

РОЗВИТОК КООПЕРАТИВНИХ ВЕРТИКАЛЬНИХ МАРКЕТИНГОВИХ СИСТЕМ ЯК ЧИННИК ДЕРЖАВНОЇ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

Викладено важливу особливість кооперативного господарювання – його соціальну спрямованість, зв'язок із запровадженням у суспільстві гуманістичних цінностей: демократії, свободи, справедливості, рівності, взаємовиручки, турботи про розвиток сільських громад

Постанова проблеми. В сучасних умовах, коли значна частина національної економіки належить приватному сектору й акціонерному капіталу, логічно і природно виглядає ситуація, за якої підприємницький сектор має розділяти з державою всю повноту відповідальності за соціально-економічний стан суспільства й задоволення життєво-важливих потреб населення. В той же час, на сьогодні ми стикаємось із суперечностями між реально змінними роллю та функціями держави в суспільстві, а також різних суб'єктів економічного й соціального життя, і неповним розумінням цієї нової ситуації з боку як окремих представників державної влади, так і багатьох громадян.

Стан вивчення проблеми. Таким чином, сучасне звернення до соціальної відповідальності в Україні – це не тільки і не стільки відповідь на виклики глобалізації та реакція на загальносвітові тенденції, скільки соціально-економічна неминучість, викликана результатами невдалих реформ. Тому становлення соціальної відповідальності підприємництва в Україні відбувається під дією чинників, які як сприяють формуванню соціально відповідальної поведінки чинників, так і стримують її. На жаль, їх співвідношення не на користь сприятливих чинників, до яких сьогодні належать:

- наявність великих підприємницьких структур (корпорацій), які володіють відповідними ресурсами і потенціалом конкурентоспроможності, що необхідні для здійснення соціальних інвестицій; посилення ролі великих підприємств у розвитку регіонів;

- участь національної економіки в глобалізаційних процесах, під дією яких відбувається інституціоналізація соціальної відповідальності підприємництва за міжнародними зразками. Але більш значний вплив спостерігається з боку чинників, які стримують становлення цього процесу.

Насамперед, це збитковість державної соціальної політики й нестача соціальних інвестицій. Як відомо, протягом усього періоду трансформації економіки України стоїть проблема дефіциту державного бюджету для здійснення повноцінної соціальної політики; соціальна діяльність великих підприємств розглядається не як доповнення до відповідних функцій держави, а як їх заміщення; реально державне стимулювання соціально відповідальної поведінки бізнесу майже відсутнє.

Мета дослідження Така ситуація призводить до формування в суб'єктів підприємництва негативної поведінки, стійкого несприйняття концепції соціальної відповідальності бізнесу. Тому без державного стимулювання, без державної підтримки підприємництва становлення соціально відповідальної поведінки, на жаль, неможливе. Отже, наявним є вивчення та науковий супровід даного напрямку.

Викладення основного матеріалу дослідження. Значні перепони на шляху становлення соціально відповідального підприємництва в Україні створюють неформальні тінюві економічні відносини. Ще одним стримувальним чинником становлення соціальної відповідальності підприємництва в Україні виступає нерозвиненість соціального партнерства.

Крім того, як показує досвід останніх років, важливий вплив на становлення соціальної відповідальності вітчизняного підприємництва справляють не лише національні й історичні традиції, що склалися в країні, політична, та економічна ситуація, а й відсутність єдиних орієнтирів соціальної політики, зокрема:

- відсутність у країні ідеології соціально відповідального підприємництва (взагалі відсутність правильного розуміння самого терміна "соціальна відповідальність бізнесу", оскільки ця проблема для України відносно нова і, відповідно, відсутність розуміння того, що соціальна відповідальність для бізнесу вигідна, як наслідок – відсутність налагодженого механізму реалізації соціальної відповідальності бізнесу);

