

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ПІДПРИЄМСТВ ТОРГІВЛІ СПОЖИВЧОЇ КООПЕРАЦІЇ

**Г. П. Скляр, кандидат економічних наук;  
Н. В. Мокєрова**

Кооперативи є важливою складовою національної економіки. В Україні найбільш репрезентативною формою є споживча кооперація, соціальний капітал якої у значній мірі був здеформований у адміністративно-командній економіці. Тому розкриття сутності формування соціального капіталу у контексті дослідження функціонування підприємств торгівлі споживчої кооперації є важливою науковою і практичною проблемою.

В останніх наукових публікаціях відображені різні напрями досліджень підприємств споживчої кооперації, у тому числі їх капіталу. Широкий спектр теоретичних і практичних проблем функціонування та розвитку споживчої кооперації окреслено та вирішено у праці С. Г. Бабенко [1]. Важливими для розвитку економічної теорії кооперації є результати досліджень з проблем кооперативних систем Г. І. Башнянина [2]. О. В. Березін аналізує механізми формування конкурентних переваг споживчої кооперації [3]. О. Г. Біла розглядає проблему управління капіталом підприємств і організацій споживчої кооперації [4]. Т. Осташко до сучасного виду соціального капіталу у сільській місцевості розвинених країн відносить виробничі й обслуговуючі фермерські кооперативи [6]. Т. Г. Храмцова підходить до аналізу партнерських відносин у споживчій кооперації з позицій коаліційної теорії і доктрини соціального партнерства. Дослідниця доходить висновку про наповнення мотиваційного механізму визнанням співробітниками необхідності соціальної діяльності споживчого товариства, його кооперативної природи, а також визначає систему суб'єктів соціального партнерства як «тетрапартизм» завдяки на-

явності пайовиків [10]. Проте у зазначених працях не досліджується сутність соціального капіталу підприємств торгівлі споживчої кооперації та не аналізуються проблеми його формування.

У сучасній економічній науці значно розширено поняття капіталу, розробляється концепція соціального капіталу, який розуміють як соціальні й культурні зв'язки суспільства, норми й цінності, якими керуються люди у своїх взаємодіях, та відповідні інституції. Природа людей робить їх суспільними створіннями з великими можливостями для встановлення соціальних норм. Людський розум здатний генерувати вирішення проблем соціальної кооперації, створювати соціальний капітал. Однак виникнення соціального капіталу в конкретних умовах, створення специфічних правил поведінки належить здебільшого до сфери дії культури [9, с. 193]. Людину виділяє з тваринного світу наявність гідності, завдяки якій створюється культура суспільства, заснована на нормах моральності. На думку Ф. Фукуями, моральні цінності та суспільні правила є необхідними умовами спільної діяльності будь-якого типу – соціальним капіталом, який виробляє багатство і є економічною цінністю національної економіки. Соціальний капітал є сукупністю неформальних цінностей або норм, які розділяються членами групи і уможливує співробітництво всередині групи [9, с. 27, 30]. У наукових публікаціях [6] зазначено, що основними видами соціального капіталу є традиційний і сучасний, а індикаторами – участь населення у локальних асоціаціях і мережах, показники рівня довіри в суспільстві і показники колективної дії. Традиційний со-

ціальний капітал представлений у сільських громадах України неформальними мережами соціальної кооперації, які визначаються як безпосередні відносини щодо надання та обміну продуктами, послугами, інформацією тощо між обмеженою кількістю індивідів, що знайомі між собою і пов'язані родинними зв'язками, дружбою або сусідством. Ще в умовах адміністративно-командної економіки набули розвитку економічні відносини між сільськими та міськими домогосподарствами з приводу спільних витрат праці на виробництво переважно продуктів харчування з метою їх подальшого переважно внутрішнього споживання. В перехідній економіці вказані неформальні відносини і соціальні мережі стали основою виживання населення, закріплення практики спільного господарювання різних поколінь у родинах. На думку дослідників, неформальні соціальні мережі створюють реальну перешкоду на шляху ринкових трансформацій як на регіональному, так і на центральному рівнях [6, с. 35]. На основі дослідження сільських домогосподарств зроблений висновок щодо дуже незначного обсягу сучасного соціального капіталу в сільських громадах [6, с. 36]. Автор статті Т. Осташко цілком слушно зазначає, що сучасний вид соціального капіталу у сільській місцевості розвинених країн представляють формальні структури (виробничі і обслуговуючі фермерські кооперативи, кредитні спілки, громадські організації (асоціації сільських лікарів, учителів). Створення подібних формувань в Україні значно прискорило б економічний і соціальний розвиток села.

