

6. Важливим для подальшого розвитку вексельного ринку, як свідчить досвід розвинутих країн, є створення умов в Україні для використання векселів як інвестицій, для поширення їх у середньому та малому бізнесі.

Таким чином, дослідження становлення та розвитку вексельного ринку України в різні періоди його функціонування дають можливість зробити висновки про те, що він поступово формується як важлива складова ринкової економіки взагалі та ринку цінних паперів зокрема. Подальший розвиток вексельного обігу, підвищення його ефективності та впливу на економічні процеси в країні залежить від здійснення економічних реформ, удосконалення законодавства, створення умов для організованого ринку векселів.

ЛІТЕРАТУРА

1. Про цінні папери та фондовий ринок : Закон України // Голос України. – 2006. – № 69. – С. 8–12.
2. Ніколенко С. С. Формування ринку цінних паперів в умовах ринкової трансформації : [монографія] / С. С. Ніколенко, О. М. Шевченко. – Полтава : РВВ ПУСКУ, 2008. – 159 с.
3. Мошенський С. З. Вексель. Базові концепції / С. З. Мошенський. – К., Рівне : Планета-друк, 2007. – 1204 с.
4. Про обіг векселів в Україні [Електронний ресурс] : Закон України. – Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua>. – Заголовок з титулу екрана.
5. Основні напрями розвитку цивілізованого обігу векселів в Україні як антикризовий захід [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ssmc.gov.ua>. – Заголовок з титулу екрана.
6. Ковальова В. Антикризовий інструмент / В. Ковальова // Урядовий кур'єр. – 2010. – № 187. – С. 4.
7. Рудненко Т. Як організувати вексельний ринок? / Т. Рудненко // Цінні папери України. – 2010. – № 34. – С. 4.
8. Ніконова М. «Непаперовий» вексель: міф чи реальність? / М. Ніконова // Економіка України. – 2007. – № 7. – С. 88–90.
9. Рудненко Т. Вексель – інструмент затребуваний кризою / Т. Рудненко // Цінні папери України. – 2009. – № 51. – С. 24–26.

УДК 339.922:334.735

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ СВІТОВОЇ ЕКОНОМІКИ І СПОЖИВЧА КООПЕРАЦІЯ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШОГО РОЗВИТКУ

**П. Ю. Балабан, кандидат економічних наук;
Б. А. Курлейко**

Кардинальні зміни у світогосподарських зв'язках, руйнування національних економічних кордонів, інтернаціоналізація економіки та посилення впливу транснаціональних корпорацій стали характерними ознаками кінця ХХ початку ХХІ ст. Глобальні економічні процеси призвели до переміщення виробничих факторів (природні ресурси, капітал, технології і робоча сила), товарів і послуг по всьому світу.

Глобалізація, яка стала можливою завдяки швидкому прогресу телекомунікацій, комп'ютеризації та швидкому розвитку транспорту, у сучасному світі є вирішальним фактором економічних відносин між країнами. Головними рушіями глобалізації були великі наднаціональні промислово-фінансові групи та торговельні підприємства, які почали визначати розвиток світової економіки.

Для глобальної економіки характерний розрив між національною економікою і міжнарод-

ними економічними союзами, які диктують економічну політику національним державам. У численних працях сучасних економістів (В. Геєць, П. Герст, Д. Сорос, С. Соколенко, А. Филипченко та ін.), глобалізація характеризується як вищий ступінь розвитку системи міжнародного поділу праці, як система, що дозволяє активно впроваджувати в економіку досягнення науково-технічного прогресу. Зважаючи на ці позиції, кооперативний рух трактується ними як анахронізм, який є гальмом на шляху прогресу. Однак більш як 160-річна історія розвитку кооперативного руху свідчить про можливість кооперативів вирішувати не тільки економічні, але і соціальні проблеми членів кооперативів, що і визначило актуальність дослідження. Мета статті полягає у розгляді споживчої кооперації як мережної системи, яка в умовах глобалізації залишається соціально орієнтованою, діяльність котрої направлена на пом'якшення негативного впливу глобалізаційних процесів у суспільстві.

