролює понад 14% торгівлі в своєму регіоні.

Франція. У Франції історично переважав регіональний кооперативний рух з порівняно слабкою організацією національного рівня. Основна проблема французької споживчої кооперації – слабе управління. Так само як і британські кооператори, французи не довіряли людям з вищою освітою, і керівництво кооперативів вибиралося в основному зі службовців нижчого і середнього класу. Це призвело до програшу в конкуренції з великими торговельними підприємствами. Більше того, керівництво кооперативів перетворилося в еліту, яка володіла основними активами, але не розумілася в нових умовах ведення бізнесу та ігнорувала рішення пайовиків. Втрата соціальної бази, орієнтація на оптових постачальників та невміння вести конкурентну боротьбу призвели до того, що в кінці 90-х років XX століття понад 40% кооперативів, включаючи центральні органи, припинили своє існування.

Швеція. Серед країн Західної Європи найбільш успішний досвід розвитку споживчої кооперації накопичено у Швеції. Кооперативний рух тут має потужні центральні органи у вигляді Кооперативної федерації та відрізняється успішною координацією дій кооперативів, які входять до неї. Його становлення відбувалося у конкурентній боротьбі з торговельною групою ІСА, яка володіла основною часткою ринку, і тому шведський кооперативний рух став найбільш динамічним та інноваційним з усіх західноєвропейських кооперативних рухів. Вчасно провівши структурну реорганізацію, шведські кооператори до початку 80-х років ХХ століття скоротили кількість товариств майже в 3 рази, число магазинів - у 2,7 раза, але при цьому збільшили число членів до 1,6 млн. осіб, а частку ринку - до 18%.

Шведські кооператори використовували найсучасніші технології та методи ведення бізнесу: ввели систему самообслуговування та супермаркети. Широке застосування технології глибокої заморозки продуктів дозволило стати споживчим спілкам провідними експортерами продуктів. Проте у середині 80-х років у споживчій кооперації Швеції відбувся спад. З метою виходу з кризи були розроблені такі заходи:

- субсидування економічно слабких кооперативів для підвищення зацікавленості пайовиків у розвитку споживчої кооперації;

- концентрація зусиль у сфері роздрібної торгівлі з утворенням нових торговельних груп.

У результаті цих дій до 2000 року кількість членів споживчих кооперативів зросла до 2,2 млн. осіб, об'єднаних у 102 товариства, які мають 105 магазинів і близько 500 АЗС. Усі шведські кооперативи створили об'єднання національного рівня - кооперативну федерацію. Нині споживча кооперація входить в десятку кращих торговельних компаній Швеції.

Норвегія. Стратегія розвитку норвезької споживчої кооперації полягає у використанні соціальних переваг кооперативів. Основний акцент робиться на залученні нових членів шляхом гарантованої виплати дивідендів. Більш ніж 400 споживчих товариств об'єдналися в національну спілку з 600 тис. пайовиків. За структурою Центральна Спілка норвезької споживчої кооперації близька до акціонерного товариства. В рамках спілки створено єдину закупівельну групу споживчої кооперації, яка забезпечує продукцією свої магазини. Цей підхід дозволяє їй не лише існувати і збільшувати товарообіг, але й надавати фінансову, консультаційну та іншу підтримку незалежним кооперативам у разі, якщо вони дотримуються прийнятих Спілкою принципів.

Фінляндія. У Фінляндії функціонує два національні об'єднання споживчих кооперативів: соціал-демократичне (Е-рух) і нейтральне (ЕКА). Кооперативний рух у Фінляндії має політичну і релігійну спрямованість. ЕКА є одним з найбільших власників готелів і універмагів. Е-рух - великий оптовий продавець. На початок ХХІ століття частка кооперативного товарообігу дорівнювала 35% від загальнонаціонального товарообігу.

Італія. На відміну від інших країн, розквіт споживчої кооперації Італії припав на середину 80-х років, тобто на період занепаду кооперації в інших європейських країнах. Тоді в Італії налічувалося понад 500 споживчих кооперативів, які об'єднували 18 млн. членів. Повільний розвиток кооперативного руху в Італії в післявоєнний період дозволив урахувати досвід інших країн і уникнути його негативного прояву. Для запобігання реорганізації кооперативів у акціонерні товариства законодавством країни передбачено наступні заходи:

- розмір прибутку, який отримується пайовиком, не повинен перевищувати 5% від суми паю;

- до резервного фонду може бути перераховано не менше 20% прибутку;

- фонди кооперативу не можуть бути використані до моменту його банкрутства або ліквідації;

- в разі ліквідації фонди кооперативу після завершення необхідних виплат спрямовуються на громадські потреби. В разі розподілу ліквідаційних залишків між членами кооперативу останній втрачає податкові пільги.