- відсутність сформованого і впливового сектора громадянського співтовариства, який би цілеспрямовано просував принципи соціальної відповідальності бізнесу у країні, а також спеціалістів, здатних розвивати цей напрям, що пояснюється, насамперед, особливостями та рівнем свідомості громадян України, а також економічним становищем населення; відсутність чітких правових меж реалізації соціальних бізнес-інвестицій, розвитку соціального партнерства взагалі, відповідно до цього, вимушений характер, зокрема під тиском влади, соціальної відповідальності бізнесу, поширення на всіх рівнях державної влади практики маніпулювання, використання бізнесу (як великого, так і середнього і малого) для здійснення одноразових, не завжди стратегічних і соціально важливих цілей; відсутність економічної зацікавленості вітчизняних підприємств (компаній) у реалізації принципів соціальної відповідальності, що пов'язано, насамперед, з характером чинного законодавства та роллю держави;

- значна варіативність форм соціальної діяльності на різних підприємствах (на жаль, кожне вітчизняне підприємство шукає власний баланс між економічною ефективністю й соціальною необхідністю);

- відсутність прозорих процедур розробки соціальної політики, залежність форм і методів соціальної діяльності підприємств від особистих здібностей та інтересів керівників і власників; висока диференціація соціальних корпоративних пільг, які, як правило, орієнтовані лише на окремих працівників підприємства;

- відсутність системи соціальної звітності на підприємствах і, як наслідок, відсутність інформації про соціальну діяльність бізнес-співтовариства; значний розрив між бізнесом і державою щодо розуміння пріоритетів соціальної відповідальності;

- відсутність комплексних досліджень соціальної відповідальності вітчизняного бізнесу (на жаль, вивчалися лише окремі її аспекти - благодійність, спонсорство).

Сьогодні соціальна відповідальність бізнесу сприймається українськими підприємцями скоріше за все як маркетингова або PR-технологія, обмежується соціальними акціями і, відповідно, у такому вигляді не може сприяти сталому розвитку як на мікро-, так і на макрорівні, а також підвищенню конкурентоспроможності вітчизняних підприємств у довгостроковій перспективі.

Взагалі в Україні переважає патерналістський підхід до впровадження соціальної відповідальності бізнесу, а діалог із зацікавленими групами на етапі планування, впровадження, моніторингу й оцінки діяльності не є загальноприйнятою практикою.

Разом з тим багато вітчизняних підприємств не бажують відкрито заявляти про те, що вони займаються соціальною відповідальністю, тим більше не лише з моральних причин, а й для покращення свого іміджу та в суто бізнесових інтересах. Така ситуація зумовлена тим, що, по-перше, вона відображає в цілому негативне ставлення громадян до бізнесу в українському суспільстві; по-друге, здійснення будь-яких соціальних заходів може

бути розцінене як ознака того, що вони приховують свій прибуток. Українські компанії намагаються уникнути публічності соціально відповідальної діяльності, щоб не привертати увагу податкових органів та органів місцевої влади, які можуть бути зацікавлені у примусовому їх залученні до вирішення соціальних проблем окремого регіону чи країни в цілому.

Соціальна відповідальність бізнесу прийнятна і бажана для України. Але становлення соціальної відповідальності – тривалий процес і в тих умовах, що склалися в Україні, провідна роль у ньому належить перш за все державі. Особливо в частині вмотивованості створення бізнесовими структурами кооперативних організацій, як поки що єдиної безальтернативної в сучасних умовах структури соціальноорієнтованих підприємств, що в свою чергу б мало б на меті формування в нашій країні системи соціальної відповідальності бізнесу, а також сприяло б відновленню та розвитку соціальної інфраструктури.

Розглянемо в чому полягає соціальна сутність кооперативних організацій. Слово “кооперація” перекладається з латинської, як “співробітничая”. Якщо звернутися до англійської мови, то можна стверджувати, що слово “кооперація” більш пов’язане з англійським дієсловом to cooperate і відповідає більшому спектру дій, а саме: “співробітничати, сприяти, допомагати, об’єднуватися”. На протязі всієї історії кооперативного руху дослідники кооперації не прийшли до єдиного визначення багатогранного поняття “кооперативу”. Це пов’язане з тим, що одні вчені акцентували свою увагу на соціальному боці кооперації, інші – на організаційному, більша частина – на економічному.

Так Кінг В., Холюк Д., Губер В., Крюгер Г., Жид Ш., Пекарський В., Якоб Е., Прокопович С.Н., Хейсін М.Л., Лавернь Б., Еркомашвілі А., Пажитнов К.А., Целаріус В. підкреслювали і схилилися до соціальної сторони кооперативних організацій.