Як відомо, уже на Міжрегіональній асамблеї Міжнародного кооперативного альянсу (МКА) у 2000 р. проблеми глобалізації були предметом обговорення. МКА першою серед міжнародних організацій акцентувала увагу міжнародного співтовариства на можливих негативних наслідках глобалізації, які розширюють прірву між багатими і бідними країнами.

Пом'якшити наслідки глобалізаційних процесів дозволяє подальший поступальний розвиток кооперативних форм господарювання, які шляхом створення нових робочих місць, забезпечення зайнятості та доходів населення сприяють розвитку регіональних і національних ринків. На противагу глобалізації, транскордонному підприємництву кооперація пропонує гуманнішу ідею економічного співробітництва, – побудову такої системи міжнародного поділу праці, яка відповідала б інтересам усіх країн. Такою може бути економіка, яка не націлена на отримання максимального прибутку, а орієнтована на оптимальне поєднання бізнесових і соціальних інтересів. Тільки соціально-орієнтована економіка дозволить зберегти і активно розвивати національні ринки, забезпечити політичну й економічну неза-

лежність держав, їх екологічну та продовольчу безпеку. Отже, споживча кооперація як система соціально-орієнтована, яка протягом майже 200 років успішно конкурує з приватними підприємствами на різних рівнях, в умовах глобалізації має усі перспективи для подальшого розвитку.

Особливо велике значення в кооперативному господарстві економіці належить торговельній галузі, яка з 1991 р. уже функціонує в умовах жорсткої конкуренції на внутрішньому ринку. Поряд з цим тенденція до посилення впливу з боку транснаціональних (трансконтинентальних) і вітчизняних торгових мереж, які витісняють незалежні приватні підприємства торгівлі не тільки на національному, але уже і на регіональних ринках, на торгівлю споживчої кооперації не суттєва. Це визначається зонами діяльності цих структур: торговельні мережі активно розвиваються на рівні столиці та великих обласних центрів, магазини споживчої кооперації орієнтовані на обслуговування сільського населення, а проблема повернення торгівлі споживчої кооперації в районні центри та поселення міського типу, які у недалекому минулому практично повністю монополюно обслуговувалися кооперативними магазинами, поки що тільки дискутується. Однак без повернення на цей рівень утримувати мережу неперспективних нерентабельних підприємств, які побудовані за радянських часів і продовжують функціонувати в малонаселених пунктах, буде в перспективі практично неможливо. Разом з тим, повернення на районний і обласний рівень неминуче призведе до конкуренції з торговельними мережами, які на сьогодні розвиваються значними темпами і в багатьох регіонах визначають торгівлю політику в цій галузі.

Зокрема, наразі в Україні значні сегменти ринку належать великим міжнародним та вітчизняним ритейлерам, серед яких – мережа підприємств ГК «Фоззі», ТОВ «Metro» С&С «Україна», ГК «Фуршет», «АТБ-Маркет», ГК «Велика кишеня» та ін. Станом на 2008 р. в Україні успішно функціонувало більше 25 мережних компаній з обсягом товарообороту більше 100 млн грн на рік. Таким чином, торгівля Києва, Харкова, Дніпропетровська,

Сімферополя уже контролюється транснаціональними та крупними національними торговельними мережами. Почався наступ мереж на обласні та великі районні центри. Їх переваги – у високих технологіях, великих обсягах діяльності, ефективному управлінні, що дозволяє суттєво знижувати витрати на здійснення торговельної діяльності та, відповідно, ціни реалізації. Цього вдасться досягти завдяки централізації обліку та звітності, управління процесом товароруку, вибору постачальників і закупок товарів. При цьому скорочується загальна чисельність працівників; закупівля великих партій товарів безпосередньо у виробників дозволяє мережам активно впливати на асортимент, якість, ціни; скорочується загальний обсяг товарних запасів, пришвидшується їх оборотність; мінімізуються витрати обігу.