Діяльність італійської споживчої кооперації базується на таких принципах:

- обмежений розмір сукупного паю (2 млн. лір);

- розмір мінімального статутного фонду не фіксується (принцип відкритих дверей);

- одна людина - один голос незалежно від величини паю;

- членами споживчого кооперативу не можуть бути посередники, а також особи, які займаються збутом аналогічної для кооперативу продукції.

Це перешкоджає використанню кооперативів в якості інструменту особистого збагачення. Держава надає кооперативам податкові пільги: упродовж перших 10 років кооперативи звільнюються від податку на прибуток. Крім того, законом передбачений неоподатковуваний мінімальний дохід пайовика (3 млн. лір). Підтримка з боку держави значно стимулює розвиток споживчої кооперації Італії.

Швейцарія. Швейцарський кооперативний рух є прикладом «некласичного» розвитку споживчої кооперації. На початок 60-х років налічувалося 468 товариств, які об'єднували понад 4 млн. членів та володіли більше 2 тис. магазинів. У 70-х роках швейцарські кооператори, як і кооператори більшості європейських країн, відмовилися від отримання дивідендів і перейшли на політику низьких цін. Був узятий курс на укрупнення споживчих товариств, і до 1983 року їх кількість скоротилася до 41. Концентрація та укрупнення відбувалися через злиття різних видів і галузей кооперативів з перспективою створення єдиних цільових організацій. Вертикальна і горизонтальна інтеграція супроводжувалася скороченням абсолютної кількості кооперативних організацій з метою концентрації економічних можливостей. У результаті укрупнення оборот швейцарських кооперативів з розрахунку на 1 магазин виріс на 45%.

Розглянутий досвід реформування та розвитку споживчої кооперації в країнах Західної Європи виявив, що в більшості країн кооперація розвивалася шляхом інтеграції та об'єднання дрібних кооперативів у великі. Це дозволяло споживчій кооперації успішно конкурувати з великими торговельними мережами та іншими підприємствами різних форм власності. Проте в ряді країн Європи, таких як Великобританія, Італія та Швейцарія, споживча кооперація представлена переважно в малому та середньому бізнесі. Приклад розвитку Швейцарської кооперації свідчить про найбільш успішний її варіант, який поєднує збереження кооперативних принципів з впровадженням прогресивних методів ведення бізнесу, що дозволяє успішно конкурувати і розвиватися.

У більшості скандинавських країн (Швеція, Норвегія, Фінляндія) в кінці ХХ століття намітилася тенденція до реструктуризації споживчих кооперативів в акціонерні товариства. Це дозволило стимулювати економічну зацікавленість пайовиків у результатах роботи кооперативу. Але водночас така організація не відповідала класичному кооперативу і знижувала соціальний захист пайовиків. У більшості країн Західної Європи діяльність споживчої кооперації законодавчо регулюється і стимулюється за рахунок надання пільг та субсидій при оподаткуванні, на відміну від українського законодавства, яке застосовує до підприємств споживчої кооперації загальне оподаткування. Історія розвитку споживчої кооперації Австрії, Нідерландів і Бельгії є негативним прикладом. Вони програли у конкурентній боротьбі з приватним бізнесом і перестали існувати в початковому вигляді. На сьогодні вони є швидше акціонерними товариствами, ніж кооперативами.

Дослідження досвіду розвитку споживчої кооперації в країнах Азії дозволило виявити, що вона концентрувала діяльність на регіональному рівні шляхом розвитку дрібного й середнього секторів. Найбільш успішно споживча кооперація розвивається в Японії. Тут кооперація є найбільш розвиненою і численною в Азіатському регіоні. У Японії існує 670 споживчих кооперативів, які налічують близько 14 млн. пайовиків та мають річний обіг близько 33 млрд. доларів США. У період спаду кооперативного руху (80-ті роки) японські кооператори почали реструктуризацію діяльності: з'явилося нове покоління кооперативів, які почали використовувати прогресивні методи управління і контролю за регіональними споживчими товариствами. Ці споживчі товариства стали соціально значимими як для населення, так і для держави.

Використання демократичних принципів управління й здійснення контролю за діяльністю кооперативів та економічна вигода населення від участі в них змінили політичну і економічну ситуацію в японському суспільстві: уряд на законодавчому рівні віддав перевагу споживчій кооперації перед іншими видами підприємств.

Досить високий рівень життя дозволяє японцям розглядати споживчу кооперацію як резерв для підтримки рівня життя в складних життєвих ситуаціях. Привабливість споживчої кооперації японці вбачають у п'яти ключових чинниках:

- екологічна чистота і висока якість кооперативної продукції;

- оптово-закупівельна система;

- пряме постачання сільськогосподарської продукції;

- залучення пайовиків до розповсюдження продукції;

- соціально-культурна значущість кооперативів для населення.