Перший теоретик кооперативного руху Кінг В. вважав, що кооператив, подібно до всіх інших товариств, як, наприклад, товариства допомоги, професійні спілки та ощадні каси, має на меті дати людям можливість уникати деяких із тих незручностей, які в них виникли, коли б вони діяли поодиноці, і досягти вигід, яких вони інакше б не мали. Несприятливі умови, що їх прагне подолати кооперація, належать до числа тих, під вплив яких все частіше потрапляють люди, а саме – серйозні та невпинно зростаючі проблеми у придбанні засобів до існування і відповідна загроза потрапити у злидні [6]. Це – одне з перших відомих визначень кооперативу. В ньому чітко підкреслюється соціальне значення кооперативу. І хоч соціальна сторона превалює над господарсько-економічною в цьому визначенні, але Кінг В. розумів важливість того, що об’єднання людей, їх кооперація у сфері виробництва дозволяє досягти того, чого не можна досягти поодинокими діями (створити для себе робочі місця), а в сфері обігу – значно скоротити витрати на закупівлю товарів за рахунок об’єднання ресурсів у більших обсягах.

В подальшому це один вчений Крюгер Г. в своєму визначенні терміну “кооператив” більш глибоко визначив соціальну сторону кооперативу. Він вважав, що кооперативом є об’єднання осіб – на противагу об’єднанням капіталів – для досягнення спільної мети [3]. Таким чином, кооператив – це об’єднання людей, які роблять одну справу, допомагають одне одному, особисто беруть участь у діяльності кооперативного підприємства. В цьому полягає одна з головних відмінностей членів кооперативу від акціонерів акціонерних товариств, більшість з яких беруть участь в діяльності акціонерного підприємства переважно лише своїми коштами.

Слід підкреслити, що Жид Ш. те ж відзначав, що кооперативна асоціація, на відміну від капіталістичного товариства, має ту суттєву властивість, що вона піклується про задоволення потреб своїх членів, а не

про отримання прибутку [1]. В його визначенні підкреслюється перш за все некапіталістична природа кооперативних організацій.

Особливе значення в кооперативі для В. Пекарського полягало в тому, що кооператив – це співтовариство, яке має на меті взаємодопомогу, просвітню та культурну діяльність і не видає учасникам підприємницького прибутку ні в якому вигляді [5]. Соціальна сторона цього визначення наближає кооператив до громадських організацій. В своїй роботі “Нормальная экономика (теория кооперации)” В. Пекарський відзначає, що кооперативом є група осіб, фізичних або юридичних, які добровільно об’єдналися на основі рівноправності й вільної участі для трудової організації господарства, яке не виплачує своїм членам ані відсотків на їхні пайові чи членські внески, ані підприємницького прибутку ні в якому вигляді. Коли ж від його операцій утворюється чистий прибуток, то розподіляє його:

– у виробничому й трудовому кооперативі – пропорційно вкладеній праці робітників;

– у споживчому, закупівельному чи збутовому кооперативі – пропорційно закупівлі або збуту продукції членами кооперативу, що скористалися його послугами;

– у кредитному кооперативі – пропорційно користуванню кредитом.

У цьому розширеному визначенні підкреслюється, перш за все, соціальна направленість діяльності кооперативних організацій.

Вивчення кооперативів з точки зору їх неприбутковості та кінцевої мети діяльності було важливим для Б. Лавернь. Він вважав, що кооперативами можна визнати лише ті організації спільного виробництва й спільних закупок (а також будівництва та страхування), у яких прибуток спрямовується до резервного капіталу підприємства та на загальнокорисні справи, або повертається клієнтам у вигляді премії відповідно до суми куплених ними товарів і проведених з товариством операцій [3]. Таким чином, якщо кінцевою метою підприємницької діяльності для всіх суб’єктів є присвоєння прибутку засновниками, то в цьому плані кооператив принципово відрізняється від таких організацій. Кошти, отримані кооперативом від діяльності, не розподіляються між членами, а спрямовуються на укріплення фінансового стану організації, загальнокорисні справи або повертаються тим, від кого вони були отримані. На думку Б. Лаверня це і є принциповою відмінністю кооперативної форми господарювання.