Монопольне становище споживчої кооперації на сільському споживчому ринку до 1991 р. визначалося не тільки діючим на той час законодавством, але і її мережним характером. Основними ознаками, що характеризували систему як мережну, були існування в єдиному комплексі виробничої, заготівельної, торговельної, транспортної галузей. Особливо чітко це проявлялося в торгівлі, для якої було характерним наявність вертикальної господарської інтеграції.

Торгівля забезпечувала близько третини сукупних валових доходів системи. У 1990 р. роздрібний товарооборот системи досяг – 23,2 млрд крб, або 29,7 %, від загального товарообороту України. Матеріально-технічна база торговельного комплексу включала 83 тис. роздрібних торгових підприємств, у тому числі 73,6 тис. магазинів з торговельною площею 5661 тис. м².

Значну роль у забезпеченні товарами підприємств роздрібною торгівлі відігравали оптові бази. Оптово-складський оборот у 1990 р. становив 16,5 млрд крб, оптову торгівлю здійснювали 450 торгових баз, у тому числі 134 універсальні міжрайонні бази облспоживспілок, 181 госпрозрахункова база райспоживспілок і районних споживчих товариств, 91 база з продажу будівельних і господарських товарів, 44 інші бази.

Торговельний комплекс обслуговувало 1119 овочесховищ і картоплесховищ загальною місткістю 138, 5 тис. т, 27 фруктосховищ на 18,6 тис. т. споживчій кооперації належало 1576 колгоспних ринків на 421 тис. торгових місць, у тому числі 100 критих на 36 тис. місць.

Особливість торговельної діяльності споживчої кооперації в умовах планово-директивної економіки полягала у тому, що, на відміну від організацій державної торгівлі, вона лише частково забезпечувалася централізованими державними фондами продовольчих товарів. Тому товарне забезпечення значної частини кооперативного роздрібно-товарообороту формувалося за рахунок інших галузей кооперативного господарства, зокрема, здійснюваних організаціями системи закупок сільськогосподарської продукції та її переробки на своїх підприємствах, які діяли як єдиний кооперативний комплекс. Так, у 1990 р. за рахунок власних товарних ресурсів було забезпечено роздрібний товарооборот на суму понад 4,5 млрд крб, або біля 20 % загального його обсягу, 42 % її роздрібно-товарообороту по продовольчих товарах і 58 % – по продуктах харчування. Таким чином, заготівельно-переробна галузь у господарському комплексі системи спільно з іншими видами діяльності працювала на загальний результат.

З 1975 р. система домоглася права виходу на прямі зв'язки (без участі оптових баз Міністерства торгівлі) з виробниками товарів, що дозволило суттєво скоротити витрати обігу, підвищити рентабельність торговельної діяльності. В єдиному комплексі працювали транспорт, автоматизовані системи управління з комп'ютерним обслуговуванням оптових і роздрібних підприємств, майже 100 % продовольчих товарів і більше 80 % продовольчих завозилися в магазини централізовано. Системою були розроблені й впроваджені у практику торгівлі сучасні типи кооперативних підприємств, затверджена їх спеціалізація. Проводилася єдина політика у розвитку торговельної діяльності в сільській місцевості, за виконання якої повністю була відповідальною споживча кооперація.

Разом з тим, за останні 20 років система втратила і продовжує втрачати важливі скла-

дові мережної структури: із 450 до 70 одиниць скоротилася чисельність оптових баз. Реалізовані чи закриті, як правило, крупні оптові бази, які забезпечували закупівлю товарів великими партіями та їх централізовану доставку в кооперативні магазини. Підприємства, що залишились, орієнтовані на виживання і недостатньо приділяють уваги товаропостачанню кооперативної роздрібно-торгівельної мережі, організації централізованої доставки товарів безпосередньо до магазинів. Практично втрачена єдина система управління товарними запасами та витратами обігу.