Цікавим є той факт, що спроби поліпшити діяльність кооперативів європейськими методами - укрупнення кооперативів, залучення інвестицій - в Японії не мають успіху. Основа японського кооперативного руху - невеликі за чисельністю, але економічно стійкі регіональні товариства, які користуються підтримкою населення. Членами споживчих кооперативів Японії на сьогодні є кожен шостий житель країни. Держава усвідомлює вплив споживчої кооперації на забезпечення життєдіяльності населення і регулює її виключно економічними методами - податкові пільги, субсидії тощо.



Розвиток споживчої кооперації в Китаї також демонструє її успішність, але в умовах планово-адміністративної системи. Китайські споживчі кооперативи утворюються на кошти держави і пайові внески. Формально вони незалежні й виключені із системи державного планування. Ієрархія кооперативів та їх фактична підлеглість полягає у державному контролі за поточною діяльністю кооперативів, а їх управління погоджується з державними органами. За організаційною структурою китайська споживча кооперація багата в чому аналогічна споживчій кооперації СРСР.

Підсумовуючи розвиток споживчої кооперації в країнах Азії, можна вказати на її принципову відмінність від країн Західної Європи: спрямованість на регіональний рівень (на відміну від тенденції до інтеграції в масштабах країни). Загальною тенденцією розвитку споживчої кооперації країн Західної Європи і Азії є підтримка з боку держави за рахунок пільгового оподаткування і субсидування її діяльності. Крім того, в усіх країнах роль державного регулювання навіть в умовах ринку є основною.

Дуже цікавим є досвід розвитку споживчої кооперації в таких економічно розвинутих країнах, як Канада та США.

Канада є яскравим прикладом кооперативної економіки: там існує близько 7000 кооперативів із загальним числом членів 2,1 млн. осіб. Одним із досягнень канадських кооперативів є організація нового типу споживчих кооперативів, відома як «прямий плотекс». Ініціатором цієї ідеї став Кооперативний Союз Канади. Це магазин, який працює тільки для своїх членів і продає товари майже за собівартістю. Витрати оплачуються відносно високими членськими внесками. Цей метод був випробуваний в різних споживчих товариствах Канади але його поширення є відносно невисоким.

США. У США у 80-х роках ХХ століття пройшла хвиля розвитку продовольчих кооперативів, яка є альтернативним підходом до роздрібною торгівлі. Багато кооперативів стали великими кооперативними компаніями. Наприклад, каліфорнійський споживчий кооператив «Джавіс Фуд кооператив» почав діяльність як невеликий клуб із закупівлі натуральних продуктів, а зараз це найбільша в окрузі компанія з оборотом 8 млн. доларів, в яку входять 4500 членів, на неї припадає 12% всієї роздрібною торгівлі. В головну компанію входять 300 роздрібних кооперативів з 300 тис. членів і 3000 закупівельних товариств із загальним оборотом понад 500 млн. доларів. Всі вони відносно невеликі, найбільші з них мають не більше 7 магазинів, які контролюють до 45 тис. членів, щорічний оборот цих компаній сягає 43 млн. доларів. Ринковою нішею цих кооперативів є продаж натуральних продуктів, тобто орієнтація на концепцію «екологічного маркетингу».

Аналіз розвитку споживчої кооперації в Канаді та США дозволяє зробити висновок про успішність застосування цієї моделі в країнах з успішною ринковою економікою. Тобто чинник конкурентної боротьби в цих країнах стимулював розвиток споживчої кооперації та сприяв пошуку нових стратегічних рішень.

ВИСНОВКИ

Узагальнюючи зарубіжний досвід розвитку споживчої кооперації різних країн, можна сказати, що споживча кооперація успішно розвивається в умовах ринкової економіки. Саме чинник конкурентної боротьби є рушійною силою, яка стимулює розвиток споживчих кооперативів. Досвід канадської, шведської, японської, італійської, норвезької та швейцарської споживчої кооперації демонструє приклад успішного її розвитку в умовах ринку та гострої конкурентної боротьби з боку приватного капіталу. В одних країнах споживча кооперація розвивалася завдяки інтеграції, в інших - зосереджувалася в дрібному та середньому бізнесі. Цей факт свідчить про те, що вибір стратегії розвитку споживчої кооперації залежить від індивідуальних особливостей ринку кожної окремої країни.

Є приклади успішного розвитку споживчої кооперації також і в країнах з планово-адміністративною економікою, таких як Китай. Там модель є аналогічною моделі СРСР, але вона не позбавлена певних недоліків:

– споживчі кооперативи користуються підтримкою держави в обмін на лояльність їх членів;

– споживчі кооперативи існують лише до того часу, поки вони потрібні державі.