Характеристика соціального капіталу споживчої кооперації закладена у кооперативних принципах – зведенні загальних правил ведення кооперативного господарства. Тобто кооперативи є більш складними господарськими утвореннями, що керуються у своїй діяльності не тільки економічними законами, але і кооперативними принципами. Останні відрізняються від економічних законів емпіричним характером їх створення, що вказує на свідому компоненту відносин кооперації. Аналіз мети кооперації ще більше підкреслює вказану якість відносин, тому що задоволення

економічних, соціальних та інших потреб членів кооперативних організацій відбувається на основі поєднання їх особистих та колективних інтересів, поділу між ними ризиків, витрат і доходів, розвитку їх самоорганізації, самоуправління та самоконтролю.

Відновлення соціального капіталу відбувається в суперечливих зовнішніх і внутрішніх економічних умовах. Глобалізація в економічній сфері через механізми конкурентних переваг транснаціональних корпорацій дестабілізує аграрний, міський і сільський споживчий ринки, витісняє з них різні типи кооперативів. Споживчі кооперативи (споживчі товариства), як найбільш вразливі, можуть мати різні напрями розвитку, трансформуватися у виробничі кооперативи, комерційні структури тощо. Вижити і не втратити ідентичність споживчим кооперативам допомагає створення кооперативного сектора національної економіки. Вітчизняні економічні умови характеризуються інерційною дією норм адміністративно-командної економіки, тінізацією виробництва і обігу, обмеженням товарно-грошових відносин і поширенням натурального обміну, монополізацією сфери збуту сільськогосподарської продукції, розвитком недобросовісної конкуренції на сільському споживчому ринку тощо. Негативними явищами є бідність і низькі доходи сільських жителів, безробіття (особливо серед молоді), старіння і низька народжуваність, низький рівень соціальної активності сільського населення. Разом з тим в Україні створена правова основа для відновлення соціального капіталу кооперації. На нашу думку, соціальний капітал споживчої кооперації є особливою, побудованою на засадах норм моральності й економності системою відносин взаємодопомоги і довіри між людьми, суспільством і природою, що спирається на міжнародно схвалені цінності, етичні вартості, принципи.

У розвитку теорії соціального капіталу важливе місце посідає дослідження відносин соціального партнерства. Тому дослідження механізму соціального партнерства в основній галузі споживчої кооперації – торгівлі є актуальною науковою проблемою. Соціальна творчість споживчої кооперації в забезпеченні

переходу економіки України до сталого розвитку проявляється в нормалізації споживчого ринку, забезпеченні продовольчої безпеки, участі в соціальній перебудові села тощо. Споживча кооперація виділяється своїм впливом на рівень життя сільського населення. Реалізації її соціальної функції сприяє розвитку відносин партнерства з членами, працівниками підприємств і організацій споживчої кооперації, органами державної влади, місцевого самоврядування, підприємцями, недержавними організаціями. Використання відносин партнерства є природним у сфері кооперації. Соціальне партнерство – це довго і короткотривалі акції, що здійснюються рівноправними суб'єктами за добровільною згодою на принципах довіри з метою розв'язання актуальних проблем соціально-економічного розвитку [5, с. 52]. Соціальне партнерство передбачає солідарність (спільність інтересів, дій і відповідальності, що засновані на розподілі праці і сумісно-розділеному характері праці, власності, економічної влади, управління і доходу), лояльність, легітимність [5, с. 42]. На думку дослідників, соціальне партнерство є альтернативою командно-адміністративним методам управління, відносини якого побудовані не на підлеглих, а в площині служіння-управління [5, с. 52–53].

Основними соціально-економічними агентами у розвитку відносин соціального партнерства у споживчій кооперації є її члени (пайовики). Завдяки пайовикам здійснюється формування сталого організованого попиту на товари, що відрізняє умови діяльності споживчих товариств від підприємств торгівлі, заснованих на інших формах власності. Наявність сталого локального ринку, покупцями на якому є пайовики, дозволяє споживчим товариствам розвиватися в умовах конкуренції. Споживча кооперація досягає задоволення потреб пайовиків передовсім у товарах повсякденного попиту. Механізм закупівель товарів великими оптовими партіями безпосередньо у виробників за відносно низькими цінами дозволяє пайовикам отримувати економічні вигоди від придбання товарів у кооперативній роздрібній торговельній мережі. Також споживча кооперація не реалізує свої переваги при задоволен-

ні індивідуальних потреб у окремих товарах, на чому спеціалізуються торговельні підприємства інших форм власності.