Як показують матеріали аналізу, за період з 1990 до 2009 рр. чисельність підприємств роздрібно-торгівлі скоротилася з 83 тис. підприємств до 11,5 тис., або у 7,2 рази. Відповідно зменшувались і обсяги роздрібного товарообороту. Так, лише за 1995–2009 рр. при скороченні чисельності підприємств роздрібно-торгівлі в цілому по Укоопспілці на 50,7 тис. од., або у 5,6 рази, роздрібний товарооборот (у фактичних цінах) вийшов на рівень 1995 р. лише у 2006 р. (табл.).

Велику загрозу для системи, на нашу думку, являє тенденція до організаційної роздробленості споживчих товариств і споживспілок, створення на базі однієї крупної організації 5–10 дрібних. Наприклад, на 1.01.2010 р. у системі споживчої кооперації Вінницької області нараховувалося 536 дрібних споживчих товариств, створених на базі двох – трьох магазинів. Чисельність підприємств роздрібно-торгівлі в системі Вінницької облспоживспілки на 1.01.2010 р. у кількості 1502 одиниці, в середньому на одне споживче товариство припадає менше трьох магазинів. Якщо загальний обсяг товарообороту по системі ОСС у 2009 р. становив 381,4 млн грн, то в середньому на один магазин припадає біля 254 тис. грн товарообороту за рік, на одне споживче товариство – 711,6 тис. грн. При цьому середній по Укоопспілці товарооборот на один магазин у 2009 р. був меншим за 300 тис. грн (291,8 тис. грн, що на 14,9 % більше від показника Вінницької облспоживспілки), на одне споживче товариство – 1,76 млн грн, що більше за аналогічний показник по облспоживспілці майже у 2,5 рази.

Таблиця

Зміни в обсягах товарообороту та чисельності підприємств роздрібно-торгівлі споживчої кооперації України за 1995–2009 рр.

Показники	Роки							2009 р. у відсотках до 1995 р.
	1995	2000	2005	2006	2007	2008	2009	
Роздрібний товарооборот, всього, млн грн	2922,4	1576,5	2610,3	2947,9	3331,7	3887,0	3984,2	136,3
У тому числі оборот роздрібно-торгівельної мережі	2494,0	1283,4	2130,4	2431,1	2727,0	3215,0	3309,2	132,7
Чисельність підприємств								
роздрібно-торгівлі всього, од.	61862	27824	16782	14983	13469	12291	11543	18,6
У тому числі магазинів	57995	26298	16348	14653	13194	12057	11340	20,0

Для порівняння у 1990 р. Вінницька ОСС об'єднувала 155 споживчих товариств із загальним обсягом товарообороту на суму 1405,8 млн руб і чисельністю магазинів – 4208 одиниць. У середньому на один магазин припадало 334 тис. руб роздрібного товарообороту на рік, на одне споживче товариство – 90,7 млн руб. Отже, створення дрібних споживчих товариств призвело до зменшен-

ня ефективності діяльності новоутворених об'єднань.

Разом з тим, створення дрібних споживчих товариств в умовах загострення конкуренції у тактичному плані можна визнати прийнятним (чинна на сьогодні податкова політика держави змушує до переходу на єдиний податок та спрощену систему оподаткування). Однак з погляду стратегічної це призведе до послаб-

лення конкурентних позицій системи на ринку з відповідними наслідками. Адже в умовах глобалізації перспективними будуть лише великі кооперативні організації.