Інший дослідник кооперативного руху Якоб Е. підкреслював, що кооперативне товариство являє собою засновану на принципі рівноправності спілку осіб з необмеженим числом членів, метою якої є допомога промислу або господарству своїх членів шляхом спільного ведення справ на основі посиленої державою самопомогі [8]. У цьому визначенні потрібно виділити два головних моменти: по-перше, це те, що кооператив існує для допомоги бізнесовому чи домашньому господарству своїх членів, по-друге, рівноправність та самопомога членів кооперативу, тобто соціальна сторона кооперативу визначає його існування. У своїй праці “Потребкооперация в Великобритании” Хейсін М.Л. дає наступне визначення: кооператив – це незалежне, демократичне, самокероване відкрите підприємство для досягнення тих чи інших господарських переваг, у якому не капітал відіграє панівну роль, а товариське об’єднання необмеженої кількості осіб [7]. У цьому визначенні підкреслюється, що кооператив є об’єднанням людей, а не їх капіталів, і це об’єднання ґрунтується на демократичних принципах і ставить за мету надати своїм членам певні переваги, яких би вони не мали, якщо діяли поодиноці.

Точка зору Пажитнова К.А. концентрує в собі переконання стосовно того, що кооператив є добровільним об’єднанням декількох осіб, яке має на меті

спільними зусиллями боротися з експлуатацією з боку капіталу і покращити становище своїх членів у процесі виробництва, обміну або розподілу господарських благ виробників, споживачів чи продавців робочої сили [4]. На перший погляд здається, що дане визначення занадто ідеологізоване, але насправді воно приховує в собі більш глибоку сутність, а саме те, що кооператив є формою економічного самозахисту членів цього об'єднання від експлуатації з боку різноманітних підприємців, які надаючи людям роботу чи послуги, привласнюють собі частину їх праці в натуральній чи грошовій формі. Це визначення показує, що кооперативні організації надають своїм членам можливість не користуватися послугами посередників, що сприяє значному скороченню виробничих витрат членів кооперативу.

Головною метою кооперативів, вважав М. Мецераков, є те, що вони ставлять собі за мету захист своїх співчленів від того чи іншого виду капіталістичної експлуатації [6]. З погляду на сьогоднішній день, вважаємо необхідним уточнити це визначення, наступним чином: кооперативи мають на меті захист своїх членів від експлуатації з боку різноманітних посередників. В цьому і полягає важливе соціальне значення кооперативних організацій.

XXXI конгрес Міжнародного кооперативного альянсу, який відбувся в 1995 році, визначив кооператив, як групу людей, які добровільно об'єдналися для того, щоб задовольнити свої спільні економічні, соціальні та культурні потреби і прагнення шляхом створення підприємства на правах спільного володіння та демократичного управління й контролю. Таким чином, кооператив – це громадсько-господарська організація економічного самозахисту населення, які мають спільні мету і економічний інтерес, та є соціально орієнтованим підприємством.

Соціальної складової, як найбільш важливі частині в кооперативній організації приділяють увагу і сучасні дослідники. Як вважає У. Уоткінс, відмінність кооперативу від інших організацій полягає в тому, що його господарська діяльність підпорядкована етичним ідеалам. Без цієї відмінності кооперативний рух не має будь-якого сенсу [9].

Через визначення кооперативу виявляється зв'язок між кооперативним рухом та ідеями соціалістів-утопістів. Їх головним внеском у розвиток кооперативної думки було відстоювання більш реалістичного підходу в організації економічного життя суспільства із збереженням інституту приватної власності, усуненням зрівнялівки з метою забезпечення необхідної мотивації працюючих, обґрунтування необхідності виникнення господарських об'єднань, зближення виробника та споживача на основі позбавлення зайвих посередників. Наприклад, думки Р. Оуена щодо побудови кооперативної організації були використані у процесі створення Рочдельського споживчого товариства в 1844 р., яке всесвітньо визнано першою вдалою спробою практичного втілення кооперативної ідеї.

Калганов А.І., а разом з ним і Зассен І.А. зазначають, що початок кооперативного руху збігся із зародженням профспілкового та соціалістичного руху [2]. Ці дослідники відмічають близькість джерел цих рухів, їх початковий тісний взаємозв'язок. Пізніше ці соціальні рухи розійшлися досить далеко один від одного, але спільною метою для них був та залишається захист соціально-економічних інтересів трудящих верств населення.