В умовах адміністративно-командної економіки споживча кооперація втратила ознаки самоврядної організації населення, чий розвиток підпорядкований захисту соціально-економічних інтересів членів (пайовиків). У свідомості пайовиків споживча кооперація уявляється одержавленою торговельно-виробничо-заготівельною організацією. Внаслідок відокремлення власності споживчої кооперації від її членів (пайовиків) сформувалася низька соціальна активність кооператорів. Підлеглисть державі призвела до низької економічної активності кооператорів. Відбулися зміни у свідомості керівників і працівників споживчої кооперації, змінилися пріоритети діяльності. Головною метою стало виконання державного плану роздрібно-товарообігу завдяки продажу товарів усьому населенню. Статус пайовика поступово став формальним як для керівників і працівників, так і самих членів споживчої кооперації. Було демонтовано механізми поєднання економічної і соціальної функції споживчої кооперації – економічної участі членів у діяльності споживчих товариств, стимулювання керівників і працівників за роботу з членами (пайовиками).

Факт деформації свідомості у повній мірі підтверджується практикою перехідної економіки та її наслідками для кооперації. Споживча кооперація втратила власного покупця – пайовика, втратила свій внутрішній організований товарний ринок. Пайовики звернулися до інших агентів ринкових відносин з метою задоволення своїх потреб як споживачів, не підтримали споживчу кооперацію, членами якої вони були. Працівники споживчої кооперації почали розглядати її організації і підприємства торгівлі як структури, що орієнтуються на збільшення обсягів діяльності та забезпечують їм робочі місця і доходи. Суперечність між членами і працівниками споживчої кооперації поглиблювалася внаслідок розвитку відносин ренти менеджера. Наслідком цього є падіння обсягів діяльності й різке скорочення чисельності пайовиків. Обидві ці тенденції пов'язані. Пайовик усвідомлено здійснює ку-

півлю необхідних йому товарів у кооперативі, тому що має від цього матеріальний зиск у вигляді кооперативних виплат, знижок, пільг, дивідендів, бонусів тощо. Перебудова свідомості пайовиків залежить від відновлення дії кооперативного принципу економічної участі членів.

Механізм соціального партнерства у торгівлі споживчої кооперації являє собою заходи для задоволення, які ґрунтуються на засадах моральності й економності, у першу чергу економічних потреб членів (пайовиків) у товарах і супутніх послугах, що проявляються у формуванні переважно довгострокових господарських зв'язків на сталому внутрішньому організованому товарному ринку. Основою відтворення відносин соціального партнерства у торгівлі споживчої кооперації є усвідомлене ставлення членів, керівників і працівників споживчих товариств і їх спілок до задоволення потреб членів (пайовиків) у масових товарах повсякденного попиту через їх купівлю тільки на підприємствах торгівлі споживчої кооперації таким чином реалізується принцип економічної участі членів. Інакше втрата довіри пайовиків, які не є працівниками споживчої кооперації, призводить до трансформації відносин у її сфері, внаслідок чого кооперативна ідея реалізується у іншій формі – кооперації працівників у сфері торгівлі або інших формах.

Таким чином, при аналізі й оцінці соціального капіталу підприємств торгівлі необхідно визначити його відповідність кооперативним принципам і цінностям, особливо принципу економічної участі членів. Відносини, що формують соціальний капітал, засновані на відносинах соціального партнерства, які на рівні підприємства конкретизуються у вигляді господарських зв'язків. Тому, на наш погляд, соціальний капітал підприємств торгівлі споживчої кооперації є системою внутрішніх і зовнішніх господарських зв'язків, що засновані на кооперативних принципах і цінностях, реалізують сутність понять взаємодопомоги і довіри на засадах соціального партнерства. До внутрішніх зв'язків слід віднести зв'язки з членами споживчої кооперації і членами трудового колективу підприємства, а до зовнішніх – зв'язки з постачальниками, покуп-