Як засвідчує практика, мережі вже сьогодні є реальною загрозою для підприємств торгівлі всіх форм власності. Враховуючи зростаючий вплив торговельних мереж на розвиток регіональних ринків, конкуренція між ними й іншими учасниками ринку з кожним роком буде посилюватись. Ця тенденція розвитку вітчизняної внутрішньої торгівлі повинна враховуватися споживчими товариствами та споживспілками в процесі розробки стратегії розвитку кооперативної торгівлі на перспективу.

Об'єктивні можливості для успішної конкуренції з торговельними мережами, особливо на сільському споживчому ринку, який, на наш погляд, на найближчі 10–15 років буде не досить привабливим для торговельних мереж, у системи споживчої кооперації є. Про це свідчить досвід кооперативних організацій з упровадження у практику торгівлі сучасних магазинів типу «маркет». Так, за останні 3–5 років мережа коопмаркетів зросла до майже 800 одиниць. Багато обласних споживспілок побудували мережі кооперативних маркетів під єдиною назвою, за єдиними технологічними й організаційними вимогами до мережі цих підприємств. Так, за програмою розвитку та модернізації роздрібно торгівлі в Тернопільській облспоживспілці створена й успішно функціонує мережа коопмаркетів під єдиним регіональним системним торговим брендом «Теко», яка за своєю концепцією кардинально відрізняється від інших торговельних підприємств, що здійснюють торгівлю у Тернопільській області. Оновлення і технічне переоснащення підприємств торгівлі, запровадження прогресивних торговельно-технологічних процесів із залученням комп'ютерної техніки та відповідного програмного забезпечення, широкий і стабільний асортимент товарів, висока культура торговельного обслуговування дозволяють споживчій кооперації успішно конкурувати на регіональних ринках з підприємствами інших форм власності. Кооперативні маркети за оснащенням і асортиментом

товарів не поступаються у маркети великих міст.

Розвиток мережі коопмаркетів «Теко» проходив у два етапи. На першому – ставилося завдання провести реконструкцію діючих підприємств, осучаснити інтер'єр, суттєво розширити асортимент товарів, змінити технологію торгівлі, підвищити культуру обслуговування населення. Наступний етап передбачав більш високий рівень модернізації торговельних процесів, розширений підхід до формування асортиментної політики і цін, оптимізацію товаропостачання і підвищення оборотності товарів. Важлива увага була приділена комплексу заходів з менеджменту, торгової логістики, що дозволило підприємствам підвищити рівень стабільності, зменшити залежність від фінансових і соціальних змін, що відбуваються у суспільстві. Була проведена докорінна перебудова комерційної роботи, функцій спеціалістів торгово-роздрібних об'єднань, що дозволило змінити ставлення до системи основних постачальників товарів, умов їх завою та цінової політики. З цією метою на районному рівні були створені торгово-роздрібні об'єднання, які здійснювали керівництво та організовували роботу кооперативних підприємств у зоні своєї діяльності. Залежно від чисельності населення, торговельної площі магазинів було розроблено чотири форми маркетів, для кожного з яких передбачено відповідний асортиментний перелік товарів. Це дало змогу оптимізувати чисельність постачальників, зменшити товарні залишки, покращити фінансові показники роботи.

Глобалізація – зовнішній по відношенню до споживчої кооперації фактор, який на сьогодні поки що не має прямого впливу на діяльність її господарського комплексу. Однак з часом її вплив буде зростати. Послаблення цього впливу вимагає наявності чітко прорахованої, конкретизованої до умов діяльності та конкурентного середовища стратегії розвитку на перспективу, яка б орієнтувала споживчі товариства та споживспілки на укріплення системи зсередини, її внутрішню міцність, фінансово-господарську незалежність та самодостатність. Прийнята XIX з'їздом споживчої кооперація Стратегія її розвитку на період 2004–2015 рр. характеризується загальною,

декларативністю, тому є потреба у розробленні конкретних планів діяльності на один – два роки, орієнтації її на регіональні умови, тенденції розвитку економіки України та світу.