Успішність розвитку споживчої кооперації залежить не лише від економічного устрою країни, але й від законодавчої бази. Практично в усіх країнах світу діяльність кооперативів підлягає пільговому оподаткуванню, оскільки кооперація виконує соціальну функцію. Завдяки кооперативній моделі господарювання підвищується рівень життя населення та його соціальна захищеність. Споживча кооперація є інвестором у культурну, соціальну і освітню сферу.

Розглядаючи негативні тенденції в розвитку споживчої кооперації, слід зазначити, що в сучасних розвинених країнах спостерігається стійка тенденція до динамічної зміни правових форм кооперативів: вони перетворюються в акціонерні товариства. Це пояснюється динамікою зміни пріоритетів цілей цих підприємств: члени успішно діючих кооперативів хочуть мати можливість отримувати необмежений прибуток і перетворюють їх в такі правові форми підприємств, що не мають обмежень щодо розмірів доходу на вкладений капітал.

Останнім часом ця тенденція притаманна для споживчої кооперації України. Реформування власності споживчої кооперації стало призводити до того, що деякі обласні спілки споживчих товариств (наприклад, Донецька ОССТ та Запорізька ОССТ) вийшли зі складу «Укоопспілки». Це викликало також вихід районних товариств зі складу обласних спілок шляхом відокремлення їх власності. У результаті об'єкти інфраструктури райспоживспілок були викуплені за заниженою вартістю за рахунок внесків пайовиків. Ця проблема стала однією з ключових для споживчої кооперації України, оскільки вихід із споживчої спілки супроводжується втратою власності для кооперативу. Крім того, ліквідація кооперативів на місцях призводить до втрати внесків рядовими пайовиками. На сьогодні проблема реформування системи споживчої кооперації є гострою, оскільки цей вид кооперації є найбільш організованим і численним. Це може привести до перерозподілу власності та її концентрації у невеликій кількості пайовиків.

Основні проблеми української споживчої кооперації зводяться до наступного:

□ зацікавленість пайовиків у розподілі прибутку перешкоджає створенню фондів розвитку підприємств споживчої кооперації та резервних фондів;

□ можливості для залучення власного капіталу у підприємств споживчої кооперації є меншими, ніж в акціонерних товариствах. Розмір власного капіталу коливається залежно від кількості членів. Оскільки кожен член має тільки один голос, то придбання декількох кооперативних паїв неможливе;

□ залучення підприємствами споживчої кооперації позикового капіталу комерційних банків ускладнено, оскільки залежить від їх кредитоспроможності, яка не завжди є стабільною;

□ відсутня фінансова підтримка держави;

□ відсутність стратегій розвитку підприємств споживчої кооперації.

Пропонуються наступні стратегічні орієнтири модернізації споживчої кооперації України:

□ відокремлення функцій управління капіталом споживчих товариств від рішень загальних зборів пайовиків. Тобто делегування управління капіталом споживчого товариства професіональним менеджерам;

□ встановлення граничного розміру паю;

□ делегування більших повноважень управляючим органам споживчих товариств, що дозволить надати більшу гнучкість централізованій системі споживчої кооперації;

□ розроблення системи податкових пільг, особливо для тих споживчих товариств, які функціонують у сільських районах;

□ стратегія розвитку повинна ґрунтуватися на концепції соціально-етичного маркетингу.

Вказані концептуальні принципи реформування системи української споживчої кооперації мають бути враховані при формуванні стратегії розвитку підприємств споживчої кооперації.

ЛІТЕРАТУРА

1. Апопій В.В. Соціально-економічний зміст кооперації: теоретичні та прикладні аспекти / В.В. Апопій // Вісник Львівської комерційної академії. - Серія економічна. - Вип. 21. - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. - С. 67-78.
2. Бабенко С. Собственность потребительской кооперации: социально-экономическая природа и особенности реформирования / С. Бабенко // Экономика Украины. - 2002. - № 10. - С. 4-9.
3. Бабенко С.Г. Сучасні тенденції і пріоритети розвитку споживчої кооперації України / С.Г. Бабенко // Вісник Львівської комерційної академії. - Серія економічна. - Вип. 21. - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. - С. 3-15.
4. Гелей С.Д. Споживча кооперація України: історичні етапи розвитку / С.Д. Гелей // Вісник Львівської комерційної академії. - Серія економічна. - Вип. 21. - Львів: Видавництво Львівської комерційної академії, 2006. - С. 40-56.
5. Литошенко Л. Кооперация, социализм и капитализм / Л. Литошенко // Вопросы экономики. - 1995. - №10. - С. 132-144.
6. Марцин В.С. Фінансова-господарська діяльність споживчої кооперації та шляхи її стабілізації / В.С. Марцин // Фінанси України. - 2002. - № 12. - С. 13-19.
7. Туган-Барановский М.И. Социальные основы кооперации / Под ред. Л.А. Булочникова и др. МГУ им. Ломоносова / М.И. Туган-Барановский - М.: Экономика, 1989. - 495с.