цями, органами державної влади, місцевого самоуправління тощо. Крім того, в процесі подальших наукових досліджень потребує узагальнення та доповнення система показників оцінки соціального капіталу та методів їх формування на різних стадіях життєвого циклу підприємств торгівлі. Необхідним є обґрунтування стратегії розвитку соціального капіталу та економічного механізму його формування на підприємствах торгівлі споживчої кооперації тощо.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бабенко С. Г. Трансформація кооперативних систем у перехідній економіці : монографія / С. Г. Бабенко. – К. : Наукова думка, 2003. – 332 с.
2. Башнянин Г. І. Кооперативні системи: проблеми трансформації за умов ринкової транзиції / Г. І. Башнянин, А. Г. Драбовський, В. В. Іжевський. – Львів : Вид-во Львівської комерційної академії, 2009. – 414 с.
3. Березін О. В. Формування конкурентних переваг системи споживчої кооперації України / О. В. Березін // Вісник Харківського національного технічного університету сільського господарства : Економічні науки. – 2009. – Вип. 92. – С. 3–11.
4. Біла О. Г. Управління капіталом підприємств і організацій споживчої кооперації / О. Г. Біла // Вісник Львівської комерційної академії. – 2004. Вип. 15. – С. 82–84. – (Серія економічна).
5. Задорожний Г. В. Соціальне партнерство – реальний шлях до відкритого суспільства / Г. В. Задорожний, О. В. Коврига, В. В. Смоліков. – Х. : ХІБМ, 2000. – 192 с.
6. Осташко Т. Що таке соціальний капітал і його форми в сільських громадах / Т. Осташко // Аспекти самоврядування. – 2003. – № 1 – С. 34–36.
7. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку споживчої кооперації в перехідній економіці: монографія / Г. П. Скляр. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 279 с.
8. Скляр Г. П. Економічні умови і протиріччя розвитку відносин соціального партнерства в споживчій кооперації / Г. П. Скляр // Соціальна економіка. – 2010. – № 2. – С. 289–294.
9. Фукуяма Ф. Великий разрыв / пер. с англ. под

- общ. ред. А. В. Александровой. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2003. – 474 с.
10. Храмцова Т. Г. Методология исследования социально-экономического потенциала потре-

бительской кооперации : автореф. дис. д-ра. экон. наук : 08.00.05 / Т. Г. Храмцова; Сибирский ун-т потребительской кооперации. – Новосибирск, 2002. – 32 с.

УДК 334.7

## СИСТЕМНИЙ ПІДХІД В УПРАВЛІННІ ПЕРСОНАЛОМ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

Н. Б. Савіна, кандидат економічних наук

Сучасні умови діяльності підприємств, зокрема підприємств малого бізнесу, висувають якісно нові вимоги до менеджерів з персоналу, зумовлюють необхідність більш високої інтенсивності їхньої праці, володіти комплексом організаційних і психологічних якостей. Таким чином, особливої актуальності набуває удосконалення якісного змісту діяльності менеджера з персоналу в системі підприємства в цілому.

В Україні склалася ситуація, коли управлінню персоналом не приділяється достатньої уваги, технологія розробки і прийняття кадрових рішень є недосконалою, у більшості випадків відсутня орієнтація на досягнення соціальної ефективності в управлінні персоналом. Тому системний підхід в управлінні персоналом дасть змогу вирішити вказані проблеми.

Загальні методологічні аспекти прийняття управлінських рішень відображені у працях І. Асоффа, Б. Артамонова, В. Архітова, А. Кібанова, О. Крушельницької, Ю. Одегова, С. Янча та ін. Загальновизнано, що перед керівником будь-якого рівня завжди стоїть проблема вибору в умовах невизначеності. Особливо це стосується кадрових рішень, результати реалізації яких у багатьох випадках важко виміряти. До того ж, нерідко існує значний проміжок часу між періодом затрат на реалізацію кадрових реалізацію кадрових і віддачі від вкладених коштів.

Як відомо, управління персоналом являє собою сукупність механізмів, принципів, форм і методів впливу на формування розвиток і ви-

користання персоналу організації, що реалізуються як ряд взаємопов'язаних напрямів і видів діяльності.

З огляду на це, управління персоналом одночасно є і системою організації, і процесом, і структурою [1]. Дослідження світового та вітчизняного досвіду дозволяє сформулювати певні риси, що властиві системі управління персоналом:

- є головною в управлінні будь-якої організації, тому що саме люди, об'єднанні загальною метою і становлять організацію;
- присутня в усіх функціональних сферах діяльності – виробництві, маркетингу, фінансовій сфері і ін.;
- її головні цілі збігаються з цілями організації;
- вона має загальні риси, що властиві колективам людей – потреби у спілкуванні, можливості виникнення конфліктів та ін.

Система управління персоналом організації - система, у якій реалізуються функції управління персоналом. За А. Я. Кібановим, вона включає підсистему лінійного керівництва, а також ряд функціональних підсистем, що спеціалізуються на виконанні однорідних функцій [2].

Залежно від розмірів організацій склад підрозділів буде мінятися: у дрібних організаціях один підрозділ може виконувати функції декількох підсистем, а великі функції кожної підсистеми, як правило, виконує окремий підрозділ.