Однак досвід останніх років засвідчує, що, крім зовнішніх загроз, існує реальна загроза існуванню системи споживчої кооперації, що спричинена внутрішніми проблемами. Так, зазнала суттєвих негативних змін її організаційна структура. За різних причин вийшли зі складу Укоопспілки Донецька, Київська, Запорізька та Харківська обласні споживспілки. Стрімкими темпами скорочується чисельність і обсяги діяльності підприємств оптової і роздрібною торгівлі, ресторанного господарства, виробничої галузі. Практично не може конкурувати з приватними підприємствами заготівельна галузь системи, до мінімуму скорочено автомобільний парк тощо. Реальною загрозою для системи на сьогодні є відчуження кооперативної власності, її нерухомості – матеріальної основи бази системи, яке продовжується протягом останніх двадцяти років.

Прийнята системою «Програма розмежування та закріплення власності» неодноразово корегувалась у бік збільшення частки майна, що підлягає реалізації. Фактична кількість кооперативного майна ні в кількісному, ні в грошовому вимірах наразі невідомі. На четвертих зборах Ради Укоопспілки двадцятого скликання (березень 2011 р.) була знята заборона на відчуження кооперативного майна, що спричиняє серйозні побоювання стосовно подальших кроків у бік збереження його на перспективу. В цих умовах необхідна інвентаризація кооперативної власності – одноразовий облік нерухомого майна підприємств і організацій споживчої кооперації.

Вимагає негайного реагування соціальна база споживчої кооперації – пайовики, чисельність яких з кожним роком зменшується. Якщо у 1990 р. налічувалося 12,3 млн пайовиків, то станом на 1.01.2011 р. у системі залишилося 483,8 тис. осіб, що у 25,4 рази менше порівняно з 1990 р. Нагальною стає проблема старіння членів кооперативів. Разом з тим, за рахунок збільшення чисельності пайовиків можна вирішити декілька взаємопов'язаних проблем:

- відроджується заготівельна галузь системи – збільшуються обсяги закупівель у па-

йовиків сільськогосподарської продукції та сировини, відповідно – обсяги товарів, вироблених на промислових підприємствах системи;

- зростають обсяги роздрібного товарообороту кооперативних підприємств за рахунок пайовиків, які є не тільки власниками, а й постійними покупцями в магазинах споживчих товариств;

- збільшуються товарні ресурси роздрібною торгівлі за рахунок продукції особистих підсобних господарств членів кооперативів;

- залучення до кооперативного руху нових членів дозволить поповнити обігові кошти кооперативних організацій.

Робота кооперативних організацій щодо збереження та збільшення чисельності членів кооперативів повинна стати одним із головних резервів економічного розвитку, важливим результатом соціальної роботи в системі.

Із основних законів глобалізації необхідно активно використовувати все те, що не суперечить кооперативній ідеології: відродження мережі крупних оптових баз, оснащених сучасним торгово-технологічним обладнанням, розвиток власного виробництва товарів народного споживання, мережі сучасних підприємств роздрібною торгівлі, створення єдиної комп'ютерної мережі, яка об'єднала б усіх учасників господарської діяльності, управління витратами і логістику тощо. Із теорії і практики глобалізації споживча кооперація повинна взяти нову техніку й сучасні технології, однак зберегти кооперативні цінності та принципи, залишитися соціально-орієнтованою системою.

ЛІТЕРАТУРА

1. Герст П. Сумніви в глобалізації / П. Герст, Г. Томпсон. – К. : Логос, 2002. – 386 с.
2. Соколенко С. А. Производственные системы глобализации / С. А. Соколенко. – К. : Логос, 2002. – 645 с.
3. Сорос Дж. О глобализации / Дж. Сорос. – М. : Эксмо, 2004. – 224 с.
4. Филиппенко А. Экономическая глобализация: истоки и результаты / А. Филиппенко. – М. : Эконромика, 2010. – 511 с.