Отже, на виникнення і поширення кооперативних форм взаємодії товаровиробників, що з часом отримали форму підприємства особливого типу, вплинули об'єктивні і суб'єктивні фактори. Об'єктивні були пов'язані з формуванням ринкової економічної системи, а суб'єктивні – з внеском окремих особистостей у формування концепції кооперативного товариства, принципів його створення та функціонування, а також з вдалими застосуваннями цієї

концепції у деяких передових країнах світу. Таким чином із середини XIX ст. була започаткована сучасна історія розвитку кооперативів.

В Україні специфіка кооперативних форм господарювання як соціально направлених структур, в яких господарські проблеми вирішуються колективно-усвідомленим та демократичним шляхом, розкриваючи в повній мірі можливості для творчої реалізації людини, як особистості, для її самоусвідомлення, проявилася найбільш повно та виражено. Тому не має сумнівів, що розвиток різноманітних кооперативних структур в нашій країні у другій половині XIX – першій половині XX ст. пов'язаний саме з дією людського фактора, тобто з участю в кооперативному русі ряду видатних громадських і політичних діячів, талановитих вчених і організаторів. Таким чином і в сучасних умовах розвиток кооперативних форм господарювання можливий лише за умови усвідомлення широкими верствами населення їх актуальності, важливості та нагальної потреби, їх першочергової соціальної значимості, а також за умови наявності науковців, а також непересічних діячів, які будуть пропагувати кооперативну ідею.

Слід відмітити, що технологічні особливості сільськогосподарського виробництва спонукають кожного товаровиробника до членства у багатьох кооперативах, різних за напрямками діяльності. Цілком логічно, що за певних обставин сільськогосподарським товаровиробникам вигідніше бути членом одного (чи двох) багатофункціональних кооперативів, які забезпечували б своїх членів асортиментом послуг.

На даний момент ті умови, що склалися в аграрному секторі економіки можна використати для створення та розвитку багатофункціональних кооперативів на первинному рівні. Вважаємо, що найефективніше для всіх претендентів на засоби, які вони мали, але які потрібні всім, а також на одиничні цілісні майнові комплекси, які неможливо або економічно недоцільно і соціально несправедливо розподілити між усіма бажаючими, об'єднати в один майновий комплекс і створити на їх базі багатофункціональний кооператив. Він може надавати своїм членам, якими стануть новоутворені господарюючі суб'єкти – власники майна, широкий спектр послуг із спільного використання техніки, складських приміщень та інших об'єктів, складування, збереження і переробки продукції та доведення її до товарної якості тощо.

Багатофункціональні кооперативи на вищезазначених засадах можуть також створювати в межах села особистими підсобними господарствами для надання своїм членам послуг з обробітку земельних ділянок, проведення меліоративних робіт, заготівлі та збуту продукції, постачання їм дрібного інвентарю, насіння, хімічних засобів, соціально-побутових послуг. На регіональному і вищих рівнях багатофункціональні кооперативи можуть створюватися первинними сільськогосподарськими обслуговуваними кооперативами і сільськогосподарськими товаровиробниками, а також представниками агробізнесу з використанням власного майна і коштів, майна несільськогосподарських підприємств агропромислового комплексу на засадах асоційованого членства та залучених кредитів у грошовій чи товарній формі.

Організація багатофункціонального кооперативу потребує більше фінансових ресурсів та управлінського досвіду порівняно з вузькоспеціалізованим кооперативом. Члени багатофункціонального кооперативу роблять вступні внески на загальноприйнятих засадах. Щодо обов'язкових пайових внесків, то вони сплачуються членами кооперативу окремо по кожному виду необхідних їм послуг. У порядку внутрішніх господарських відносин такого кооперативу важливо передбачити зобов'язання членів перед своїм кооперативом по кожному виду кооперативної діяльності.

Впевненість, щодо перспективності розвитку багатофункціональних кооперативів, підкріплена світовим досвідом їх розвитку та функціонуванням. Найбільше багато-функціональних кооперативних формувань у Німеччині. Так, майже 60 % кооперативів є одночасно збутовими, постачальницькими і кредитними.

Багатофункціональні сільськогосподарські кооперативи стали предметом уваги такої відомої організації, як FAO. Нею розроблена для запровадження в Європі (зокрема в Німеччині) і в Японії модель, яка ґрунтується на концепції розвитку інтегрованих кооперативів. Крім класичних видів послуг (постачання, кредит, маркетинг), вони переробляють і утилізують відходи, надають менеджерські, інженерні послуги, координують обсяги і номенклатуру виробництва продукції членів кооперативу і т.д. У багатофункціональних кооперативах більше можливостей маневрування, а для їх членів – менше ризику за умов кон'юнктури ринку. Цими особливостями й обумовлюється розвиток кооперативів, що суміщають по декілька функцій. Такі кооперативи можуть створюватися на первинному (в межах поселення), регіональному і національному рівнях.

Висновки та перспективи подальших досліджень.

На сучасному етапі вихідним моментом формування соціальної відповідальності бізнесу є переосмислення соціально-економічного змісту кооперації із урахуванням сучасних кооперативних теорій і концепцій. А це означає, що кооперацію слід розглядати як соціально-економічне явище. Відповідно і кооперація повинна мати соціально-економічний характер, тому що в її основі лежать економічна діяльність і соціальна ідея.

Отже, соціальні і економічні засади кооперативних організацій органічно пов'язані: при цьому соціальні є первинними. Тому соціальні аспекти кооперації повинні бути пріоритетними у розвитку сучасної системи соціальної відповідальності бізнесу.

Соціальні, економічні умови, політичний клімат дозволять прискорено розвивати різні види кооперації як основи кооперативного сектора в Україні, важливо лише правильно визначити пріоритети такого розвитку.

Ідея перспективного розвитку сільськогосподарської кооперації обумовлена наступними основними моментами:

– наявністю дрібнотоварних виробників, готових добровільно об'єднатися в кооперативи як виробничі, так і обслуговуючі;

– спроможністю кооперативів забезпечити оптимальність організаційних, економічних і технологічних параметрів сільськогосподарського виробництва та інших аспектів господарської діяльності;

– можливість кооперативу розвивати економічні зв'язки, уклад сільського життя, забезпечити гарантії соціального захисту і соціальної підтримки селян. Ця ідея успішно реалізується в багатьох країнах.

Список використаної літератури:

1. Жид Ш. Двенадцать преимуществ кооперации // Кооперативная хрестоматия: Сборник статей и речей о кооперации / Ш. Жид / Библиотека кооператора. Под ред. Е. Ленской. – № 89. – М.: Издание Всероссийского Центрального Союза Потребительских Обществ. 1919. – С. 130.
2. Зассен И.А. Развитие теории кооперации / И.А. Зассен; пер. с нем. Н.М. Пакуль. – Харьков: Книгоиздательство "Союз" Харьковского Кредитного Союза Кооперативов, 1920. – С. 151.
3. Історія кооперативного руху: Підручник для кооперативних вузів / [Бабенко С.Г., Галюк В.Г., Гелей С.Д., Гончарук Я.А. та ін.] – Укоопспілка, Львівська комерційна академія. – Львів: Інститут українознавства НАНУ, 1995. – С. 410.
4. Пажитнов К.А. История кооперативной мысли. – Петроград: Изд-во товар. кооперат. Союзов "Кооперация", 1918. – С. 176.
5. Пекарський В.Ф. Нормальная экономика (теория кооперации). – Пг.: Кооперация, 1918.
6. Творцы кооперации: Сборник / Сост. Л.А. Самсонов. – М.: Моск. Рабочий, 1991. – С. 300.
7. Хейсин М.Л. История кооперативов России. – Л.: Мысль, 1926. – С. 226–234.
8. Якоб Е. Хозяйственная теория кооперации. – М., 1919. – С. 11–15.
9. Watkins W. Co-operatives in the Year 2000. Congres Repot: JCA London. 1980. – p. 12.

ВЕЛИЧКО Ірина Миколаївна – кандидат економічних наук, заст. директора Степового науково-дослідного центру продуктивності агропромислового комплексу "Степагропромпродуктивність"

Наукові інтереси:

– вертикальні маркетингові системи та кооперативні форми господарювання